

# DEMOGRAFIE-CHECK LEADER-REGION NÖ SÜD

BAND 1: ABLAUF – ANALYSE - AUSGANGSSITUATION



FEBRUAR 2014



Europäischer Landwirtschaftsfonds  
für die Entwicklung des ländlichen  
Raumes: Hier investiert Europa in  
die ländlichen Gebiete.



  
lebensministerium.at



Das Projekt „Demografie Check“ der LEADER-Region NÖ Süd“ wurde unterstützt vom

**Amt der Niederösterreichischen Landeregierung,**

der **ecoplus – Wirtschaftsagentur des Landes Niederösterreich**

und den Bezirksstellen der Wirtschaftskammer NÖ, Neunkirchen und Wiener Neustadt.

**Impressum:**

Wallenberger & Linhard Regionalberatung GmbH

Florianigasse 7, 3580 Horn

☎ 02982 / 45 21

✉ [office@regionalberatung.at](mailto:office@regionalberatung.at)



Im Auftrag der LEADER-Region NÖ Süd

## INHALT

<u>EINLEITUNG .....</u>	<u>5</u>
<u>AUFTRAG UND ABLAUF .....</u>	<u>6</u>
<b>ZIEL.....</b>	<b>6</b>
<b>ANMERKUNG: HETEROGENITÄT DER LEADER-REGION NÖ SÜD .....</b>	<b>6</b>
<b>ARBEITSSCHRITTE .....</b>	<b>7</b>
<u>LEADER .....</u>	<u>10</u>
<b>DIE 18 NÖ LEADER - REGIONEN.....</b>	<b>10</b>
<b>LEADER – REGION NÖ SÜD .....</b>	<b>11</b>
<u>AUSGANGSSITUATION UND ZIELE.....</u>	<u>13</u>
<b>PROJEKT „DEMOGRAFIE CHECK LEADER-REGION NÖ SÜD“ .....</b>	<b>13</b>
<u>AUSGEWÄHLTE DATEN ZUR DEMOGRAFISCHEN ENTWICKLUNG DER REGION .....</u>	<u>16</u>
<b>AKTUALITÄT DER DATEN.....</b>	<b>16</b>
<b>BEVÖLKERUNG: ENTWICKLUNG, VERÄNDERUNG, STRUKTUR .....</b>	<b>18</b>
<b>ARBEITSMARKT UND BETRIEBE.....</b>	<b>35</b>
<u>EXKURS TOURISMUS UND DEMOGRAFIE.....</u>	<u>47</u>
<b>ALLGEMEINE TOURISTISCHE BEDEUTUNG DER REGION .....</b>	<b>47</b>
<b>STATUS QUO TOURISTISCHES ANGEBOT .....</b>	<b>47</b>
<b>STATUS QUO TOURISTISCHE NACHFRAGE .....</b>	<b>52</b>
<b>DEMOGRAFISCHE ENTWICKLUNG: RELEVANTE ASPEKTE FÜR DEN TOURISMUS.....</b>	<b>55</b>
<b>MEDIENNUTZUNG .....</b>	<b>63</b>
<b>INTERESSEN UND FREIZEITBESCHÄFTIGUNGEN DER 50 PLUS.....</b>	<b>66</b>
<b>NACHFRAGEERWARTUNGEN 50+.....</b>	<b>67</b>
<b>FAZIT.....</b>	<b>70</b>
<u>DEMOGRAFIE QUICKCHECKS FÜR GEMEINDEN UND BETRIEBE .....</u>	<u>72</u>
<b>ERGEBNIS DES QUICKCHECKS DER GEMEINDEN.....</b>	<b>72</b>

---

<b>ERGEBNISSE DER BEFRAGUNGEN IM SCHWERPUNKTBEREICH TOURISMUS .....</b>	<b>74</b>
<b>ERKENNTNISSE AUS DER BETRIEBSBEFRAGUNG .....</b>	<b>74</b>
<b>FAZIT DER BETRIEBSBEFRAGUNG .....</b>	<b>89</b>
<b>ERKENNTNISSE AUS DER SEKUNDÄREN BETRIEBSANALYSE .....</b>	<b>90</b>
<b>FAZIT DER SEKUNDÄREN BETRIEBSANALYSE .....</b>	<b>92</b>
<b>SOLL/IST ABGLEICH.....</b>	<b>93</b>
<b>GLOSSAR.....</b>	<b>95</b>

## **EINLEITUNG**

JÜNGER.WENIGER.ÄLTER.BUNTER.MEHR.

### **DER DEMOGRAFISCHE WANDEL UND SEINE AUSWIRKUNGEN AUF GEMEINDEN & BETRIEBE.**

Der aktuell viel diskutierte demografische Wandel stellt unsere Gemeinden und Betriebe vor neue Herausforderungen. Diese Entwicklungen betreffen uns alle, die Fragestellungen sind oft unterschiedlich.

Wie viele Menschen werden 2020 in der Region unter 14 Jahre alt sein? Wie viele über 65? Gibt es in Zukunft genug Lehrlinge und Arbeitskräfte in der Region? Werden sie die passenden Qualifikationen vorweisen? Wie verändern sich deren Lebensstile und Wohnbedürfnisse? In welche Infrastruktur lohnt es sich zu investieren? Wie kann die Lebensqualität in der Gemeinde gehalten oder gesteigert werden? In welche Richtung verändern sich die Märkte? Wer sind meine Kund/innen von morgen? Welche Produkte und Leistungen werden sie nachfragen? Was wird mit meinem Betrieb, wenn ich in Pension gehe?

Können Gemeinden und Betriebe diese Entwicklung beeinflussen und wenn ja, wie?

Damit dieses Thema in der Region einen angemessenen Stellenwert erhält, setzt die LEADER-Region NÖ Süd ein Projekt zum Thema „Demografie Check“ um, welches von der ecoplus und der Abteilung RU2 des Landes NÖ sowie von einem Expertenteam der Wallenberger & Linhard Regionalberatung und der Firma con.os unterstützt wird.

In die Arbeit wurden auch die betroffenen Bezirksstellen der Wirtschaftskammer eingebunden. Konkret die Funktionäre und Bezirksstellenleiter der Bezirke Neunkirchen und Wiener Neustadt.

Wer sich aktiv mit dem demografischen Wandel beschäftigt, kann ihm Chancen abgewinnen und mögliche Risiken rechtzeitig erkennen.

## AUFTRAG UND ABLAUF

Für die laufende LEADER-Periode von 2007 - 2013 haben sich drei Kleinregionen zur LEADER-Region Niederösterreich Süd zusammen gefunden. Durch Zusammenarbeit aller Wirtschaftssektoren soll die Entwicklung der Region gefördert werden. Im Jahr 2009 wurde aus der ARGE der Verein LEADER-Region Niederösterreich Süd mit Sitz im Rathaus Neunkirchen. Der Verein wird von den drei Obleuten der Kleinregionen vertreten. Gemeinsam mit dem LEADER Management sind sie die erste Ansprechstelle vor Ort.

Am 9. März 2012 wurde der Demographie Check der LEADER-Region NÖ Süd ausgeschrieben. Die Ausschreibung und Beauftragung für die Erstellung des Demographie-Check für die LEADER-Region NÖ Süd, erfolgte durch die LEADER-Region NÖ Süd, Hauptplatz 1, 2620 Neunkirchen, entsprechend den Förderkriterien im Rahmen von LEADER 2007-13 der ecoplus, Wirtschaftsagentur des Landes Niederösterreich. Die Firma Wallenberger und Linhard Regionalberatung GmbH wurde gemeinsam mit den Tourismusexperten der Fa. Con.os mit der Bearbeitung beauftragt.

Die Steuerungsgruppe des Projektes (GF LEADER-Region und beauftragtes Beraterunternehmen) wurde um die Vertreter der drei Kleinregionen (Weltkulturerbe-Region Semmering-Rax, Kleinregion Schwarzatal, gemeinsame Region Schneebergeland), dem Regionalmanagement NÖ Büro Industrieviertel erweitert.

## ZIEL

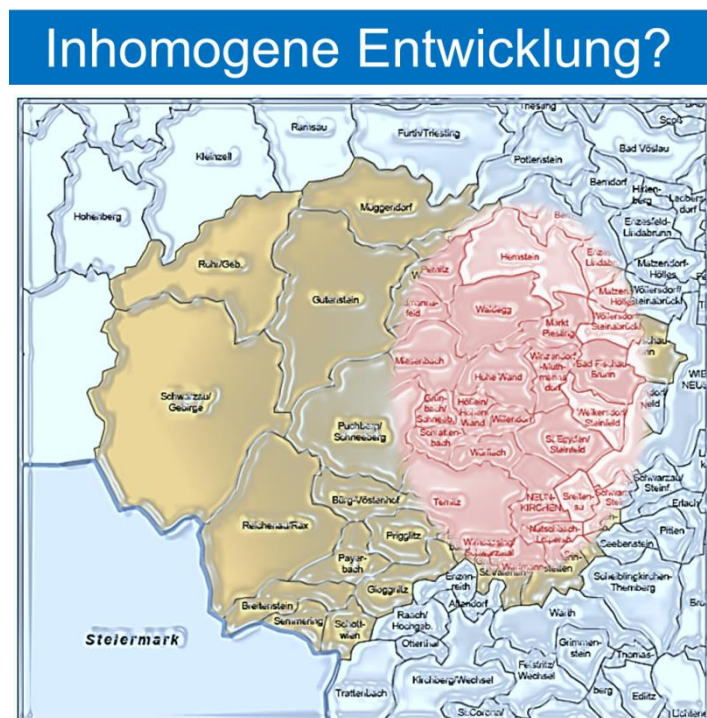
1. Sensibilisierung von Gemeinden – und Wirtschaftstreibenden zum Thema „Demografischer Wandel“
2. Erstellen einer Datengrundlage (Regionsprofil)
3. Ableiten von Anregungen, Themenfeldern und Maßnahmen

Die Ergebnisse des Beteiligungsprozesses und der Analysen dienen den RegionsvertreterInnen und MitarbeiterInnen im LEADER Management NÖ Süd auch als Input für die Erstellung des LEADER Strategieplans 2014-2020.

## ANMERKUNG: HETEROGENITÄT DER LEADER-REGION NÖ SÜD

Die Unterschiedlichkeit der Teilräume ist eine Stärke der Gesamtregion. Für Kooperationsprojekte stellt die Vielfalt an Strukturen aber auch immer wieder eine Herausforderung dar. Die LEADER Region ist eine bewährte Zweckkooperation von drei Kleinregionen. Es wird empfohlen diese Teilräume als effiziente Handlungsräume zu betrachten.

Der demografische Wandel wird in der LEADER-Region NÖ Süd nicht in allen Gemeinden gleich verlaufen. Während Gemeinden entlang der Südautobahn wachsen, sind Gemeinden in den Seitentälern von anhaltenden Schrumpfungsprozessen betroffen. Bei der Erarbeitung der Schwerpunkte und Handlungsfelder wurden jene Maßnahmen bevorzugt die eine Passfähigkeit für die Gesamtregion aufweisen.



## ARBEITSSCHRITTE

Aktivitäten im Projekt	Ort	Ist-Termin
Einladung zur Angebotslegung (=Ende der Vorbereitungsphase in den regionalen Gremien)		Fr., 9. März 2012
Hearing	Neunkirchen	Mi., 9. Mai 2012
Startmeeting	Gloggnitz	Mo., 18. Juni 2012
Abstimmungstermin mit ecoplus & RU2	St. Pölten	Mi., 27. Juni 2012
Postalische Aussendung an Gemeinden (Demografie Quickcheck)		KW 28/2012
Recherchen und Auswertungen, Parallelprojekte		Laufend
Interner Abstimmungstermin W&L - con.os	Wien	Mi., 11. Juli 2011
Erarbeitung und Test Fragebogen		August 2012
Erinnerungsmail an Gemeinden		August 2012
Auswertung Quickchecks der Gemeinden		Di., 4. Sept. 2012
Demografisches Datenprofil LEADER-Region NÖ Süd		31. Aug./24. Sept. 2012
Interviews mit regionalen Organisationen	Region	ab August 2012
Interview AMS, AK, WK, <b>Leitungsteamsitzung</b>	Neunkirchen <b>St. Egyden</b>	22.-29. Aug. 2012 <b>Mo., 10. Sept. 2012</b>
Auswertungen, Organisation, Konzeptarbeit		laufend
Besprechung LAG und W&L betr. Demografie Check WK Brief	<i>telefonisch</i>	Do., 20. Sept. 2012
Vorbereitung Workshop WK		Mo., 24. Sept. 2012
<b>Leitungsteamsitzung Kerngruppe</b>	<b>Gloggnitz</b>	<b>Di., 25. Sept. 2012</b>
Vorbereitungen Impulsveranstaltung		Di., 25. Sept. 2012
Start Interviews in Tourismus- und Gewerbebetrieben		Fr., 28. Sept. 2012
<b>Gemeinsamer Workshop WK Ausschusmitglieder Neunkirchen und Wr. Neustadt</b>	<b>WK Wr. Neustadt</b>	<b>Mi., 10. Okt. 2012</b>
Abstimmung Aussendungen und Referentenanfrage		Fr., 19. Okt. 2012
Online Demografie Quickcheck der Ausschusmitglieder der WK		Oktober 2012
Vorbereitung Impulsveranstaltung		So., 11. Nov. 2012
Briefing Interviewrunde und Übermittlung an das Lei- tungsteam		So., 11. Nov. 2012
Broschüre: Daten & Fakten zur Region (Datenrecherche und Aufbereitung, Redaktion, Layout u. Endabstimmung mit der Region.)		bis Mo., 12. Nov. 2012
Online Demografie Quickchecks in zwei Varianten pro- moten und lfd. auswerten		Mo., 12. Nov. 2012
<b>Impulsveranstaltung Demografie Check Niederöster- reich Süd</b>	<b>Gloggnitz</b>	<b>Mo. 12. Nov. 2012</b>



Besprechung Mag. Braunsdorfer WK betr. Presstext Demografie Check	<i>telefonisch</i>	Do., 15. Nov. 2012
Interviews mit Leitbetrieben der Region		laufend
Terminabstimmung mit M. Rohl		Di., 20. Nov. 2012
Presstext Demografie Check		Di., 27. Nov. 2012
Vorbereitung Leitungsteamsitzung		Mo., 3. Dez. 2012
<b>Leitungsteamsitzung Kerngruppe</b>	<b>Maiersdorf</b>	<b>Di., 4. Dez. 2012</b>
Nachrecherche Daten Demografie Check. Info Bgm.; Übermittlung Broschürenvorlage		Mi., 5. Dez. 2012
Besprechung LAG und W&L betr. Szenario Workshop und Nachbearbeitung	<i>telefonisch</i>	Mi., 9. Jänner 2013
Kontakt Reinhard Polsterer (Landjugend) betr. Teilnah- me JugendvertreterInnen	<i>telefonisch u. per Mail</i>	Di., 15. Jän. 2013
Abstimmung LAG und W&L betr. Einladung u.a. neu versenden	<i>telefonisch</i>	Mi., 16. Jän. 2013
Kontakt Fr. KommR Riegler betr. WS	<i>per Mail</i>	Fr., 18. Jän. 2013
Vorbereitungen Szenario-Workshop(s)		Jänner 2013
Erstellung Ablauf Szenarioworkshop		Do., 24. Jän. 2013
Kontakt Teilnehmer/innen betr. Quick Check	<i>per Mail</i>	Fr., 25. Jän. 2013
<b>Szenarioworkshop I mit Netzwerkrunde</b>	<b>St. Egyden</b>	<b>Di., 29. Jän. 2013</b>
Einladungsentwurf u. Abstimmung mit LAG		Do., 14. Feb. 2013
Abstimmung betr. Anfrage STAMA Gloggnitz	<i>telefonisch</i>	Di., 19. Feb. 2013
Protokoll Workshop 1, Internetbefragung		Mi., 20. Feb. 2013
Vorbereitungen Workshop 2		ab Mi., 20. Feb. 2013
<b>Szenarioworkshop II mit Netzwerkrunde</b>	<b>St. Egyden</b>	<b>Di., 26. Feb. 2013</b>
Protokoll Workshop 2		Mi., 27. Feb. 2013
Datenrecherche und Übermittlung an Fr Geyer (STAMA Gloggnitz)		Fr., 8. März 2013
Terminabstimmung LAG – W&L	<i>telefonisch</i>	Mo., 11. März 2013
Bearbeitung Endkonzept		laufend
Erstellung Presstext für Standard Artikel		Mi., 17. April 2013
<b>Leitungsteamsitzung</b>	<b>Neunkirchen</b>	<b>Do., 19. April 2013</b>
Überarbeitung Endkonzept		April / Mai 2013
Endabstimmung mit ecoplus und RU2		Mo., 10. Juni 2013
Abstimmungsgespräch mit LEADER GF	Neunkirchen	Fr. 21. Juni 2013
<b>Endpräsentation</b>	<b>Neunkirchen</b>	<b>24. Juni 2013</b>
Nachbearb. Präsentation (Presse, Adressen)		Juni



Maßnahmenbesprechung mit GF Kirchler / Obfrau Forstner DOERN / STERN		Di. 02. Juli 2013
Maßnahmen Besprechung WK Hr Eybl		Mo. 22. Juli 2013
Bspr. DOERN MN Haas, Kirchler, Forstner	Krems	Di., 23. Juli 2013
Organisation Exkursion		September/Oktober
Infos an Unternehmerfrühstück Schneeberg		Do., 19. September 2013
<b>Exkursion in den Freistaat Sachsen</b>	<b>Dresden</b>	<b>Fr. 18. u. Sa. 19. Okt. 2013</b>
Besprechung Umsetzungsmodul RAIBA	Neunkirchen RAIBA	Do., 07. November 2013
Endbesprechung	Neunkirchen	Di., 17. Dezember 2013
<b>Umfangreiche Überarbeitung der Datenbroschüre (Neue Daten einarbeiten)</b>		<b>Jänner/Februar 2014</b>
<b>Fertigstellung Endbericht. Übermittlung</b>		<b>26. Feb. 2014</b>

