

# CORONAVIRUS

INFO-SERVICE FÜR BETRIEBE



## Seilbahnen - Oberösterreich

### Studien



Wertschöpfung durch alpine Wintersportler im Winter 2018/19, Erhebungszeitraum August 2019

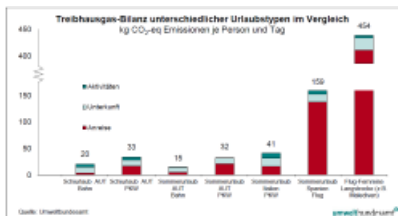
© MANOVA

#### Wertschöpfung durch österreichische Seilbahnen (August 2019)

Seilbahnen sind DER Wertschöpfungsturbo in den Tourismusregionen. Die aktuelle Berechnung der generierten Wertschöpfung zeigt einerseits wie viel Einkommen durch den Winterbetrieb der Seilbahnen entsteht und andererseits wie viele Arbeitsplätze dadurch gesichert werden.

[Zur Studie](#)

[Zur Infografik](#)



© UMWELTBUNDESAMT

#### Vergleichende Treibhausgasbilanz typischer Arten von Urlauben (Oktober 2018)

Mit jeder Urlaubsentscheidung sind auch ökologische Folgen verbunden. Jede Reise trägt durch Mobilität, temporäres Wohnen und diverse Freizeitaktivitäten zu unterschiedlich hohen Treibhausgas-Emissionen bei. Um diese Auswirkung sichtbar zu machen, hat das Umweltbundesamt im Auftrag des Fachverbandes der österreichischen Seilbahnen in der Wirtschaftskammer Österreich die Treibhausgas-Bilanz typischer Urlaube berechnet und verglichen.

[Zur Zusammenfassung](#)

**Die Klima- und Energiebilanz von Skigebieten mit technischer Beschneigung unter Berücksichtigung des Albedo-Effektes**

**Kurzfassung**

Hannes Schirrmayer, David Neel-Berli,  
Andreas Demm, Dominik Kottmann,  
Franz Probstmaier

© JOANNEUM RESEARCH

**Albedo-Effekt: Die Klima- und Energiebilanz von Skigebieten mit technischer Beschneigung (Mai 2017)**

Erstmals wurde in einer Studie der positive, abkühlende Klimaeffekt durch erhöhte Rückstrahlung auf weißen Oberflächen (Albedo) dem negativen, klimaerwärmenden Effekt durch zusätzliche CO<sub>2</sub>-Emissionen (Energieverbrauch) gegenüber gestellt.

Zur Zusammenfassung



**Skipotenzial – Wachstum D-A-CH (Oktober 2016)**

Ein Wachstum des Skitagevolumens scheint für alle drei Länder unumgänglich, um dem hohen Investitionsdruck standhalten zu können und auch kleinere Skigebiete nachhaltig zu sichern. Eine genaue Marktanalyse der alpinen Wintersportlicher D-A-CH gibt einen Überblick in welchen Gästegruppen es Potenzial gibt, wo anzusetzen ist und was mögliche Wachstumsstrategien sind.

Zu den zusammenfassenden Ergebnissen



**Wertschöpfung durch österreichische Seilbahnen (Oktober 2016)**

Die aktuelle Berechnung der generierten Wertschöpfung durch heimische Seilbahnunternehmen zeigt deutlich auf, dass die Branche DER Motor des Tourismus ist und DEN Wertschöpfungs-Turbo in den Regionen darstellt. Im Wesentlichen wurde errechnet, wie viel Einkommen durch den Winterbetrieb der Seilbahnen entsteht und andererseits wie viele Arbeitsplätze dadurch gesichert werden.

Zur Studie



**Beschneigungsklimatologie**

Ergebnisse einer Studie im Auftrag der ÖBB, Fachverband Seilbahnen,  
im Rahmen des Collaborative Research Programmes der ÖBB-Forschungsförderungsgesellschaft FFG

Andrea Fischer und Lea Hartl  
Institut für Interdisziplinäre Gebirgsforschung  
Österreichische Akademie der Wissenschaften

## Beschneungsklimatologie (April 2015)

In dieser aktuellen Studie zum Thema Klima und Beschneigung wurden an zahlreichen Stationen des österreichischen Wetterdienstes Werte von Lufttemperatur und -feuchtigkeit gemessen und analysiert und die Veränderung der meteorologischen Rahmenbedingung für die Beschneigung in den letzten Jahrzehnten untersucht. Anschließend wurden die exakten Messwerte mit der Bandbreite der Klimamodelle der nächsten Jahrzehnte ins Verhältnis gesetzt. Diese und mehr Erkenntnisse liefert diese Studie.

[Die zusammenfassenden Ergebnisse per E-Mail anfordern.](#)



## Skifahren ist In (Oktober 2013)

Seit zehn Jahren setzen die heimischen Seilbahnen in Sachen Kundenorientierung neue Maßstäbe. Jährlich werden mehr als 30.000 Gäste befragt. Mit SAMON hat die österreichische Seilbahnwirtschaft die wohl größte Gästebefragungsdatenbank auf Knopfdruck. Die Befragung von insgesamt mehr als 320.000 Gästen zeigt, dass Skifahren bei den Jungen noch immer „in“ ist. Dank des vorhandenen Datenmaterials sind Österreichs Seilbahnen stets in der Lage, die Meinung der Gäste in die tägliche Arbeit einfließen zu lassen und damit besonders nahe an den Bedürfnissen der Konsumenten zu agieren.

[Die zusammenfassenden Ergebnisse per E-Mail anfordern.](#)



## Grundlagenstudie (Jänner 2013)

Die Seilbahnen Österreichs sehen sich mit unterschiedlichen An- und Aufforderungen seitens der Tourismuswirtschaft, Öffentlichkeit und Politik konfrontiert. Im Mittelpunkt steht dabei meist die Auffassung, dass die Bergbahnen die großen Profiteure sind und somit viele Leistungen im Tourismus finanzieren sollen. Die Studie soll zu einem Thesen- und Strategiepapier für die Seilbahnen führen. Ihr Ziel sind klare, mit Daten belegbare Positionen, die für die Öffentlichkeit und Politik verwendet werden sollen. Damit sollen Argumente geschaffen werden, die transparent und nicht angreifbar sind und die Position der Seilbahnen Österreichs nachhaltig stärken.

[Die komplette Studie per E-Mail anfordern.](#)

Stand: 26.06.2020