#### ZUSÄTZLICH WURDEN INTERNETBASIERTE ABFRAGEN ANGEBOTEN UND INTERVIEWS GEFÜHRT.

GemeindevertreterInnen, Wirtschaftskammer, AMS etc. der Schwerpunkt lag bei den touristischen Betrieben.  
Hier wurden folgende Unternehmen interviewt

#### Hotelbetriebe:

Artis, Flacklwirt, Grandhotel Panhans, Hotel Belvedere, Hotel Payerbacherhof, Hotel Sonnwendhof, Hotel Zaubenberg, Landgasthof Zur Schubertlinde, Panoramahotel Wagner, Parkhotel Hirschwang

#### Ausflugsziele:

Fruchtwelt Mohr-Sederl, Myrafälle Muggendorf, Naturpark Hohe Wand, Schneebergbahn, Semmeringbahn

## LEADER

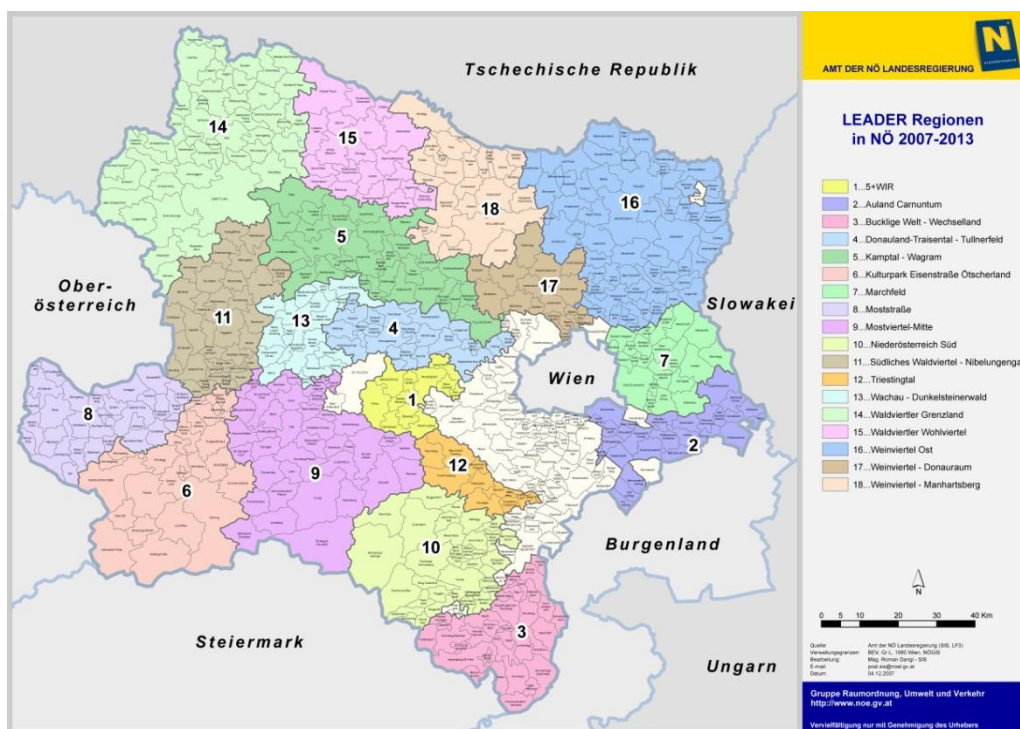
LEADER ist eine seit 1991 bestehende Gemeinschaftsinitiative der Europäischen Union zur Förderung innovativer Strategien zur Entwicklung ländlicher Regionen.

Lokale Aktionsgruppen erarbeiten mit den Akteuren vor Ort maßgeschneiderte Entwicklungskonzepte für ihre Region. Ziel ist es, die ländlichen Regionen Europas auf dem Weg zu einer eigenständigen Entwicklung zu unterstützen.

Kennzeichnend für das LEADER-Programm sind sieben wesentliche Merkmale:

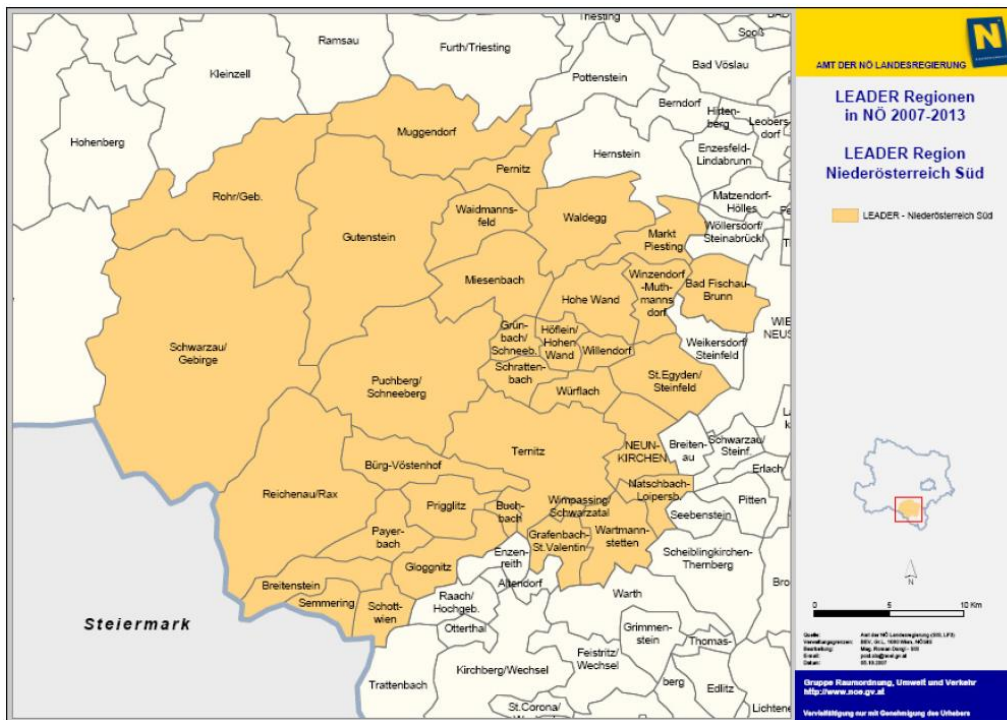
1. Bottom-up-Ausarbeitung und Umsetzung von Strategien
2. Lokale öffentlich-private Partnerschaften: die lokalen Aktionsgruppen (kurz: LAG)
3. Integrierte und multisektorale Aktionen
4. Innovation
5. Kooperation
6. Netzwerkbildung
7. Territoriale lokale Entwicklungsstrategien

## DIE 18 NÖ LEADER - REGIONEN



Die LEADER-Regionen wurden im Zuge eines Auswahlverfahrens ermittelt. Grundlage war die von der jeweiligen Region vorgelegte lokale Entwicklungsstrategie. In Österreich wurden insgesamt 85 Regionen zu LEADER-Regionen ernannt, davon liegen 18 in NÖ.

## LEADER – REGION NÖ SÜD



Infos unter [www.leader-noe-sued.at](http://www.leader-noe-sued.at)

Für die laufende LEADER-Periode von 2007 - 2013 haben sich **drei Kleinregionen** zur LEADER-Region Niederösterreich Süd zusammen gefunden. Durch Zusammenarbeit aller Wirtschaftssektoren soll die Entwicklung der Region gefördert werden. Im Jahr 2009 wurde aus der ARGE der **Verein LEADER-Region Niederösterreich Süd** mit Sitz im Rathaus Neunkirchen.

Der Verein wird von den drei Obleuten der Kleinregionen vertreten. Gemeinsam mit dem LEADER Management sind sie die erste Ansprechstelle vor Ort.

### HETEROGENITÄT DER LEADER-REGION NÖ SÜD

Die Unterschiedlichkeit der Teilräume ist eine Stärke der Gesamtregion. Für Kooperations-projekte stellt die Vielfalt an Strukturen aber auch immer wieder eine Herausforderung dar.



Weltkulturerbe-Region  
**Semmering-Rax**



## ANSPRECHPERSONEN

Ein besonderer Dank gilt den Schlüsselpersonen (Funktionäre und Mitarbeiter/innen) für die engagierte und konstruktive Zusammenarbeit im Projekt.



**Bgm. Josef LAFERL**

*Obmann Gemeinsame Region Schneebergland*

✉ [J.LAFERL@HOHEWAND.NET](mailto:J.LAFERL@HOHEWAND.NET) ☎ 0664 / 502 51 61

Seit 1980 Raiffeisenorganisation (RRB Wr. Neustadt), seit 2005 Bürgermeister der Gemeinde Hohe Wand, seit Jänner 2007 Obmann der Kleinregion Schneebergland.



**Bgm. Irene Gölles**

*Obfrau Weltkulturerberegion Semmering-Rax*

✉ [irene.goelles@gloggnitz.gv.at](mailto:irene.goelles@gloggnitz.gv.at) ☎ 02662 / 42401

Seit 1995 im Gemeinderat, bis 2005 Stadträtin für Kultur- u. Sozialangelegenheiten, ab 2005 Mitglied im Ausschuss für Wohnungen, Liegenschaften u. Sozialangelegenheiten, Bauwesen u. öffentl. Einrichtungen, 2000 - 2009 Vizebürgermeisterin, seit 2010 Bürgermeisterin der Stadt Gloggnitz.



**Vzbgm. Mag.jur. Christian Samwald**

*Obmann Kleinregion Schwarzatal*

✉ [christian.samwald@noel.gv.at](mailto:christian.samwald@noel.gv.at) ☎ 02742 / 9005/12447

Studium der Rechtswissenschaften an der juristischen Fakultät Wien, Abschluss '05, Rechtspraktikant am BG Neunkirchen / LG Wiener Neustadt '06, Klubdirektor Stv. im SPÖ Landtagsklub NÖ - seit März 2007, seit 2010 Wirtschaftsstadtrat der Stadtgemeinde Ternitz.

### Kontakt zum LEADER-Management-Team für die Region NÖ Süd

**DI Martin Rohl & Mag. (FH) Katharina Schörner**

*LEADER-Manager & LEADER-Assistentin*

✉ [m.rohl@LEADER-noe-sued.at](mailto:m.rohl@LEADER-noe-sued.at)

☎ 0676/812 20 332

✉ [k.schoerner@leader-noe-sued.at](mailto:k.schoerner@leader-noe-sued.at)

☎ 0676/812 20 345



## AUSGANGSSITUATION UND ZIELE

### PROJEKT „DEMOGRAFIE CHECK LEADER-REGION NÖ SÜD“

Der demografische Wandel bringt neue Herausforderungen für die LEADER-Region NÖ Süd. Alle Lebensbereiche werden davon berührt, vor allem die wichtigen LEADER-Themen regionale Wirtschaft, Versorgung, Freizeit und Tourismuswirtschaft. Deshalb findet sich das Thema auch in der lokalen LEADER Entwicklungsstrategie. Gemeinsam gilt es, sich verstärkt mit diesem Thema auseinander zu setzen. Mit dem Projekt „Demografie Check LEADER-Region NÖ Süd“ werden Betriebe und Gemeinden aktiv unterstützt, um sich gut auf die kommenden Entwicklungen einzustellen.

Voraussetzung dafür ist, dass alle, die daran arbeiten, über die Bevölkerungsentwicklung in der Region und deren Auswirkungen gut Bescheid wissen.

Dafür liegen einerseits statistische Daten auf Gemeinde- und Bezirksebene vor, andererseits gehören Vertreter/innen aus Wirtschaft, Verwaltung und Politik gemeinsam mit Fach-expert/innen in den Entwicklungsprozess mit einbezogen, um die Fakten realistisch zu interpretieren, Handlungsfelder abzuleiten, Maßnahmen gemeinsam zu entwickeln und deren anschließende Umsetzung zu sichern.

Ziel des regionalen Demografie Checks ist es, auf Basis fundierter Daten und Fakten **umsetzbare Maßnahmen** zur Sicherung und Steigerung der regionalen Wertschöpfung zu erarbeiten.

Unterstützt wird das Projekt von der NÖ Landesregierung (Abteilungen RU2 und LF3) und der ecoplus sowie von einem Expertenteam der Wallenberger & Linhard Regionalberatung GmbH in Kooperation mit con.os.

Die Arbeiten passieren in Kooperation mit den Wirtschaftskammer-Bezirksstellen Neunkirchen und Wiener Neustadt.

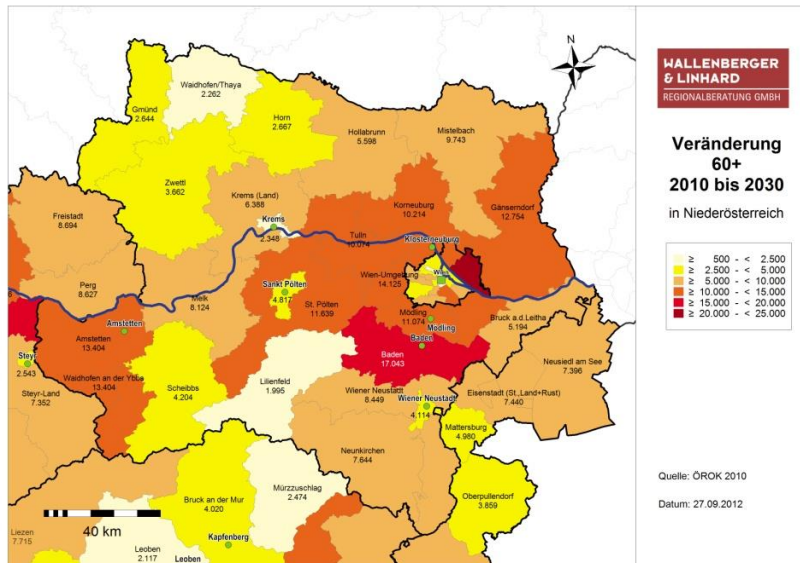
### ES LOHNT SICH, SICH MIT DEM DEMOGRAFISCHEN WANDEL ZU BESCHÄFTIGEN

Der demografische Wandel war lange nur ein Thema für Wissenschaft, Medien und Politik. Nun ist er auch in den Gemeinden und Regionen voll gelandet. Es gibt immer weniger junge, dafür immer mehr ältere Menschen. Lebensstile haben sich verändert. Wohnformen sind im Wandel. Die Menschen fragen in Zukunft andere Leistungen nach als heute. In welche Infrastruktur lohnt es sich zu investieren? Wie kann die Lebensqualität in der Gemeinde gehalten oder sogar gesteigert werden? Nicht ohne Grund hat daher die EU 2012 das „Europäische Jahr für aktives Altern und Solidarität zwischen den Generationen“ ausgerufen.

Auch Unternehmen haben Fragen. Wer sind die Kunden von morgen, wie viele sind es und wo leben sie? Welche Bedürfnisse haben sie? Wie viele Arbeitskräfte und mit welcher Qualifikation werden in Zukunft zur Verfügung stehen?

Fragen über Fragen – und die Antworten sind komplex. Wer tatenlos den Entwicklungen zusieht muss mit den Folgen unvorbereitet leben. Wer sich aktiv mit dem demografischen Wandel beschäftigt, kann ihm Chancen abgewinnen. Natürlich gibt es auch Risiken. Aber es kommt eben darauf an, was man daraus macht. Es ist allemal besser, ein Risiko zu kennen, Handlungsfelder zu identifizieren und Antworten parat zu haben, als die Augen zu verschließen.





## DIE RICHTIGEN WEGE IN DIE ZUKUNFT FINDEN

Die Herausforderung besteht darin, Zeit und Geld richtig zu investieren. Dazu muss man aber ein paar Dinge wissen. Welche sind in Zukunft die wichtigsten Stärken und Schwächen der Gemeinde? Wie wird sich die Region entwickeln? Worauf gilt es sich einzustellen?

Es geht darum, die richtigen Entwicklungspfade zu erkennen. Dann ist es einfacher die richtigen Maßnahmen zu realisieren, da die Entwicklungen klarer erkennbar sind.

Das Wissen um den demografischen Wandel hilft, realistisch zu bleiben. Gemeinden, die seit Jahrzehnten schrumpfen, werden nicht in fünf Jahren einen Bevölkerungsboom erleben. Aber durch die richtigen Maßnahmen kann trotzdem die Lebensqualität erhalten und auch erhöht werden. Schrumpfung kann auch ein Mehr an Qualität abseits von Größe bedeuten. Anders verhält es sich bei boomenden Regionen mit starkem Zuzug. In der LEADER-Region NÖ Süd kommt beides vor. Es gibt daher viele Gründe, warum sich die Beschäftigung mit dem demografischen Wandel für Sie lohnt.

## DIE ARBEIT ZUM DEMOGRAFISCHEN WANDEL KANN SEHR SPANNEND SEIN!

### STATISTIK IST NUR DIE BASIS – ES GEHT IMMER UM MENSCHEN

Die meisten verbinden mit „Demografie“ vor allem eines: Statistiken wie Geburtenraten, Sterberaten und Wanderung. Stimmt, ist aber nur die Basis. Trotz der vielen Zahlen geht es immer um die Menschen. Menschen, die sich und ihr Umfeld laufend verändern. Sie werden geboren und werden älter. Sie lernen und arbeiten. Sie haben Freizeit und Hobbies. Sie wohnen und ziehen um. Sie gründen Familien. Sie engagieren sich je nach Lebensphase mehr oder weniger. Sie integrieren sich, oder auch nicht. Sie gehen in Pension. Und so wirken sie auf die Region, die Unternehmen, den Arbeitsmarkt, den Wohnstandort und auf das Zusammenleben.

### MENSCHEN VERÄNDERN SICH. DAS IST NICHT NEU!

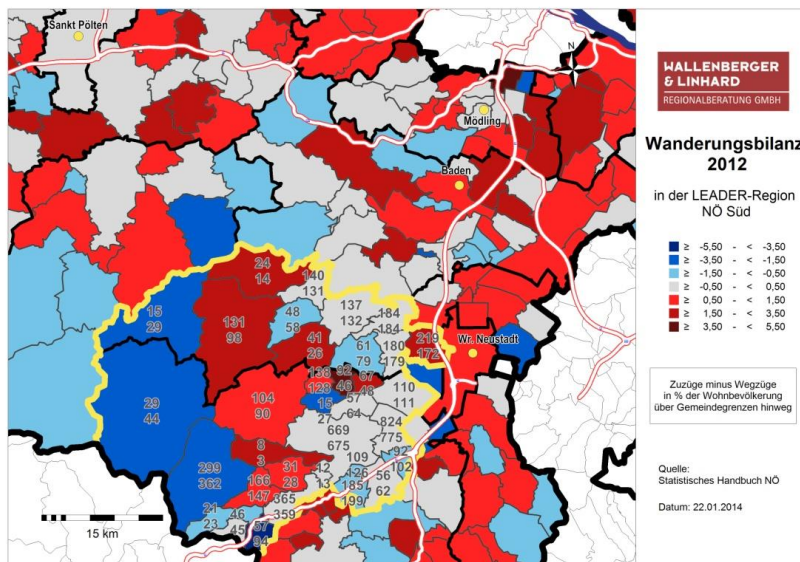
Die Zeiten sind vorbei, in denen Menschen einen gut vorhersehbaren Lebensweg vor sich haben. Wir sind flexibler und mobiler geworden. Wir üben im Laufe unseres Lebens unterschiedliche Berufe in verschiedensten Unternehmen aus. Wir sind unselbstständig beschäftigt und immer öfter auch mal freiberuflich oder selbstständig tätig. Wir wohnen an verschiedenen Orten und haben manchmal auch gleichzeitig mehrere Wohnsitze. Menschen heiraten und trennen sich wieder, leben in Partnerschaften, in Patchworkfamilien oder alleine. Sie nutzen neue Wege der Kommunikation.

Ab ca. 60 fühlen wir uns um 10 Jahre jünger und verhalten uns auch so. Eigentlich ist das nichts Neues. Menschen haben sich schon immer verändert. Dazu kommen wirtschaftliche und technische Veränderungen. Neu ist die Geschwindigkeit, mit der das passiert. Das bedeutet, dass sich Unternehmen, Politik und Verwaltung schneller an diese Veränderungen anpassen müssen.

### NICHT NUR IM SALDO DENKEN!

Rein zahlenmäßig ist die Bevölkerungsveränderung leicht auszurechnen: Geburten minus Sterbefälle und Zuzüge minus Wegzüge. Ist der Saldo positiv wächst man, ist er negativ schrumpft der Standort. Aber so einfach ist es nicht. Menschen die wegziehen hinterlassen gesellschaftliche Lücken. Menschen die zuziehen bringen ihre eigenen Ideen ein, die manchmal neu und anders sind. Sie geben Impulse oder leben eher zurückgezogen. Der demografische Wandel verändert die Region. Aber wie? Welche Menschen ziehen weg? Und welche Menschen kommen neu dazu?

Aus welchen Gründen? Was erwarten sie sich? Diese Fragen sind wichtiger und spannender als die reinen Zahlen. Selbst in Gemeinden mit negativer Wanderungsbilanz, ziehen viele Menschen zu. Kennen Sie diese Menschen? Es sind Ihre Kunden für Gemeinden wie für Unternehmen. Sie prägen aber auch das Vereinsleben und den sozialen Zusammenhalt. Wie erreichen Sie die „Neuen Mitbürger/innen“?



### GROSSE UNTERSCHIEDE INNERHALB DER REGION ERFORDERN UNTERSCHIEDLICHE MASSNAHMEN

Der demografische Wandel in Regionen verläuft nicht überall gleich. Das trifft besonders auf die LEADER-Region NÖ-Süd zu. Während Gemeinden nahe der Südautobahn wachsen, sind Gemeinden in den Seitentälern von anhaltenden Schrumpfungsprozessen betroffen. Es gilt zu betrachten, welche regionalen Bereiche hinsichtlich demografischer Entwicklung zusammenpassen. Für jeden dieser Bereiche müssen andere Maßnahmen entwickelt werden.

### EINE EIGENE FUNDIERTE MEINUNG HABEN

Gerade beim Thema demografischer Wandel ist es gut, eine eigene, fundierte Meinung zu haben. Wie fast überall gibt es auch hier Schlechtredner und Gesundheitsbetreuer. Wem kann man glauben? Man muss dazu nicht alles bis ins kleinste Detail wissen. Aber ein solides Grundwissen braucht es, um die Hintergründe zu kennen. Und wenn es um die eigene Region, die eigene Gemeinde, den Betrieb oder den Verein geht, ist dieses Wissen noch viel wertvoller. Viele Entscheidungen fallen leichter und erweisen sich als besser, wenn man den demografischen Wandel mit berücksichtigt.



## AUSGEWÄHLTE DATEN ZUR DEMOGRAFISCHEN ENTWICKLUNG DER REGION

Der demografische Wandel in Regionen verläuft nicht überall gleich. Das trifft besonders auf die LEADER-Region Niederösterreich Süd zu. Während manche Gemeinden wachsen, sind andere von anhaltenden Schrumpfungprozessen betroffen. Es gilt zu betrachten, welche regionalen Bereiche hinsichtlich demografischer Entwicklung zusammenpassen. Für jeden dieser Bereiche müssen andere Maßnahmen entwickelt werden.

### AKTUALITÄT DER DATEN.

Die im Folgenden angeführte Datenanalyse der LEADER-Region NÖ Süd wurde bereits in einem geringeren Umfang im Rahmen der Auftaktveranstaltung am 12. November 2012 publiziert und an Interessierte verteilt. Für den Endbericht wurden sämtliche Daten aktualisiert (Stand Februar 2014) bzw. wurde die Analyse der Daten sehr viel umfangreicher vorgenommen.

FOLGENDE DATEN SIND DARGESTELLT, WURDEN AKTUALISIERT BZW. NEU HINZUGEFÜGT:

### BEVÖLKERUNG

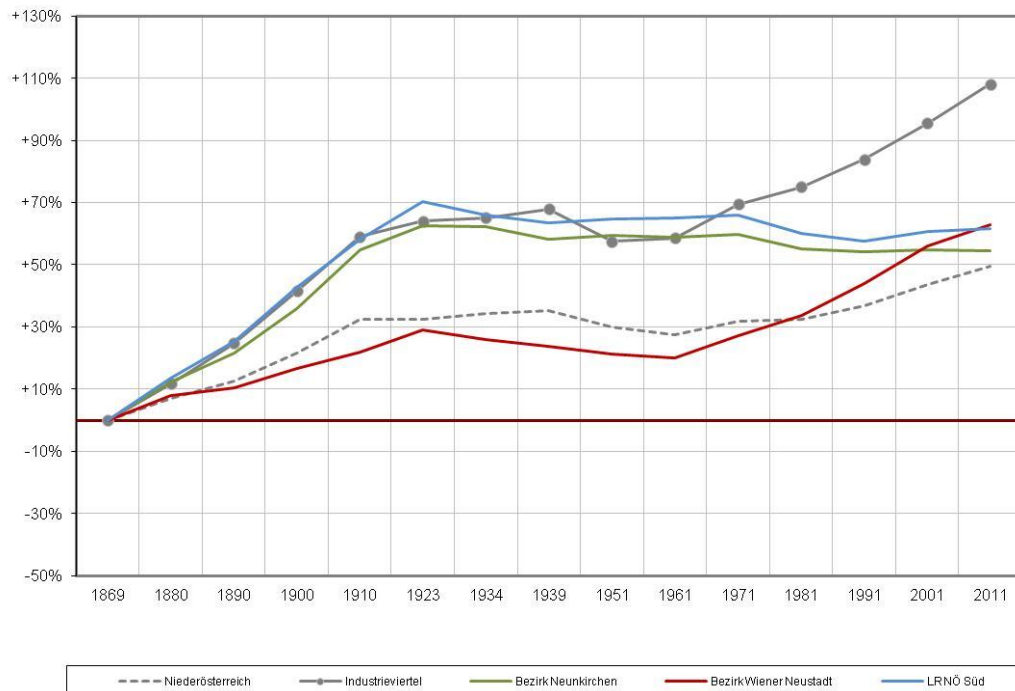
- Diagramm „Bevölkerungsentwicklung 1869 – 2011“: **NEU**
- Tabelle „Bevölkerungsentwicklung 1951 – 2011 und 2013“:
- 2011: **Aktualisiert** aus der neuen Registerzählung 2011 der Statistik Austria
- 2013: **NEU**
- Karte „Bevölkerungsentwicklung zwischen 2003 und 2013 in Ostösterreich“: **NEU**
- Tabelle „Bevölkerungsprognose bis 2030“: **NEU**
- Karte „Bevölkerungsveränderung 2009 bis 2030 nach Prognoseregionen in %“: **NEU**
- Tabelle „Altersstruktur 1991/2001/2013“: **Aktualisiert**
- Altersbaum der LEADER-Region NÖ Süd nach Einzeljahren 2013: **NEU**
- Portfolio „Bevölkerungsveränderung und Altersstruktur in der LEADER-Region“: **NEU**
- Tabelle „Prognose zur Altersstruktur 2015 und 2030“: **Optimiert**
- Karte „Veränderung der 15 – 59-Jährigen bis 2030 in NÖ“
- Karte „Veränderung der Personen mit 60 Jahren und mehr bis 2030 in NÖ“: **NEU**
- Diagramm „Wanderungssaldo und Geburtenbilanz 2001/2011“: **NEU**
- Karte „Wanderungsbilanz in der LEADER-Region NÖ Süd 2012“: **NEU**
- Tabelle „Bevölkerungsbewegung 2012“: **Aktualisiert** und zusammengefasst
- Tabelle „Fertilität und Lebenserwartung in NÖ 2001 und 2012“: **NEU**
- Tabelle „Kennwerte für Geburtenbilanz 2012“: **NEU**
- Tabelle „Kennwerte für Wanderungsbilanz 2001 und 2012“: **NEU**
- Tabelle „Richtungsspezifische Wanderungen 2012 zwischen den Bezirken NÖ's“: **NEU**
- Tabelle „Richtungsspezifische Wanderungen 2012“: **NEU**
- Tabelle „Veränderung der Zweitwohnsitzfälle 2001, 2008 und 2011“: **NEU** bzw. ergänzt
- Diagramm „Nebenwohnsitzfälle und Wohnbevölkerung 2011 nach Kleinregionen“: **NEU**
- Tabelle „Kennwerte der Nebenwohnsitze 2001, 2008 und 2011“: **NEU**

## ARBEITSMARKT & BETRIEBE

- Tabelle „Erwerbstätige 2010 nach Stellung im Beruf sowie Erwerbs- und Erwerbstätigenquoten“
- Tabelle „Bevölkerung nach Erwerbsstatus 2010“: **Aktualisiert**
- Tabelle „Kennwerte für die Erwerbsstatistik 2010“: **NEU**
- Diagramm „Erwerbstätige 2010 nach wirtschaftlicher Zugehörigkeit in der LEADER-Region NÖ Süd“: **NEU**
- Tabelle „Aktive Betriebsstandorte 2005 und 2013“: **Aktualisiert**
- Diagramm „Vergleich der aktiven Betriebsstandorte 2013 nach Kleinregionen“: **NEU**
- Tabelle „Kennwerte für aktive Betriebsstandorte 2005 und 2013“: **NEU**
- Tabelle „Unternehmensneugründungen 2003/2006/2012“: **Aktualisiert**
- Tabelle „Brutto-Medianeinkommen 1991/2001/2012“: **Aktualisiert**
- Karte „Brutto-Medianeinkommen in NÖ 2012“: **NEU**
- Tabelle „Bruttobezüge und Nettoeinkommen 2011“: **Aktualisiert**
- Tabelle „Kennwerte für die Bruttobezüge und Nettoeinkommen 2011“: **Neu**
- Tabelle „Pendler/innenanalyse 2009 – Bezirkspendler/innen“
- Tabelle „Arbeitslosenquote 2003 bis 2013 sowie Juli 2013 und Jänner 2014“: **NEU**
- Tabelle „Lehrlingsstatistik 2012“: **NEU**
- Tabelle „Anzahl der Betriebe nach Bezirksbauernkammern 1999 – 2011“: **NEU**
- Tabelle „Ankünfte und Übernachtungen in Berichtsgemeinden 2001 und 2012“: **NEU**

## BEVÖLKERUNG: ENTWICKLUNG, VERÄNDERUNG, STRUKTUR

### LANGFRISTIGE BEVÖLKERUNGSENTWICKLUNG 1869 – 2011



Quelle: Statistik Austria, VZ; ZMR; Registerzählung 2011

Wie bereits erwähnt, verläuft die demografische Entwicklung in der LEADER-Region sehr unterschiedlich. Zu Beginn betrachten wir aber trotzdem die langfristige Entwicklung für die gesamte Region. Hierbei erkennt man einen ersten, rapiden Anstieg der Bevölkerung. Der Höhepunkt wird in den 1920ern erreicht. In dieser Zeit wuchs die Einwohnerzahl innerhalb der Region rascher als in Gesamtniederösterreich. Ab dann stagniert die Bevölkerung beziehungsweise ist leicht rückläufig. Bis in die 1960er hatten die LEADER – Region und das Industrieviertel eine ähnliche Wachstumsdynamik. Der Bezirk Wiener Neustadt hatte ebenfalls eine ähnliche Tendenz, aber die anfänglichen Wachstumsraten waren weit schwächer ausgeprägt.

Seit den 1960ern verzeichnen allerdings das Industrieviertel und der Bezirk Wiener Neustadt überaus starke Wachstumsraten. An diesem neuen Wachstumsschub hat die LEADER – Region, im Gegensatz zu den 1920ern, keinen Anteil mehr.

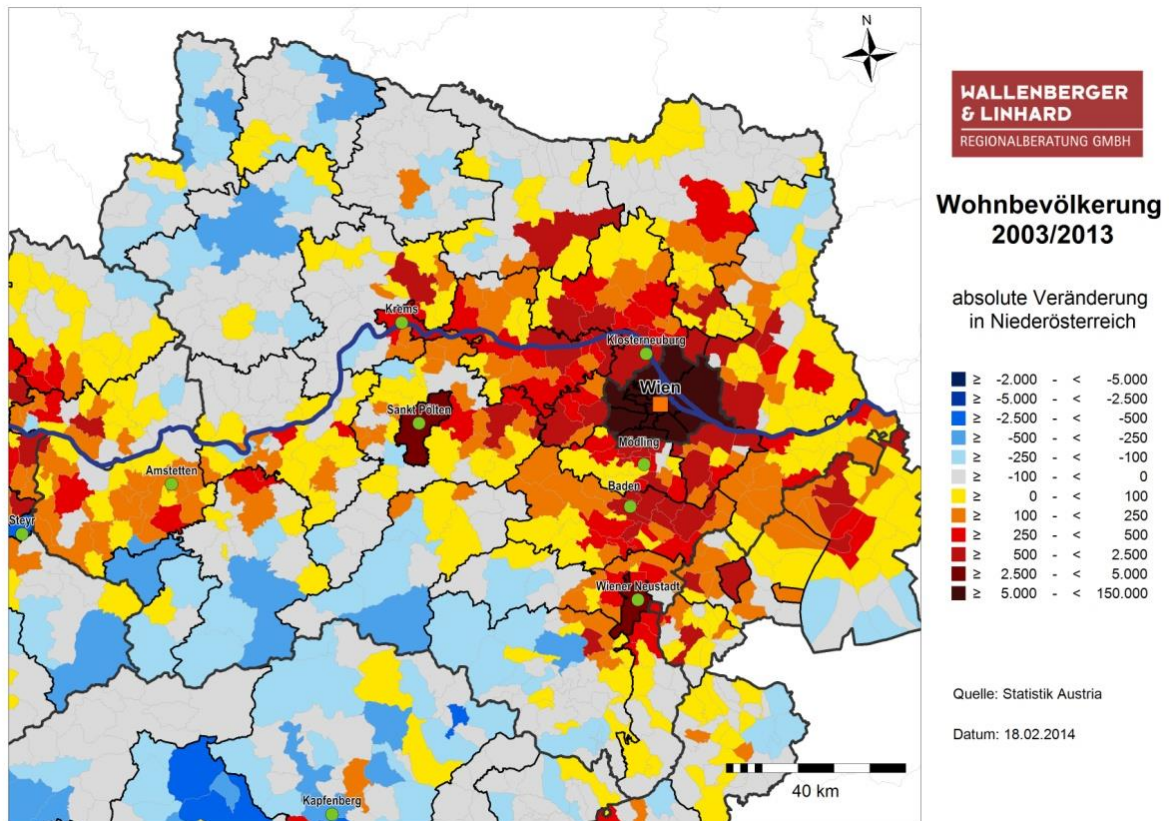
Im Hinblick auf die langfristige Bevölkerungsentwicklung gibt es zwischen dem Bezirk Neunkirchen und der LEADER – Region eine außerordentliche Ähnlichkeit.

## BEVÖLKERUNGSENTWICKLUNG 1951 – 2011 UND 2013

	Bev 1951	Bev 1961	Bev 1971	Bev 1981	Bev 1991	Bev 2001	Bev 2011	01-11	Bev 2013
Niederösterreich	1.400.471	1.374.012	1.420.816	1.427.849	1.473.813	1.545.804	1.611.981	4,28	1.618.592
Industrieviertel	412.761	415.552	444.124	458.997	482.160	512.395	545.566	6,47	550.428
Bezirk Neunkirchen	88.335	87.987	88.512	85.914	85.503	85.769	85.667	-0,12	85.344
Bez Wr.Neustadt	55.903	55.404	58.670	61.727	66.462	71.909	75.098	4,43	75.129
<b>LR NÖ Süd</b>	<b>78.536</b>	<b>78.690</b>	<b>79.077</b>	<b>76.254</b>	<b>75.091</b>	<b>76.581</b>	<b>76.933</b>	<b>0,46</b>	<b>76.504</b>
Buchbach	377	369	307	308	324	357	346	-3,08	346
Grafenbach-St. Valentin	1.746	1.857	2.003	1.969	2.233	2.303	2.248	-2,39	2.234
Natschbach-Loipersbach	510	457	624	1.115	1.332	1.537	1.715	11,58	1.737
Neunkirchen	10.924	10.875	11.005	10.784	10.216	11.028	12.323	11,74	12.263
Ternitz	14.523	15.569	16.515	16.104	15.443	15.232	14.831	-2,63	14.784
Bürg - Vöstenhof	165	157	172	184	179	176	174	-1,14	182
Wartmannstetten	1.224	1.168	1.214	1.271	1.426	1.675	1.606	-4,12	1.588
Wimpassing i. S.	1.799	2.066	2.021	2.066	2.007	1.915	1.720	-10,18	1.687
<b>KR Schwarztal</b>	<b>31.268</b>	<b>32.518</b>	<b>33.861</b>	<b>33.801</b>	<b>33.160</b>	<b>34.223</b>	<b>34.963</b>	<b>2,16</b>	<b>34.821</b>
Breitenstein	756	620	502	457	427	371	343	-7,55	331
Gloggnitz	7.081	7.228	7.123	6.271	5.996	6.159	6.050	-1,77	5.960
Payerbach	3.215	2.957	2.801	2.551	2.242	2.357	2.130	-9,63	2.146
Priggwitz	552	515	506	531	535	514	483	-6,03	475
Reichenau a.d.Rax	4.751	4.441	4.074	3.577	3.481	2.914	2.723	-6,55	2.613
Schottwien	921	860	895	744	685	714	714	0,00	676
Schwarza u. i. G.	1.522	1.317	1.162	966	918	831	698	-16,00	690
Semmering	1.374	1.313	1.016	819	730	610	571	-6,39	543
<b>KR Semmering-Rax</b>	<b>20.172</b>	<b>19.251</b>	<b>18.079</b>	<b>15.916</b>	<b>15.014</b>	<b>14.470</b>	<b>13.712</b>	<b>-5,24</b>	<b>13.434</b>
Grünbach am Schneeberg	2.513	2.487	2.015	1.887	1.852	1.776	1.668	-6,08	1.628
Puchberg a.S.	3.379	3.392	3.406	3.178	3.021	2.834	2.631	-7,16	2.655
St. Egyden a.St.	1.491	1.445	1.506	1.559	1.671	1.785	1.898	6,33	1.901
Schrattenbach	338	356	371	360	380	376	357	-5,05	356
Willendorf	667	680	705	671	727	798	897	12,41	935
Würlach	1.000	1.037	1.146	1.251	1.313	1.483	1.581	6,61	1.544
Höflein a. d. HW	724	703	769	743	717	779	868	11,42	907
Bad Fischau-Brunn	2.182	2.019	2.133	2.242	2.502	2.688	2.997	11,50	3.054
Gutenstein	1.860	1.772	1.714	1.550	1.586	1.402	1.324	-5,56	1.281
Hohe Wand	1.127	1.163	1.236	1.171	1.276	1.332	1.420	6,61	1.404
Markt Piesting	2.038	1.966	1.890	2.182	2.374	2.698	2.914	8,01	2.920
Miesenbach	902	819	767	709	722	710	679	-4,37	699
Muggendorf	511	491	421	416	433	520	529	1,73	523
Pernitz	2.458	2.584	2.938	2.627	2.513	2.601	2.526	-2,88	2.526
Rohr im Gebirge	635	607	591	556	545	517	486	-6,00	469
Waidmannsfeld	1.610	1.770	1.830	1.864	1.735	1.816	1.631	-10,19	1.593
Waldegg	2.215	2.134	2.105	2.010	2.021	2.062	2.014	-2,33	2.001
Winzendorf-Muthmannsdorf	1.446	1.496	1.594	1.561	1.529	1.711	1.838	7,42	1.853
<b>KR Schneebergland</b>	<b>27.096</b>	<b>26.921</b>	<b>27.137</b>	<b>26.537</b>	<b>26.917</b>	<b>27.888</b>	<b>28.258</b>	<b>1,33</b>	<b>28.249</b>

Quelle: Statistik Austria; Darstellung Wallenberger & Linhard Regionalberatung GmbH

## BEVÖLKERUNGSENTWICKLUNG ZWISCHEN 2003 UND 2013 IN OSTÖSTERREICH



Quelle: Statistik Austria; Darstellung Wallenberger & Linhard Regionalberatung GmbH

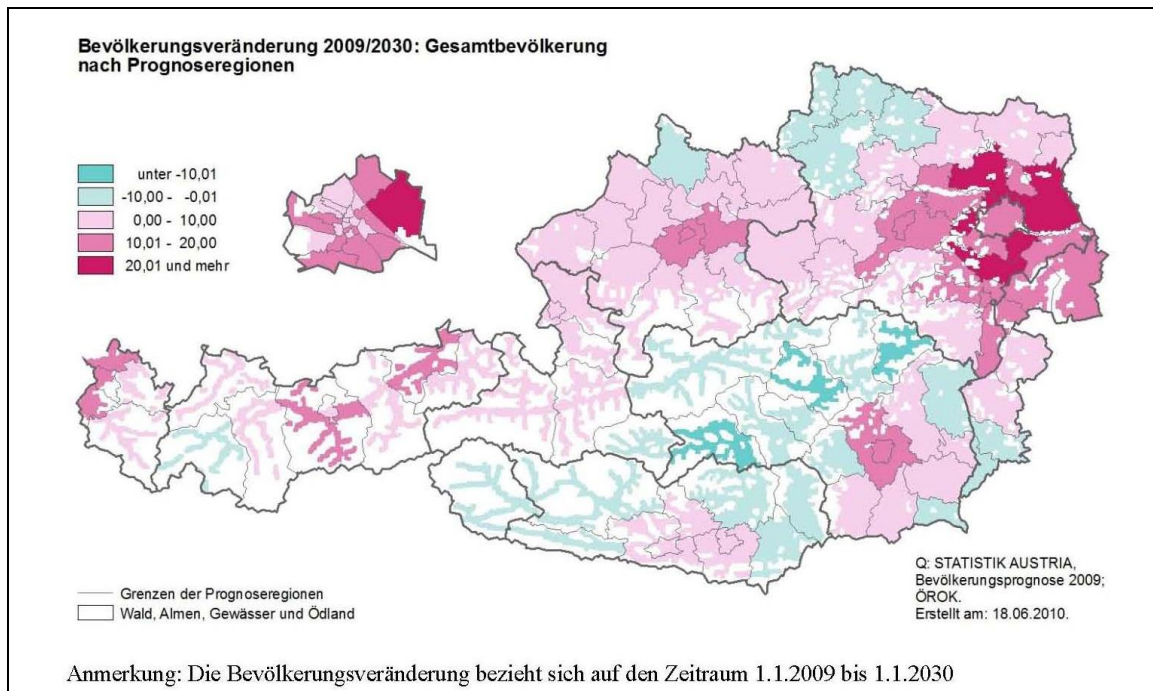
## BEVÖLKERUNGSPROGNOSE BIS 2030

Prognoseregion				Veränderung 2020 bis 2030	
	2020	2025	2030	absolut	in %
Niederösterreich	1.703.096	1.748.791	1.793.427	90.331	5,30
NUTS 3 Niederösterreich-Süd	264.720	270.687	276.667	11.947	4,51
Bezirk Neunkirchen	87.692	88.784	90.019	2.327	2,65
Bezirk Wiener Neustadt(Land)	79.270	81.666	83.996	4.726	5,96

Quelle: ÖROK Bevölkerungsprognose 2009



## BEVÖLKERUNGSVERÄNDERUNG 2009 BIS 2030 NACH PROGNOSEREGIONEN IN %



Quelle: ÖROK Bevölkerungsprognose 2009

Beschäftigt man sich mit der demografischen Entwicklung einer Region, dann ist natürlich ein Blick in die Zukunft sehr interessant. Da es sich hierbei um langsame und langfristige Prozesse handelt ist dies auch durchaus möglich. Zu beachten ist, dass es sich bei der oben abgebildeten Karte der ÖROK - Prognose um Entwicklungen innerhalb von NUTS3-Regionen handelt. Auf Bezirks-, und Gemeindeebene wird es deutliche Unterschiede geben. Wachstum wird einhergehen mit Schrumpfung.

Insgesamt wird die Bevölkerungszahl Österreichs künftig wachsen. Dies gilt für acht der neun Bundesländer. Nur für das südlichste Bundesland, Kärnten, werden keine Bevölkerungszunahmen prognostiziert.

Tiefer regionalisiert bietet sich ein deutlich differenzierteres Bild. Wie schon in der Vergangenheit, werden auch in Zukunft Regionen mit starkem Bevölkerungswachstum solchen mit Bevölkerungsverlusten gegenüber stehen. Die stärksten Zunahmen werden in den Regionen rund um die großen Städte zu verzeichnen sein. Die Städte selbst werden auch an Bevölkerung gewinnen, in der Regel allerdings nicht so stark wie ihr Umland.

Auf Basis der NUTS 3-Regionen sind die stärksten Zuwächse im Wiener Umland-Nord sowie im Wiener Umland-Süd zu erwarten. Sowohl der Westen als auch der Osten der Obersteiermark werden, wie in der Vergangenheit, auch künftig relativ stark an Bevölkerung verlieren.

Bezogen auf die Prognosebezirke (ohne Wien) ist bis 2030 das stärkste Bevölkerungswachstum in der Region Schwechat mit 28% zu erwarten. Für die Regionen Gänserndorf-Großenzersdorf-Marchegg (Wiener Umland-Nord bzw. Politischer Bezirk Gänserndorf) und Klosterneuburg-Purkersdorf (Wiener Umland-Nord bzw. Politischer Bezirk Wien-Umgebung) beträgt das bis zum Jahr 2030 prognostizierte Bevölkerungswachstum 23%, gefolgt von 22% für die Region Baden-Ebreichsdorf (Wiener Umland-Süd bzw. Politischer Bezirk Baden) und den Bezirk Korneuburg (Wiener Umland-Nord). Es handelt sich somit ausschließlich um Regionen des Wiener Umlandes, für die das stärkste Bevölkerungswachstum prognostiziert wird. Jene Bezirke, die in der Vergangenheit Bevölkerungsverluste zu verzeichnen hatten, werden auch künftig weitere Rückgänge erleben. In dieser Gruppe befinden sich wieder die Mur-Mürz-Furche sowie der Bezirk Liezen in der Obersteiermark, Unter- und Oberkärnten, Osttirol, der Lungau im Bundesland Salzburg sowie das Waldviertel.

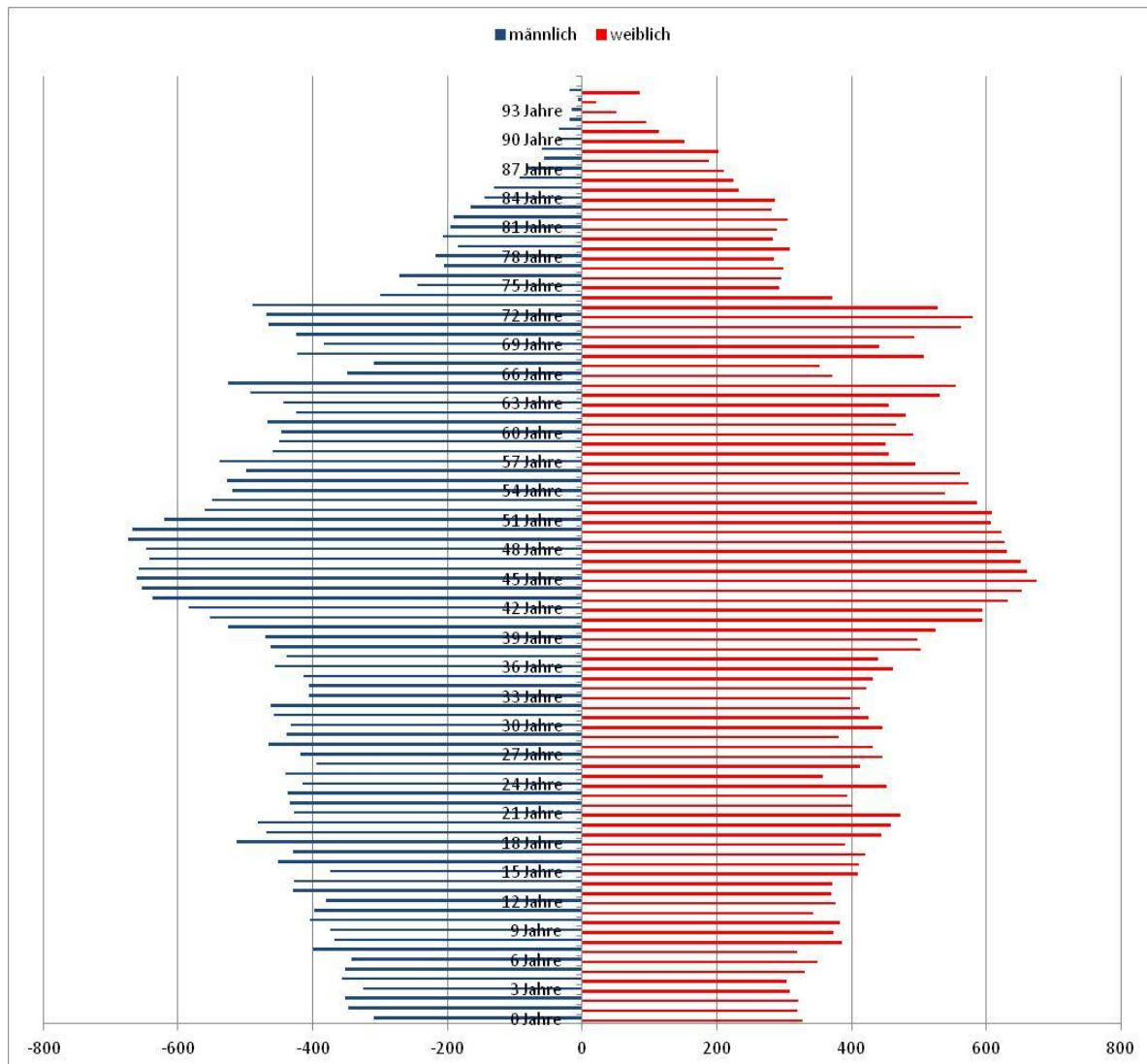
**ALTERSSTRUKTUR 1991/2001/2013**

	Alter 0-14			Alter 15 - 59			Alter 60+		
	Veränd.91/01	2001	2013	Veränd.91/01	2001	2013	Veränd.91/01	2001	2013
Niederösterreich	3,1%	17,1%	14,5%	3,7%	60,8%	60,6%	9,6%	22,2%	24,9%
Industrieviertel	7,8%	16,4%	14,6%	4,9%	61,7%	60,4%	9,2%	21,8%	25,0%
Bezirk Neunkirchen	-1,5%	16,4%	13,9%	-0,3%	59,8%	59,4%	3,2%	23,8%	26,8%
Bezirk Wiener Neustadt	7,3%	17,4%	14,7%	6,7%	61,3%	60,2%	13,5%	21,3%	25,1%
<b>LR NÖ Süd</b>	<b>5,2%</b>	<b>16,3%</b>	<b>14,0%</b>	<b>0,9%</b>	<b>59,6%</b>	<b>58,9%</b>	<b>2,6%</b>	<b>24,1%</b>	<b>27,0%</b>
Buchbach	22,0%	17,1%	12,4%	-	59,9%	56,4%	36,7%	23,0%	31,2%
Grafenbach-St. Valentin	-7,7%	17,2%	13,3%	5,0%	62,1%	61,5%	7,9%	20,7%	25,1%
Natschbach-Loipersbach	22,4%	19,5%	15,2%	6,0%	64,7%	63,8%	63,1%	15,8%	21,0%
Neunkirchen	19,7%	16,6%	16,3%	7,0%	60,7%	59,4%	3,0%	22,7%	24,2%
Ternitz	0,5%	15,6%	14,0%	-3,7%	59,7%	58,2%	3,4%	24,7%	27,8%
Bürg - Vöstenhof	-28,1%	13,1%	14,8%	3,8%	62,5%	57,1%	10,3%	24,4%	28,0%
Wartmannstetten	8,8%	18,5%	13,9%	21,5%	63,8%	62,2%	13,4%	17,7%	23,9%
Wimpassing i. Schwarzatale	-9,1%	16,2%	13,7%	-2,9%	61,8%	59,9%	-5,8%	22,0%	26,4%
<b>KR Schwarzatal</b>	<b>6,3%</b>	<b>16,4%</b>	<b>14,8%</b>	<b>1,8%</b>	<b>60,8%</b>	<b>59,4%</b>	<b>4,8%</b>	<b>22,9%</b>	<b>25,8%</b>
Breitenstein	-14,3%	12,9%	10,3%	-20,4%	58,8%	53,5%	8,2%	28,3%	36,3%
Gloggnitz	11,6%	15,5%	13,2%	3,5%	57,6%	57,7%	-3,3%	27,0%	29,1%
Payerbach	18,6%	15,4%	11,3%	2,7%	55,7%	57,2%	3,5%	28,9%	31,5%
Prigglitz	29,4%	17,1%	13,3%	-9,4%	58,0%	59,6%	-7,2%	24,9%	27,2%
Reichenau an der Rax	-14,1%	13,8%	12,3%	-18,9%	55,9%	53,5%	-12,1%	30,3%	34,2%
Schottwien	4,5%	19,5%	14,2%	-1,0%	55,7%	58,6%	18,0%	24,8%	27,2%
Schwarzau im Gebirge	-4,3%	16,2%	12,5%	-12,3%	59,0%	55,4%	-5,5%	24,8%	32,2%
Semmering	-21,3%	12,1%	7,7%	-16,8%	56,9%	53,8%	-13,7%	31,0%	38,5%
<b>KR Semmering-Rax</b>	<b>3,9%</b>	<b>15,2%</b>	<b>12,4%</b>	<b>-5,2%</b>	<b>56,9%</b>	<b>56,5%</b>	<b>-4,1%</b>	<b>27,9%</b>	<b>31,0%</b>
Grünbach am Schneeberg	-2,9%	16,8%	13,1%	-6,3%	57,1%	59,0%	0,2%	26,1%	27,9%
Puchberg am Schneeberg	-9,6%	13,7%	11,7%	-8,3%	58,1%	53,8%	0,4%	28,2%	34,5%
St. Egyden am Steinfeld	-6,9%	17,3%	14,6%	7,8%	63,5%	61,5%	19,1%	19,2%	23,9%
Schrattenbach	-18,2%	14,4%	12,6%	4,6%	60,9%	60,4%	-2,1%	24,7%	27,0%
Willendorf	20,0%	15,8%	12,7%	13,0%	61,0%	65,2%	-3,1%	23,2%	22,0%
Würflach	12,0%	15,1%	14,2%	6,3%	60,1%	58,6%	33,8%	24,8%	27,1%
Höflein a. d. Hohen Wand	20,4%	17,5%	13,1%	3,5%	60,8%	62,4%	15,8%	21,7%	24,5%
Bad Fischau-Brunn	7,7%	16,6%	14,8%	6,3%	60,7%	60,4%	10,3%	22,8%	24,9%
Gutenstein	-11,4%	17,1%	12,4%	-13,9%	54,7%	52,8%	-6,8%	28,2%	34,7%
Hohe Wand	-8,3%	16,5%	14,7%	5,5%	60,9%	62,7%	12,7%	22,6%	22,5%
Markt Piesting	10,0%	17,5%	16,7%	17,5%	61,6%	60,8%	6,2%	20,9%	22,5%
Miesenbach	-13,6%	16,1%	12,9%	1,0%	58,9%	60,7%	1,1%	25,1%	26,5%
Muggendorf	34,7%	19,4%	16,8%	18,4%	59,4%	58,1%	13,4%	21,2%	25,0%
Pernitz	13,0%	16,0%	14,4%	0,3%	56,8%	57,3%	5,2%	27,2%	28,3%
Rohr im Gebirge	-10,3%	20,1%	14,5%	-4,8%	57,6%	61,2%	-0,9%	22,2%	24,3%
Waidmannsfeld	18,8%	17,7%	10,6%	2,0%	59,7%	60,8%	2,3%	22,5%	28,6%
Waldegg	6,7%	18,6%	13,7%	2,3%	60,7%	62,0%	-2,5%	20,7%	24,3%
Winzendorf-Muthmannsdorf	35,3%	17,0%	13,5%	14,9%	61,6%	60,7%	-7,8%	21,4%	25,8%
<b>KR Schneebergland</b>	<b>4,5%</b>	<b>16,7%</b>	<b>13,9%</b>	<b>3,0%</b>	<b>59,7%</b>	<b>59,6%</b>	<b>4,4%</b>	<b>23,7%</b>	<b>26,6%</b>

Quelle: STATcube – Statistische Datenbank von STATISTIK AUSTRIA 2014



## ALTERSBAUM DER LEADER-REGION NÖ SÜD NACH EINZELJAHREN 2013



Quelle: STATcube – Statistische Datenbank von STATISTIK AUSTRIA 2014

Der „Altersbaum“ 2013 der LEADER-Region NÖ Süd macht die Frage bedeutsam, wie sich die Altersstruktur der Region in den nächsten 10 bis 20 Jahren verändern wird. Heute befindet sich noch der Großteil der Menschen im erwerbsfähigen Alter (bis 59 Jahre). 2020 werden viele Menschen aus dem Bereich „rausgerutscht“ sein.

Gleichzeitig kommen auch weniger junge Menschen nach. Was man früher noch als Alterspyramide bezeichnet hat, wird demnach immer mehr zum Baum. Daher sollte man sich einigen wichtigen Fragen stellen. Gibt es noch genügend Kinder für unsere Schulstandorte bzw. Arbeitskräfte für unsere Betriebe? Wer werden die Kund/innen von morgen sein?

Dabei ist auch wichtig zu beachten, dass sich die „Qualität“ der Pyramide ändert. Alt ist nicht gleich alt. Menschen über 60 sind bereits heute wesentlich aktiver als in der Vergangenheit.

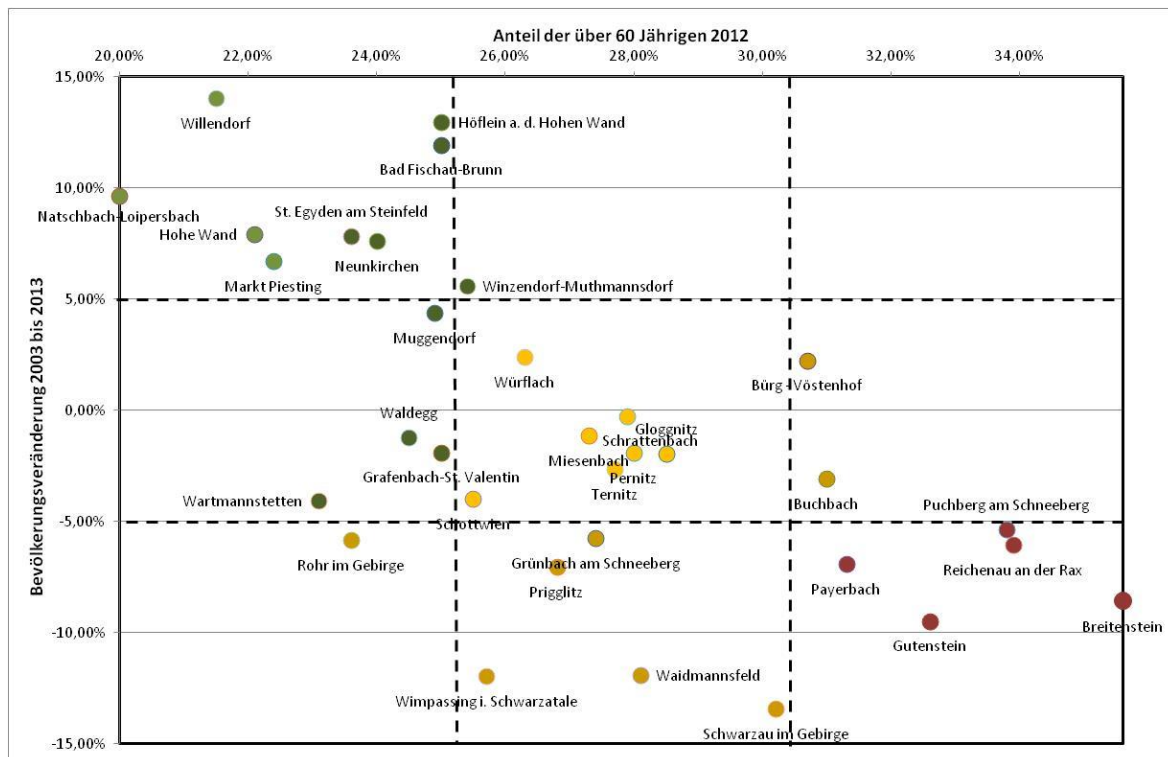
Sie haben daher andere Bedürfnisse, haben andere Ansprüche an Wohnen, Reisen und Kommunikation und fragen andere Produkte und Dienstleistungen nach. Ist der Markt darauf vorbereitet?

## VERTIEFENDE DISKUSSION ZU BEVÖLKERUNGSVERÄNDERUNG UND ALTERSSTRUKTUR

Bevölkerungsveränderung und Altersverteilung sind sicherlich zwei der bedeutendsten Maßzahlen, um den demografischen Wandel innerhalb von Regionen zu beschreiben. Wirft man einen Blick auf die Bevölkerungsveränderung von 2001 bis 2011, dann zeigen sich die großen Unterschiede innerhalb der LEADER – Region. Grundsätzlich weisen auch schon die Kleinregionen, in denen die Gemeinden organisiert sind, verschiedene Dynamiken auf. So wuchsen etwa die Kleinregionen Schwarzatal um 2,16% und Schneebergland um 1,33%. Die Kleinregion Semmering-Rax hingegen schrumpfte um 5,24%. Auch im längerfristigen Vergleich seit 1951 zeigt sich, dass die großen Bevölkerungsverluste in der LEADER – Region auch in dieser Kleinregion stattfanden. Allerdings gibt es auch innerhalb der Kleinregionen große Unterschiede zwischen den Gemeinden. In der Kleinregion Semmering-Rax gab es zwischen 2001 und 2011 Gemeinden mit bis zu 16% Bevölkerungsverluste (Schwarzau im Gebirge), aber es gab auch Gemeinden ohne einen nennenswerten Rückgang (z.B.: Schottwien oder Gloggnitz). Im Schwarzatal schwanken diese Werte von circa minus 10% (Wimpassing im Schwarzatal) bis zu fast plus 12% (Natschbach-Loipersbach und Neunkirchen) und auch im Schneebergland existieren Kommunen mit einer Bevölkerungsabnahme von circa 10% (Waidmannsfeld) und einer Zunahme von über 12% (Willendorf) nebeneinander.

Auch bei dem zweiten entscheidenden, demografischen Merkmal, der Altersstruktur, zeigt sich eine ähnliche Vielfalt. Beispielsweise weisen die drei Kleinregionen 2013 einen unterschiedlich hohen Anteil an Bewohner/innen über 60 Jahren auf. Hier hat die Kleinregion Semmering-Rax mit 31% den höchsten Anteil, gefolgt vom Schneebergland (26,6%) und dem Schwarzatal (25,8%).

Und auch innerhalb der Kleinregionen gibt es wieder teils beachtliche Unterschiede. Vergleicht man die Bevölkerungsveränderung der Kleinregionen mit ihrer Altersstruktur, kommt man zu dem Schluss, dass hier ein Bevölkerungsrückgang mit einem höheren Anteil an über 60-jährigen Personen einhergeht. Um diesen möglichen Zusammenhang auf Gemeindeebene abzubilden, wurde nachstehend für die Gemeinden der LEADER – Region ein Portfolio (am Beispiel des Jahres 2012) erstellt.



Quelle: Statistik Austria, Darstellung Wallenberger & Linhard Regionalberatung GmbH

Auf der X – Achse ist der Anteil der Einwohner/innen über 60 Jahre abgebildet. Die Gemeinde Natschbach-Loipersbach hat mit ca. 20% hier den geringsten Anteil. Am höchsten ist dieser in der Gemeinde Breitenstein. Dort liegt er bei 35,6%.

Die Y – Achse zeigt die Bevölkerungsveränderung der letzten 10 Jahre (2003 bis 2013). Den höchsten Zuwachs hat hier die Gemeinde Willendorf mit 14% zu verzeichnen. Die größten Verluste gab es in der Gemeinde Schwarza im Gebirge mit 13,4%. Innerhalb dieser Spannweiten kann man die Gemeinden in neun Gruppen unterteilen. Je nachdem ob die Gemeinde ein hohen, mittleren oder geringen Anteil an Personen über 60 Jahren bzw. eine positive, neutrale oder negative Bevölkerungsentwicklung hat.

In die Gruppe „negative Bevölkerungsentwicklung und hoher Anteil an Personen über 60 Jahre“ fallen die Gemeinden Breitenstein, Gutenstein, Payerbach, Puchberg am Schneeberg und Reichenau an Rax. Drei dieser Gemeinden befinden sich in der Kleinregion Semmering-Rax und zwei in der Kleinregion Schneebergland. Diese Gruppe wird sich in Folge des demografischen Wandels intensiver mit Schrumpfungsprozessen auseinandersetzen müssen als die anderen Gemeinden.

In die Gruppe „positive Bevölkerungsentwicklung und geringer Anteil an Personen über 60 Jahre“ fallen die Gemeinden Bad Fischau – Brunn, Höflein an der Hohen Wand, Hohe Wand, Markt Piesting, Natschbach-Loipersbach, Neunkirchen, St. Egid am Steinfeld und Willersdorf. Hier gehören sechs von acht Gemeinden zur Kleinregion Schneebergland. Die restlichen sind Teil des Schwarzatals.

Grundsätzlich ist anhand des Portfolios zu erkennen, dass es einen negativen Zusammenhang zwischen Bevölkerungswachstum und Anteil der Personen über 60 Jahren gibt. Die Kleinregion Semmering-Rax ist diesbezüglich am stärksten betroffen, jedoch gibt es auch hier sogenannte „Ausreißer“-Gemeinden, die sich in anderen Gruppen des Portfolios wiederfinden. So befinden sich etwa Gloggnitz und Schottwien in der Gruppe mit einer neutralen Bevölkerungsveränderung und einem mittleren Anteil an älteren Personen.

## BEVÖLKERUNGSPROGNOSE NACH ALTERSGRUPPEN

Die Veränderung der Altersstruktur in den nächsten 10 bis 20 Jahren ist maßgeblich für die Entwicklungen innerhalb einer Region wie NÖ Süd. Prognosen auf diesem Gebiet sind sehr wertvoll, findet man in Österreich aber nur auf Bezirks- oder auf NUTS3 - Ebene. Beim Betrachten der oben dargestellten Tabelle und Karten zu diesem Thema sollte man also stets die Heterogenität der LEADER – Region im Hinterkopf behalten. Dennoch liefert ein Blick auf diese Werte einige wichtige Informationen.

### PROGNOSE ZUR ALTERSSTRUKTUR 2015 UND 2030

Prognose-region	2015			2015 in %			2030			2030 in %		
	0-14	15-59	60+	0-14	15-59	60+	0-14	15-59	60+	0-14	15-59	60+
NÖ	240.193	1.002.174	414.290	14,5	60,5	25,0	260.152	964.846	568.429	14,5	53,8	31,7
NUTS3												
NÖ Süd	37.651	155.014	66.039	14,6	59,9	25,5	40.391	148.981	87.295	14,6	53,8	31,6
Bezirk												
Neunkirchen	12.144	51.294	23.283	14,0	59,1	26,8	12.592	47.531	29.896	14,0	52,8	33,2
Bezirk												
Wr.Neustadt	11.349	46.162	19.384	14,8	60,0	25,2	12.388	45.153	26.455	14,7	53,8	31,5

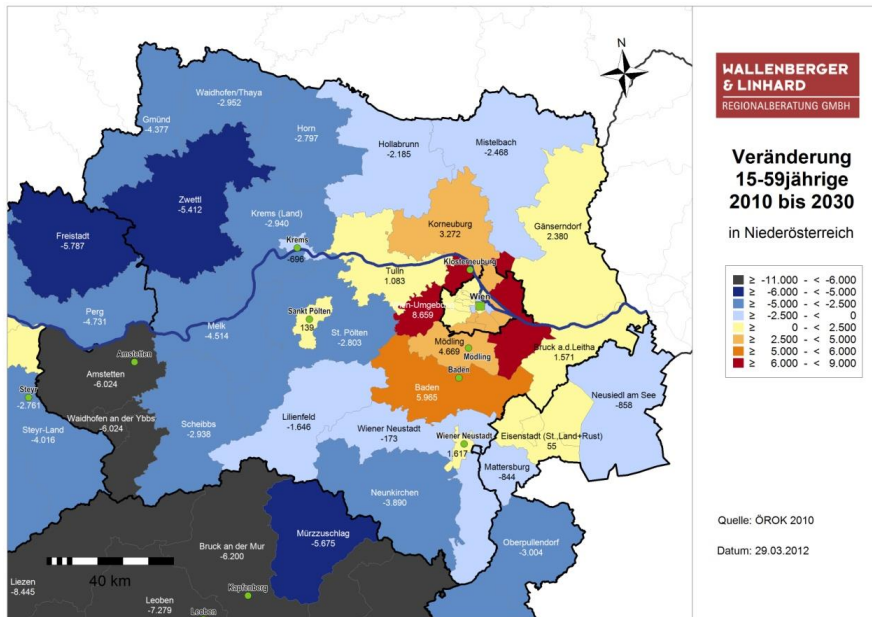
Quelle: ÖROK Bevölkerungsprognose 2009

Die beiden folgenden Karten verdeutlichen, dass alle Bezirke mit einem Zuwachs an Menschen über 60 Jahren rechnen müssen, während nur die wachsenden Bezirke einen Zuwachs an Personen zwischen 15 und 59 Jahren verzeichnen können. Bei stark wachsenden Regionen fällt die Zunahme der Personen 60+ sogar stärker aus.

Das bedeutet, dass sich alle Regionen auf einen größeren Anteil an älteren Menschen vorbereiten müssen. Die schrumpfenden Bezirke sind zusätzlich mit einer sinkenden Anzahl an jüngeren Personen konfrontiert.

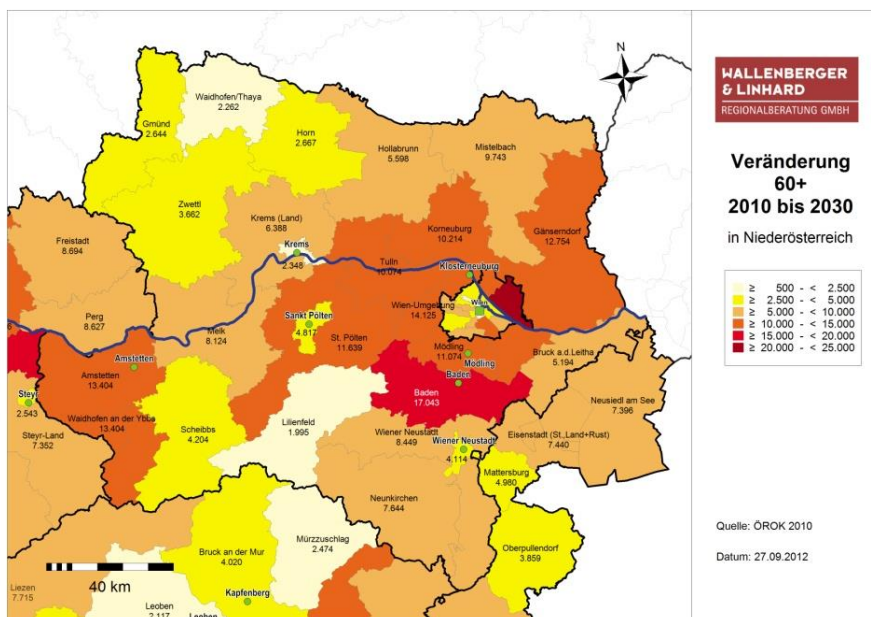
Für die Bezirke an denen die LEADER – Region beteiligt ist (Wiener Neustadt und Neunkirchen), weißt die ÖROK – Prognose einen moderaten Anstieg an älteren Personen aus, denen eine Abnahme an 15- bis 59-Jährigen gegenüber steht. Hier ist der Bezirk Neunkirchen wesentlich stärker betroffen als der Bezirk Wiener Neustadt.

## VERÄNDERUNG DER 15 – 59-JÄHRIGEN BIS 2030 IN NIEDERÖSTERREICH



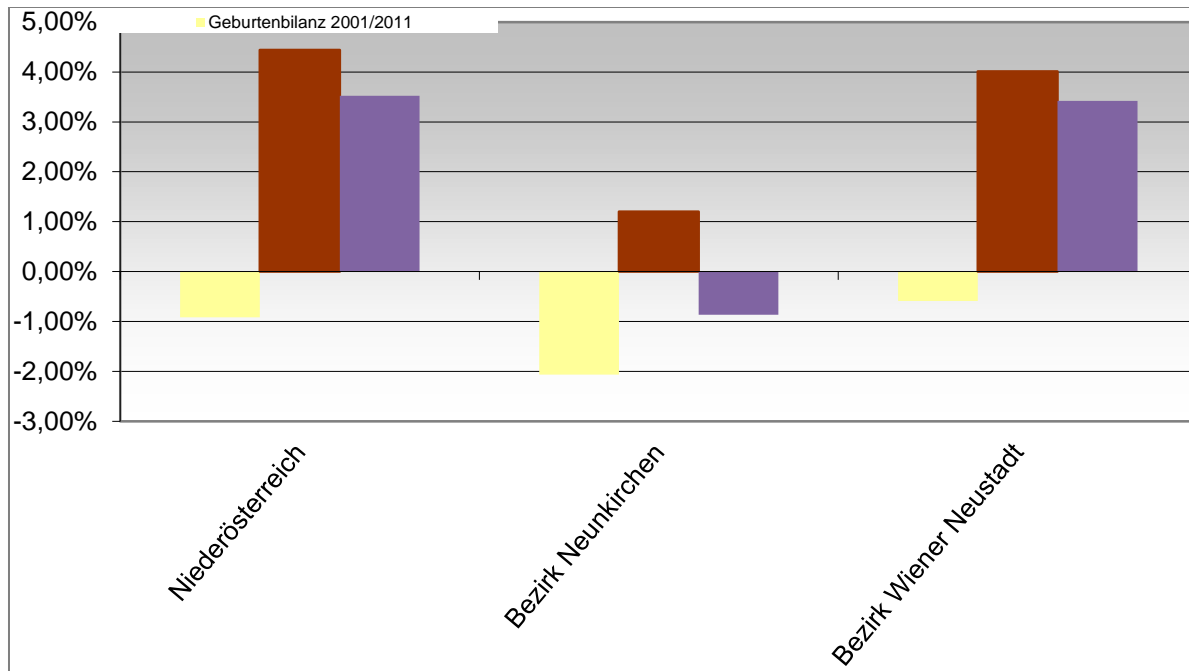
Quelle: ÖROK Bevölkerungsprognose 2009; Darstellung Wallenberger & Linhard Regionalberatung GmbH

## VERÄNDERUNG DER 60-JÄHRIGEN UND DARÜBER BIS 2030 IN NIEDERÖSTERREICH



Quelle: ÖROK Bevölkerungsprognose 2009; Darstellung Wallenberger & Linhard Regionalberatung GmbH

## WANDERUNGSSALDO UND GEBURTENBILANZ 2001/2011



Quelle: Statistik Austria, VZ, Wanderungsstatistik

Die Bevölkerungsveränderung besteht aus zwei Komponenten: Geburtenbilanz (Lebendgeborene minus Gestorbene) und Wanderungsbilanz (Zuzüge minus Wegzüge).

Für die LEADER – Region insgesamt sind keine Wanderungssalden<sup>1</sup> ausweisbar, aber für die beiden Bezirke, von denen die Region ein Teil ist. Die obere Abbildung zeigt, dass sowohl bei beiden Bezirken, als auch bei Gesamt-Niederösterreich die Geburtenbilanz der Jahre 2001 bis 2011 negativ war. Am stärksten war dies im Bezirk Neunkirchen mit minus 2% ausgeprägt. Allerdings können der Bezirk Wiener Neustadt und auch Niederösterreich ihre negative Geburtenbilanz durch eine positive Wanderungsbilanz mehr als ausgleichen. Dementsprechend kam es dort zu einem Bevölkerungswachstum. Im Gegensatz dazu konnte das moderate Wanderungsbilanz im Bezirk Neunkirchen das Geburtenminus nur abschwächen aber nicht ausgleichen.

Die Geburtenrate befindet sich in Österreich schon länger auf einem niedrigen Niveau. Diese Faktoren sind von großen und langfristigen gesellschaftlichen Entwicklungen abhängig und können auf Regions-, und Kommunalebene nur äußerst schwer beeinflusst werden. Wenn die Geburtenbilanz also eine relative fixe Größe ist, dann müssen die Kommunen und die Region um so mehr auf Zuwanderung setzen.

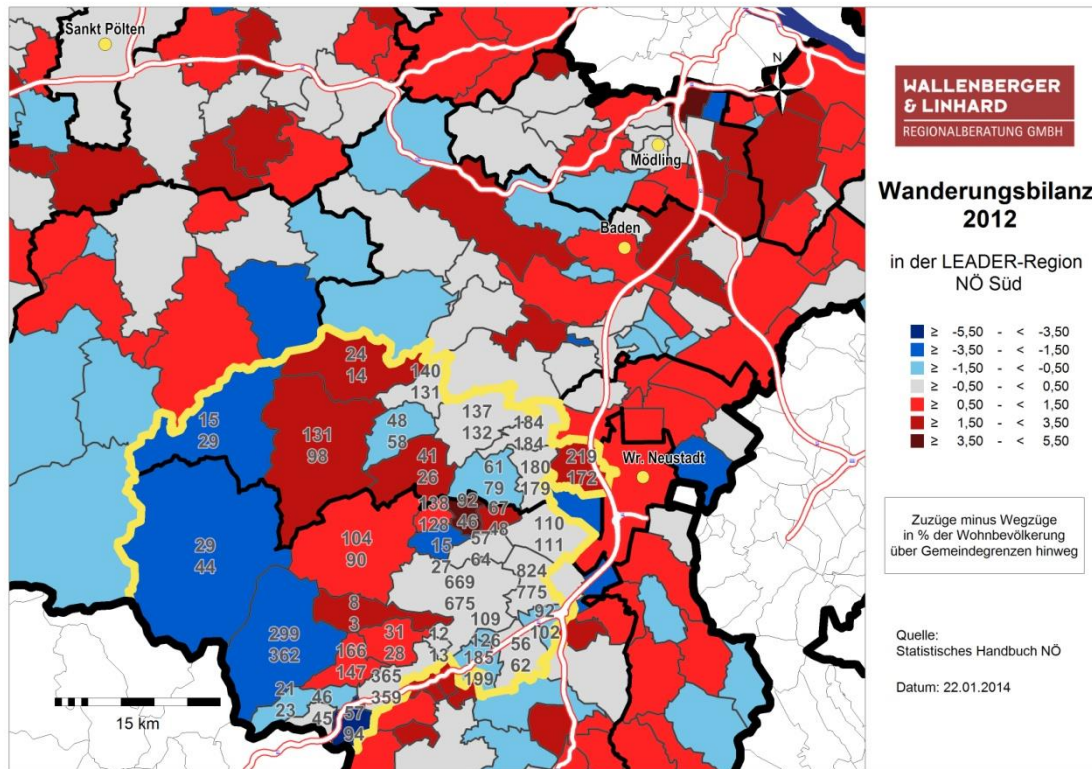
Die folgende Karte zeigt auf einen Blick die Wanderungsbilanz 2012 in der LEADER-Region

Nachstehende Tabelle zeigt die Wanderungsbilanz aller Gemeinden der LEADER-Region für das Jahr 2012. Die Farbskala beschreibt Zuzüge minus Wegzüge in Prozent der Wohnbevölkerung über Gemeindegrenzen hinweg. Die obere Ziffer pro Gemeinde weist auf den Zuzug in absoluten Zahlen hin. Die untere Zahl beschreibt den jeweiligen Wegzug aus einer Gemeinde der Region.

<sup>1</sup> Bei der Geburtenbilanz ist die Datenlage auf Regionsebene gegeben. Diese lag für die LEADER – Region im Jahr 2012 bei minus 211 Personen.



## WANDERUNGSBILANZ IN DER LEADER-REGION NÖ SÜD 2012



Quelle: Statistisches Handbuch des Landes NÖ 2013

Die Gesamt – Bevölkerungsbewegung wird nun folgenden auch nochmals tabellarisch dargestellt. Hier zeigt sich nochmals, dass es große Unterschiede innerhalb der Region gibt und es nicht immer ausreicht, sich bei der Analyse nur auf Bezirks- oder NUTS3- Datenebene zu beziehen. Leider sind in Österreich aber nicht alle Daten auf allen Ebenen vorhanden bzw. zugänglich. (Das Aggregieren auf Regionsebene ist bei Wanderungsdaten aufgrund des Binnenumzuges nicht möglich!)

## BEVÖLKERUNGSBEWEGUNG 2012

	Wanderung			Natürliche Bevölkerungsbewegung		
	Zuzüge	Wegzüge	Saldo	Lebend-geborene	Gestorbene	Saldo
Niederösterreich	89.236	82.458	6.778	14.031	16.734	-2.703
<i>Bezirk Neunkirchen</i>	<i>5.108</i>	<i>5.023</i>	<i>85</i>	<i>726</i>	<i>908</i>	<i>-182</i>
<i>Bezirk Wr. Neustadt (Land)</i>	<i>4.284</i>	<i>4.094</i>	<i>190</i>	<i>658</i>	<i>762</i>	<i>-104</i>
<b>LR NÖ Süd</b>				<b>647</b>	<b>858</b>	<b>-211</b>
Buchbach	12	13	-1	2	4	-2
Grafenbach-St. Valentin	185	199	-14	17	22	-5
Natschbach-Loipersbach	92	102	-10	11	7	4
Neunkirchen	824	775	49	132	142	-10
Ternitz	669	675	-6	122	149	-27
Bürg-Vöstenhof	8	3	5	3	3	0
Wartmannstetten	56	62	-6	14	16	-2
Wimpassing im Schwarzatal	109	126	-17	15	12	3
<b>KR Schwarzatal</b>				<b>316</b>	<b>355</b>	<b>-39</b>
Breitenstein	21	23	-2	3	-	3
Gloggnitz	365	359	6	42	102	-60
Payerbach	166	147	19	16	27	-11
Prigglitz	31	28	3	2	6	-4
Reichenau an der Rax	299	362	-63	19	34	-15
Schottwien	57	94	-37	11	9	2
Schwarzau im Gebirge	29	44	-15	7	5	2
Semmering	46	45	1	1	8	-7
<b>KR Semmering-Rax</b>				<b>101</b>	<b>191</b>	<b>-90</b>
Grünbach am Schneeberg	138	128	10	9	17	-8
Puchberg am Schneeberg	104	90	14	20	31	-11
St. Egyden am Steinfeld	110	111	-1	12	13	-1
Schrattenbach	15	27	-12	2	7	-5
Willendorf	67	48	19	7	3	4
Würflach	57	64	-7	9	17	-8
Höflein an der Hohen Wand	92	46	46	7	9	-2
Bad Fischau-Brunn	219	172	47	36	27	9
Gutenstein	131	98	33	6	46	-40
Hohe Wand	61	79	-18	13	14	-1
Markt Piesting	184	184	0	34	30	4
Miesenbach	41	26	15	7	9	-2
Muggendorf	24	14	10	4	3	1
Pernitz	140	131	9	18	32	-14
Rohr im Gebirge	15	29	-14	5	4	1
Waidmannsfeld	48	58	-10	7	16	-9
Waldegg	137	132	5	20	15	5
Winzendorf-Muthmannsdorf	180	179	1	14	19	-5
<b>KR Schneebergland</b>				<b>230</b>	<b>312</b>	<b>-82</b>

Quelle: Statistisches Handbuch des Landes NÖ 2013



## FERTILITÄT UND LEBENSERWARTUNG IN NÖ 2001 UND 2012

Jahr	Geburtenziffer	Allgemeine Fruchtbarkeitsziffer	Gesamtfuchtbarkeitsrate	Lebenserwartung bei der Geburt	
				Männer	Frauen
2001	8,9	42,8	1,35	75,6	81,2
2012	8,7	46,5	1,49	78	82,9

Quelle: Statistik Austria

Wie bereits erwähnt wird die Geburtenbilanz von der Geburten-, und der Sterberate beeinflusst. Die obige Tabelle weißt nun einige Kennzahlen aus, mit denen man diese Raten genauer beschreiben kann.

- Die Geburtenziffer beschreibt die Anzahl der Lebendgeborenen in einem Jahr pro 1000 Einwohner/innen.
- Die allgemeine Fruchtbarkeitsziffer beschreibt die Zahl der Lebendgeborenen pro Jahr und 1000 Frauen im Alter von 15 bis 44 Jahren (also ungefähr der Frauen im gebärfähigen Alter).
- Die Gesamtfuchtbarkeitsrate beschreibt jene Anzahl von Kindern, die eine Frau im Laufe ihres Lebens, gemäß der altersspezifischen, allgemeinen Fruchtbarkeitsziffer, gebären würde.
- Die Lebenserwartung bei der Geburt beschreibt, wie viele Jahre ein Mensch im Durchschnitt zu leben hat, wenn er in einem bestimmten Jahr zur Welt gekommen ist.

Hierbei ist zu erkennen, dass die Lebenserwartung von 2001 auf 2012 in Niederösterreich sowohl bei Frauen als auch bei Männern gestiegen ist. Bei Männern war dieser Anstieg stärker, allerdings von einem geringeren Niveau aus. Frauen, die im Jahr 2012 geboren wurden, leben im Durchschnitt um 4,9 Jahre länger als Männer. Die Geburtenziffer sank im selben Zeitraum geringfügig. Die Fruchtbarkeitsziffer und die Gesamtfuchtbarkeitsrate hingegen stiegen leicht an. Das ist darauf zurückzuführen, dass sich der Anteil von Frauen im gebärfähigen Alter gegenüber der Gesamtbevölkerung verkleinert hat.

Die Kennzahlen machen deutlich, dass in Niederösterreich aufgrund der Geburtenbilanz keine rapiden Bevölkerungszuwächse zu erwarten sind. Diese Annahme bestätigt sich, wenn man einen Blick auf die Zahlen der Geburtenbilanz 2012 für die Gemeinden der LEADER – Region in der obenstehenden Tabelle „Bevölkerungsbewegung 2012“ wirft.

## KENNWERTE FÜR GEBURTEN UND WANDERUNGSBILANZ

Kennwerte der Geburtenbilanz 2012 für die Gemeinden der LEADER - Region	Lebendgeborene 2012	Gestorbene 2012	Saldo 2012	Geburtensaldo 2012 in % Wohnbev 1.1.2013
Minimalwert	1	3	-60	-3,1
Maximalwert	132	149	9	0,9
Median	11	15	-2	-0,2
Mittelwert	19	26	-6,2	-0,29

Quelle: Statistik Austria, Statistisches Handbuch des Landes NÖ 2013, Berechnung Wallenberger & Linhard Regionalberatung GmbH

Der maximale Bevölkerungszuwachs, der 2012 in einer Gemeinde in der LEADER – Region erzielt wurde, betrug gerade einmal 9 Personen. Hingegen gingen in den Gemeinden bis zu 60 Personen bedingt durch die natürliche Bevölkerungsbewegung verloren. Ebenfalls befinden sich sowohl der Median als auch der Mittelwert im negativen Bereich. Wie zu erwarten war führt die natürliche Bevölkerungsbewegung in der Region nicht zu einem

Wachstum, sondern eher zu einer Schrumpfung der Bevölkerung. Es gibt hier zwar einige Ausreißer mit positiven Geburtenbilanzen, diese bringen aber nur sehr geringe Bevölkerungszuwächse.

Kennwerte der Wanderungsbilanz für die Gemeinden der LEADER - Region	Zuzüge		Wegzüge		Wanderungssaldo 2012	Wanderungssaldo 2012 in % Wohnbev 1.1.2013
	2001	2012	2001	2012		
Minimalwert	10	8	5	3	-63	-5,5
Maximalwert	800	824	660	775	49	5,1
Median	75,5	92	66	92	0,5	0,05
Mittelwert	126,5	139,2	113,9	137,4	1,7	0

Quelle: Statistik Austria, Statistisches Handbuch des Landes NÖ 2013, Berechnung Wallenberger & Linhard Regionalberatung GmbH

Wenn es zu einer positiven Bevölkerungsentwicklung in den Gemeinden der Region kommt, dann ist das eher auf eine positive Wanderungsbilanz zurückzuführen. Bei einigen Gemeinden fällt die Wanderungsbilanz aber auch recht negativ aus. So betrug das negativste Wanderungssaldo minus 63 Personen. Generell kann man anmerken, dass die Wanderungsbilanz für die Bevölkerungsentwicklung der Region stärker ins Gewicht fällt als die Geburtenbilanz, und das sowohl im positiven wie im negativen Sinne.

So betrug das negativste Wanderungssaldo als Anteil der Wohnbevölkerung im Jahr 2013 minus 5,5% und das positivste plus 5,1%. Bei der Geburtenbilanz betragen diese Werte minus 3,1 % bzw. plus 0,9%. Auch kann man sagen, dass die Wanderungsbilanz sich im Durchschnitt positiver auswirkt als die Geburtenbilanz. Der Median befindet sich hier noch im positiven Bereich und der Mittelwert liegt bei 0.

Natürlich gibt es aber innerhalb der Region große Unterschiede und daher auch Wanderungsgewinner und –verlierer.

## RICHTUNGSSPEZIFISCHE WANDERUNGEN 2012 ZWISCHEN DEN BEZIRKEN NÖ

nach von		Wegzüge																										nach NÖ
		KS	P	WY	WN	AM	BN	BL	GF	GD	HL	HO	KO	KR	LF	ME	MI	MD	NK	PL	SB	TU	WT	WB	WU	ZT		
KS	-	34	-	5	10	15	1	6	5	12	15	11	517	4	16	6	3	6	75	8	81	6	2	7	30	875		
P	67	-	8	11	41	33	6	5	7	16	8	9	29	99	107	6	29	7	855	17	47	3	9	8	6	1.433		
WY	1	7	-	-	144	4	-	-	-	3	-	-	2	7	7	1	14	-	3	21	2	-	2	1	-	219		
WN	12	22	1	-	8	204	9	15	2	13	1	14	7	4	4	9	47	287	10	-	9	1	568	16	-	1.263		
AM	6	58	164	13	-	18	7	6	11	11	5	4	6	8	203	8	22	5	31	89	12	7	4	8	4	710		
BN	25	43	12	285	20	-	53	32	8	21	3	39	22	70	24	28	488	185	58	13	35	6	396	112	6	1.984		
BL	1	5	-	10	1	77	-	51	-	4	3	7	1	4	4	2	21	10	9	-	4	-	17	187	-	418		
GF	8	15	1	14	18	37	48	-	6	32	4	51	4	6	7	316	44	14	16	2	32	2	16	80	4	777		
GD	24	7	1	4	5	10	1	7	-	1	17	6	15	4	6	4	12	11	13	1	12	110	1	10	66	348		
HL	21	7	2	11	10	28	1	22	14	-	130	107	37	1	6	80	28	5	8	3	70	10	7	14	3	625		
HO	24	11	-	2	3	7	1	8	25	111	-	20	46	-	9	7	4	-	9	2	13	42	-	6	30	380		
KO	20	30	7	8	4	38	10	73	8	148	11	-	11	4	8	121	25	11	12	2	120	7	6	62	6	752		
KR	418	51	2	10	19	12	-	3	13	29	58	16	-	8	72	18	10	1	99	3	76	8	2	16	50	994		
LF	10	159	2	5	38	28	2	2	10	7	2	4	10	-	28	11	17	11	219	6	6	-	19	14	-	610		
ME	23	160	9	5	204	11	3	8	9	3	1	2	42	22	-	5	9	10	144	260	18	8	9	15	22	1.002		
MI	10	20	4	5	5	29	6	297	2	57	5	80	8	2	9	-	16	15	16	3	17	6	11	39	5	667		
MD	9	14	8	69	12	685	29	34	8	9	4	25	10	14	20	28	-	72	41	6	30	8	96	123	8	1.362		
NK	2	14	-	365	13	102	12	13	4	9	2	3	2	15	2	14	75	-	17	1	15	2	304	18	1	1.005		
PL	73	806	3	12	35	36	5	12	3	5	8	15	106	114	151	20	36	8	-	39	165	5	10	56	12	1.735		
SB	14	39	26	-	115	11	-	-	4	5	1	1	5	7	246	5	19	2	26	-	8	2	9	4	-	549		
TU	65	50	-	15	12	15	3	25	7	50	22	84	102	11	13	11	25	12	139	6	-	13	5	176	6	867		
WT	13	5	-	3	7	5	-	3	108	5	35	2	7	1	2	18	4	3	10	3	6	-	4	5	59	308		
WB	-	11	-	700	4	263	11	21	3	4	4	14	3	11	4	7	75	327	15	8	11	5	-	28	-	1.529		
WU	10	21	3	19	13	139	178	64	9	18	12	68	19	9	20	61	167	55	131	2	284	5	56	-	6	1.369		
ZT	41	10	1	1	13	3	5	4	95	1	41	11	97	3	33	4	8	3	21	2	16	99	4	7	-	523		
Zuzüge		aus NÖ 897 1.599 254 1.572 754 1.810 391 711 361 574 392 593 1.108 428 1.001 790 1.198 1.060 1.977 497 1.089 355 1.557 1.012 324																										
Anmerkung: Die Bezirksbezeichnung erfolgt nach KFZ-Kennzeichen.																												

Quelle: Statistisches Handbuch des Landes NÖ 2013

## RICHTUNGSSPEZIFISCHE WANDERUNGEN 2012

	insgesamt			von/nach Wien			aus/in andere/n BL			vom/ins Ausland		
	Zuzüge	Wegzüge	Saldo	Zuzüge	Wegzüge	Saldo	Zuzüge	Wegzüge	Saldo	Zuzüge	Wegzüge	Saldo
NÖ	89.236	82.458	6.778	19.496	16.306	3.190	6.148	8.025	-1.877	16.760	11.295	5.465
NK	5.108	5.023	85	547	622	-75	398	507	-109	821	607	214
WB	4.284	4.094	190	683	540	143	383	499	-116	658	523	135

Quelle: Statistisches Handbuch des Landes NÖ 2013

## VERÄNDERUNG DER ZWEITWOHNSITZFÄLLE 2001, 2008 UND 2011

	2001	2008	2011	Veränd. 2001 - 2011	Veränd. 2008 - 2011
Niederösterreich	256.628	282.145	298.217	41.589	16.072
Industrieviertel	86.810	96.492	101.512	14.702	5.020
Bezirk Neunkirchen	16.914	17.496	18.231	1.317	735
Bezirk Wr. Neustadt	13.596	14.223	14.861	1.265	638
<b>LR NÖ Süd</b>	<b>15.300</b>	<b>15.976</b>	<b>16.686</b>	<b>1.386</b>	<b>710</b>
Buchbach	82	106	100	18	-6
Grafenbach-Sankt Valentin	313	252	302	-11	50
Natschbach-Loipersbach	176	181	208	32	27
Neunkirchen	862	972	1.129	267	157
Ternitz	1.068	1.391	1.537	469	146
Bürg - Vöstenhof	24	37	41	17	4
Wartmannstetten	180	221	288	108	67
Wimpassing im Schwarzatale	162	167	175	13	8
<b>KR Schwarzatale</b>	<b>2.867</b>	<b>3.327</b>	<b>3.780</b>	<b>913</b>	<b>453</b>
Breitenstein	364	354	341	-23	-13
Gloggnitz	838	811	838	0	27
Payerbach	960	912	923	-37	11
Prigglitz	161	149	167	6	18
Reichenau an der Rax	1.625	1.716	1.773	148	57
Schottwien	238	252	257	19	5
Schwarzau im Gebirge	265	244	265	0	21
Semmering	944	959	888	-56	-71
<b>KR Semmering-Rax</b>	<b>5.395</b>	<b>5.397</b>	<b>5.452</b>	<b>57</b>	<b>55</b>
Grünbach am Schneeberg	404	410	421	17	11
Puchberg am Schneeberg	846	845	890	44	45
Sankt Egyden am Steinfeld	387	419	424	37	5
Schrattenbach	98	115	121	23	6
Willendorf	197	230	204	7	-26
Würflach	297	338	349	52	11
Höflein an der Hohen Wand	207	217	202	-5	-15
Bad Fischau-Brunn	724	744	807	83	63
Gutenstein	605	531	503	-102	-28
Hohe Wand	408	433	421	13	-12
Markt Piesting	671	666	705	34	39
Miesenbach	161	157	167	6	10
Muggendorf	187	177	200	13	23
Pernitz	400	502	564	164	62
Rohr im Gebirge	206	176	189	-17	13
Waidmannsfeld	259	267	285	26	18
Waldegg	485	518	530	45	12
Winzendorf-Muthmannsdorf	496	507	472	-24	-35
<b>KR Schneebergland</b>	<b>7.038</b>	<b>7.252</b>	<b>7.454</b>	<b>416</b>	<b>202</b>

Quelle: Statistik Austria, Statistisches Handbuch Land NÖ

## NEBENWOHNSITZFÄLLE UND WOHNBEVÖLKERUNG 2011 NACH KLEINREGIONEN



Quelle: Statistik Austria, Darstellung Wallenberger & Linhard Regionalberatung GmbH

In der obigen Abbildung erkennt man, dass Nebenwohnsitzfälle für die einzelnen Kleinregionen eine unterschiedlich große Bedeutung haben. So beträgt Ihr Anteil an allen Wohnsitzen in der Kleinregion Semmering-Rax fast 30%. Im Schneebergland liegt dieser Anteil bei knapp über 20% und im Schwarzatal nur mehr bei knapp unter 10%. So kommt es, dass es im Schwarzatal auch absolut weniger Nebenwohnsitzfälle als in den anderen Kleinregionen gibt, obwohl dort die Zahl der Einwohner/innen größer ist.

Kennwerte der Nebenwohnsitze für die Gemeinden der LEADER - Region	2001	2008	2011	Veränd. 2001 - 2011	Veränd. 2008 - 2011
Minimalwert	24	37	41	-102	-71
Maximalwert	1.625	1.716	1.773	469	157
Median	338,5	346	345	17	11,5
Mittelwert	450	470	491	41	21

Quelle: Statistisches Handbuch des Landes NÖ, Statistik Austria, aktuelle Daten basieren auf Registerzählung 2011, Berechnung Wallenberger & Linhard Regionalberatung GmbH

Generell kommt es in den Gemeinden eher zu einem Zuwachs als zu einer Verringerung von Zweitwohnsitzen. Von 2001 bis 2008 verloren jedoch 8 Gemeinden an Zweitwohnsitzen.

## ARBEITSMARKT UND BETRIEBE

### ERWERBSTÄTIGE 2010 NACH STELLUNG IM BERUF SOWIE ERWERBS- UND ERWERBSTÄTIGENQUOTEN

	Bev. insg.	Erwerbstätige			Allgemeine Erwerbs- quote in %	Erwerbs- quote der 15-64 Jähri- gen in %	Erwerbs- tätigen- quote der 15-64 Jähri- gen in %
		ins.	unselbst- ständig Er- werbstätige	selbstständig Erwerbstätige, mithelfende Familien- angehörige			
<b>LR NÖ Süd</b>	<b>76.904</b>	<b>34.580</b>	<b>31.018</b>	<b>3.562</b>			
Buchbach	348	160	146	14	48,0	71,8	68,7
Grafenbach-St. Valentin	2.265	1.063	938	125	49,6	74,1	70,0
Natschbach-Loipersbach	1.722	850	777	73	51,2	74,1	71,4
Neunkirchen	12.281	5.172	4.774	398	47,3	71,6	63,7
Ternitz	14.853	6.323	5.865	458	46,4	71,7	65,7
Bürg - Vöstenhof	176	89	70	19	51,1	75,7	74,8
Wartmannstetten	1.611	857	750	107	54,9	78,6	76,2
Wimpassing i.Schwarzatale	1.733	757	706	51	47,6	71,3	65,4
<b>KR Schwarzatal</b>	<b>34.989</b>	<b>15.271</b>	<b>14.026</b>	<b>1.245</b>			
Breitenstein	346	141	115	26	44,2	68,0	62,6
Gloggnitz	6.046	2.645	2.435	210	47,2	72,6	67,2
Payerbach	2.129	957	861	96	47,5	74,0	70,0
Prigglitz	482	240	183	57	51,7	75,5	72,6
Reichenau an der Rax	2.713	1.162	1.021	141	45,6	73,2	68,6
Schottwien	715	319	287	32	48,1	75,3	69,8
Schwarzau im Gebirge	696	328	271	57	48,1	74,8	73,2
Semmering	571	230	203	27	42,9	68,1	63,8
<b>KR Semmering-Rax</b>	<b>13.698</b>	<b>6.022</b>	<b>5.376</b>	<b>646</b>			
Grünbach am Schneeberg	1.657	699	643	56	46,3	70,3	64,0
Puchberg am Schneeberg	2.633	1.190	988	202	47,3	73,6	70,2
St. Egyden am Steinfeld	1.886	914	831	83	49,9	70,8	68,8
Schrattenbach	358	179	137	42	52,8	72,7	68,8
Willendorf	891	443	380	63	52,0	73,3	70,1
Würflach	1.582	743	664	79	49,4	76,3	72,5
Höflein a. d. Hohen Wand	872	449	398	51	53,4	76,0	73,2
Bad Fischau-Brunn	2.977	1.447	1.247	200	50,6	74,7	71,7
Gutenstein	1.336	565	479	86	45,2	70,3	65,6
Hohe Wand	1.421	763	654	109	55,6	79,8	77,0
Markt Piesting	2.905	1.393	1.252	141	51,2	75,9	71,0
Miesenbach	676	341	265	76	51,9	76,8	74,5
Muggendorf	525	248	198	50	49,0	74,6	72,0
Pernitz	2.514	1.065	973	92	45,9	71,3	65,7
Rohr im Gebirge	485	258	183	75	54,2	80,6	79,1
Waidmannsfeld	1.640	788	705	83	49,9	73,5	70,8
Waldegg	2.020	950	854	96	50,9	74,7	68,9
Winzendorf- Muthmannsdorf	1.839	852	765	87	48,7	71,4	67,8
<b>KR Schneebergland</b>	<b>28.217</b>	<b>13.287</b>	<b>11.616</b>	<b>1.671</b>			

Quelle: Statistik Austria, abgestimmte Erwerbsstatistik 2010 mit Stichtag 31.10.2010.

## BEVÖLKERUNG NACH ERWERBSSTATUS 2010

	Bev. insg.	Erwerbspersonen			Nicht-Erwerbspersonen				
		insg.	er- werbs- tätig	ar- beits- los	insg.	Personen unter 15 Jahren	Personen mit Pensi- onsbezug	Schüler/- innen, Studieren- de	sonstige Nicht- Erwerbs- personen
<b>LR NÖ Süd</b>	<b>76.904</b>	<b>37.110</b>	<b>34.580</b>	<b>2.530</b>	<b>39.794</b>	<b>11.040</b>	<b>19.666</b>	<b>2.839</b>	<b>6.249</b>
Buchbach	348	167	160	7	181	43	102	17	19
Grafenbach-St. Valentin	2.265	1.123	1.063	60	1.142	339	527	89	187
Natschbach-Loipersbach	1.722	882	850	32	840	292	349	91	108
Neunkirchen	12.281	5.809	5.172	637	6.472	2.004	2.906	496	1.066
Ternitz	14.853	6.892	6.323	569	7.961	2.135	4.046	515	1.265
Bürg - Vöstenhof	176	90	89	SW 1	86	SW 22	44	6	14
Wartmannstetten	1.611	884	857	27	727	228	346	80	73
Wimpassing i. Schwarzatale	1.733	825	757	68	908	246	441	61	160
<b>KR Schwarzatal</b>	<b>34.989</b>	<b>16.672</b>	<b>15.271</b>	<b>1.401</b>	<b>18.317</b>	<b>5.309</b>	<b>8.761</b>	<b>1.355</b>	<b>2.892</b>
Breitenstein	346	153	141	12	193	38	101	9	45
Gloggnitz	6.046	2.854	2.645	209	3.192	821	1.694	179	498
Payerbach	2.129	1.011	957	54	1.118	248	641	85	144
Prigglitz	482	249	240	9	233	68	118	18	29
Reichenau an der Rax	2.713	1.236	1.162	74	1.477	340	833	76	228
Schottwien	715	344	319	25	371	111	177	28	55
Schwarzaun im Gebirge	696	335	328	7	361	89	183	20	69
Semmering	571	245	230	15	326	50	204	15	57
<b>KR Semmering-Rax</b>	<b>13.698</b>	<b>6.427</b>	<b>6.022</b>	<b>405</b>	<b>7.271</b>	<b>1.765</b>	<b>3.951</b>	<b>430</b>	<b>1.125</b>
Grünbach am Schneeberg	1.657	768	699	69	889	213	459	53	164
Puchberg am Schneeberg	2.633	1.246	1.190	56	1.387	297	825	81	184
St. Egidien am Steinfeld	1.886	941	914	27	945	255	416	76	198
Schrattenbach	358	189	179	10	169	41	86	20	22
Willendorf	891	463	443	20	428	123	193	44	68
Würflach	1.582	782	743	39	800	245	403	68	84
Höflein a. d. Hohen Wand	872	466	449	17	406	120	194	26	66
Bad Fischau-Brunn	2.977	1.506	1.447	59	1.471	433	690	138	210
Gutenstein	1.336	604	565	39	732	191	378	54	109
Hohe Wand	1.421	790	763	27	631	218	271	47	95
Markt Piesting	2.905	1.488	1.393	95	1.417	472	611	118	216
Miesenbach	676	351	341	10	325	96	152	23	54
Muggendorf	525	257	248	9	268	99	106	23	40
Pernitz	2.514	1.154	1.065	89	1.360	357	693	75	235
Rohr im Gebirge	485	263	258	SW 5	222	73	103	17	29
Waidmannsfeld	1.640	818	788	30	822	194	458	54	116
Waldegg	2.020	1.029	950	79	991	285	457	82	167
Winzendorf- Muthmannsdorf	1.839	896	852	44	943	254	459	55	175
<b>KR Schneebergland</b>	<b>28.217</b>	<b>14.011</b>	<b>13.287</b>	<b>724</b>	<b>14.206</b>	<b>3.966</b>	<b>6.954</b>	<b>1.054</b>	<b>2.232</b>

Quelle: Statistik Austria, abgestimmte Erwerbsstatistik 2010 mit Stichtag 31.10.2010.

[Anmerkung: Aus Datenschutzgründen wurden mit der Methode "Target Swapping" (SW) ein Teil der Daten verschmutzt. Daher sind insbesondere bei Zellbesetzungen <= 5 keine zuverlässigen Aussagen möglich.]

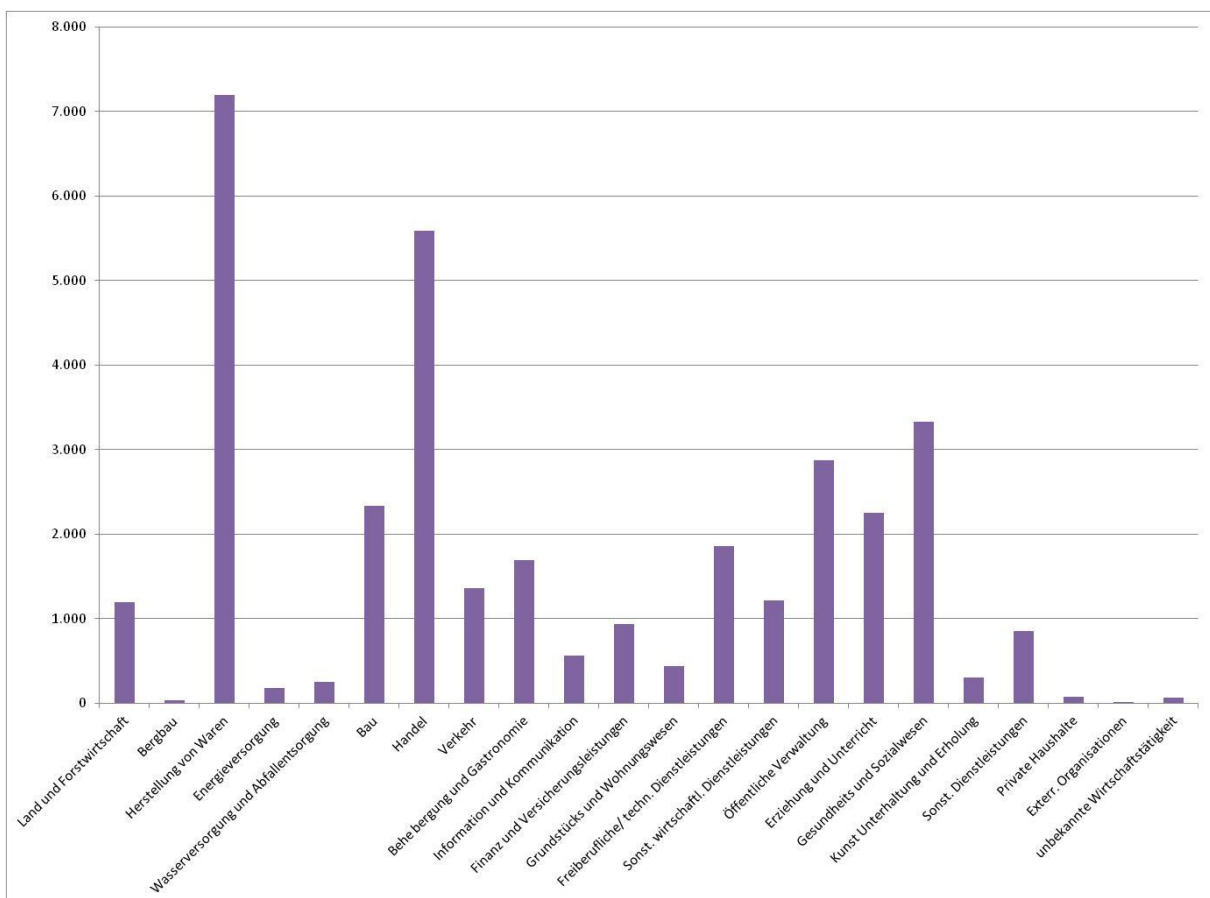


Kennwerte zur Erwerbsstatistik für die Gemeinden der LEADER - Region	Bev. insg.	Erwerbstätige			Allg. Erwerbsquote in %	Erwerbsquote der 15-64-Jährigen in %	Erwerbstätigenquote der 15-64-Jährigen in %
		Insg.	unselbstständig Erwerbstätige	selbstständig Erwerbstätige, mithelfende Familienangehörige			
Minimalwert	176	89	70	14	43	68	63
Maximalwert	14.853	6.323	5.865	458	56	81	79
Median	1.625,5	760	684,5	81	49	74	70
Mittelwert	2.262	1.17	912	105	49	73	69

Quelle: Statistik Austria, abgestimmte Erwerbsstatistik 2010 mit Stichtag 31.10.2010. Erstellt am: 28.09.2012, Berechnung Wallenberger & Linhard Regionalberatung GmbH

Die Kennzahlen in der oberen Tabelle verraten, dass es doch beachtliche Unterschiede in Bezug auf die einzelnen Erwerbsquoten zwischen den Gemeinden in der LEADER – Region gibt. So gibt es bei Erwerbstätigenquote der 15-64-Jährigen Unterschiede von satten 16%, bei der Erwerbsquote der 15-64-Jährigen sind es immerhin noch 13% und bei der allgemeinen Erwerbsquote sind es ebenfalls 13%.

## ERWERBSTÄTIGE 2010 NACH WIRTSCHAFTLICHER ZUGEHÖRIGKEIT IN DER LEADER-REGION



Quelle: Statistik Austria, abgestimmte Erwerbsstatistik 2010 mit Stichtag 31.10.2010.

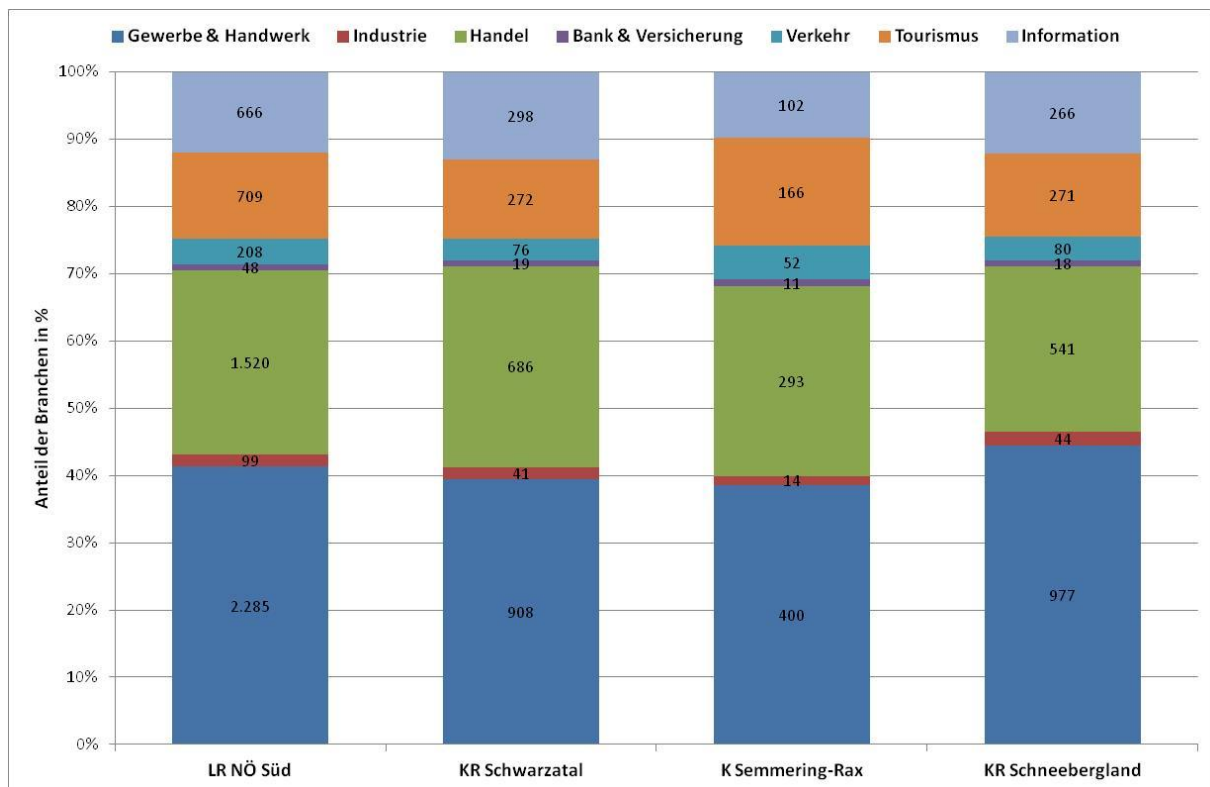
## AKTIVE BETRIEBSSTANDORTE 2005 UND 2013

	gesamt		Gewerbe&Handwerk		Industrie		Handel	
	2005	2013	2005	2013	2005	2013	2005	2013
Niederösterreich	75.541	101.957	26.409	48.825	1.929	2.082	32.747	35.371
Industrieviertel	28.558	38.104	9.473	17.749	704	726	11.919	12.620
<i>Bezirk Neunkirchen</i>	<i>3.741</i>	<i>4.891</i>	<i>1.304</i>	<i>2.429</i>	<i>95</i>	<i>96</i>	<i>1.564</i>	<i>1.655</i>
<i>Bezirk Wiener Neustadt</i>	<i>3.322</i>	<i>4.469</i>	<i>1.294</i>	<i>2.323</i>	<i>104</i>	<i>116</i>	<i>1.367</i>	<i>1.482</i>
<b>LR NÖ Süd</b>	<b>3.531</b>	<b>4.624</b>	<b>1.230</b>	<b>2.285</b>	<b>101</b>	<b>99</b>	<b>1.467</b>	<b>1.520</b>
Buchbach	6	17	1	10	1	2	3	2
Grafenbach-St. Valentin	78	118	29	68	1	2	30	37
Natschbach-Loipersbach	54	77	18	31	6	7	20	28
Neunkirchen	671	822	212	375	11	7	333	321
Ternitz	546	719	181	337	22	21	255	243
Bürg - Vöstenhof	2	13	1	7	-	-	1	6
Wartmannstetten	49	73	22	46	-	-	20	26
Wimpassing i. Schwarzatal	73	82	16	34	2	2	31	23
<b>KR Schwarzatal</b>	<b>1.479</b>	<b>1.921</b>	<b>480</b>	<b>908</b>	<b>43</b>	<b>41</b>	<b>693</b>	<b>686</b>
Breitenstein	13	18	2	6	-	-	3	4
Gloggnitz	322	369	116	181	2	4	145	150
Payerbach	99	128	32	61	4	3	31	36
Prigglitz	14	25	3	11	1	1	6	11
Reichenau an der Rax	120	167	40	73	3	2	41	46
Schottwien	36	35	15	20	2	1	11	12
Schwarzau im Gebirge	35	51	9	32	1	1	15	20
Semmering	62	63	15	16	-	2	11	14
<b>K Semmering-Rax</b>	<b>701</b>	<b>856</b>	<b>232</b>	<b>400</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>263</b>	<b>293</b>
Grünbach am Schneeberg	47	80	16	46	1	1	12	16
Puchberg am Schneeberg	142	201	54	107	3	3	47	46
St. Egyden am Steinfeld	53	85	18	45	-	2	27	32
Schrattenbach	24	21	10	15	-	-	15	8
Willendorf	50	71	27	45	-	-	17	15
Würflach	66	82	31	49	1	1	31	29
Höflein a. d. Hohen Wand	49	69	17	31	2	2	14	18
Bad Fischau-Brunn	157	225	47	94	3	6	54	61
Gutenstein	88	84	33	40	6	3	29	26
Hohe Wand	68	99	24	44	-	1	30	44
Markt Piesting	131	174	58	97	1	1	50	47
Miesenbach	36	40	17	24	4	3	9	11
Muggendorf	30	31	10	13	1	1	10	10
Pernitz	150	271	62	169	3	3	74	85
Rohr im Gebirge	38	40	20	25	1	1	11	8
Waidmannsfeld	53	57	23	29	3	2	14	17
Waldegg	80	104	22	51	10	8	30	28
Winzendorf-Muthmannsdorf	89	113	29	53	6	6	37	40
<b>KR Schneebergland</b>	<b>1.351</b>	<b>1.847</b>	<b>518</b>	<b>977</b>	<b>45</b>	<b>44</b>	<b>511</b>	<b>541</b>

	Bank&Versicherung		Transport& Verkehr		Tourismus&FZ		Information&Consulting	
	2005	2013	2005	2013	2005	2013	2005	2013
Niederösterreich	1.194	1.168	4.508	5.177	12.216	13.035	13.610	16.478
Industrieviertel	317	298	1.876	2.248	4.463	4.655	5.686	6.744
Bezirk Neunkirchen	58	55	242	241	795	781	548	647
Bezirk Wiener Neustadt	41	40	217	253	512	526	505	636
<b>LR NÖ Süd</b>	<b>50</b>	<b>48</b>	<b>197</b>	<b>208</b>	<b>740</b>	<b>709</b>	<b>539</b>	<b>666</b>
Buchbach	-	-	-	-	-	2	2	2
Grafenbach-St. Valentin	-	-	4	5	13	12	14	11
Natschbach-Loipersbach	1	1	3	3	7	7	5	14
Neunkirchen	8	8	35	39	133	128	96	120
Ternitz	7	6	28	26	91	94	96	128
Bürg - Vöstenhof	-	-	-	-	-	1	-	3
Wartmannstetten	-	-	2	3	6	8	8	8
Wimpassing i. Schwarzatale	4	4	2	-	24	20	10	12
<b>KR Schwarzatal</b>	<b>20</b>	<b>19</b>	<b>74</b>	<b>76</b>	<b>274</b>	<b>272</b>	<b>231</b>	<b>298</b>
Breitenstein	-	-	-	-	5	6	3	2
Gloggnitz	5	4	12	17	57	49	50	41
Payerbach	2	2	9	7	29	21	11	19
Prigglitz	-	-	2	2	5	4	2	1
Reichenau an der Rax	2	2	11	15	42	45	17	29
Schottwien	1	1	7	3	9	7	2	2
Schwarzau im Gebirge	1	1	4	1	13	7	2	2
Semmering	1	1	11	7	27	27	8	6
<b>KR Semmering-Rax</b>	<b>12</b>	<b>11</b>	<b>56</b>	<b>52</b>	<b>187</b>	<b>166</b>	<b>95</b>	<b>102</b>
Grünbach am Schneeberg	2	2	2	3	13	11	12	12
Puchberg am Schneeberg	2	2	11	11	43	53	15	14
St. Egyden am Steinfeld	1	1	3	1	6	6	6	10
Schrattenbach	-	-	3	3	6	3	1	3
Willendorf	-	-	1	3	8	5	9	13
Würflach	1	1	1	2	8	7	11	10
Höflein a. d. Hohen Wand	1	1	2	-	8	13	13	16
Bad Fischau-Brunn	1	1	8	15	29	32	40	49
Gutenstein	1	1	5	3	22	15	11	12
Hohe Wand	1	1	6	6	18	17	9	18
Markt Piesting	3	3	2	3	22	25	24	26
Miesenbach	1	1	1	1	5	4	4	4
Muggendorf	-	-	2	3	9	7	2	2
Pernitz	2	2	9	9	27	26	20	28
Rohr im Gebirge	1	1	3	4	8	7	1	1
Waidmannsfeld	-	-	4	5	12	11	9	10
Waldegg	-	-	3	5	16	17	11	15
Winzendorf-Muthmannsdorf	1	1	1	3	19	12	15	23
<b>KR Schneebergland</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>67</b>	<b>80</b>	<b>279</b>	<b>271</b>	<b>213</b>	<b>266</b>

Quelle: WK NÖ

## VERGLEICH DER AKTIVEN BETRIEBSSTANDORTE 2013 NACH KLEINREGIONEN



Quelle: WK NÖ, Darstellung Wallenberger & Linhard Regionalberatung GmbH

Hinweis zu Mehrfachnennungen: Gesamtsummen können von der Summe der einzelnen Sektionen abweichen, da Betriebe bei mehreren Sektionen aufscheinen können.

Die obige Abbildung zeigt, dass manche Branchen in bestimmten Kleinregionen eine höhere Bedeutung haben als andere. Am auffälligsten ist hier der größere Anteil an Tourismusbetrieben in der Kleinregion Semmering – Rax. Auch Verkehrsbetriebe nehmen hier im Vergleich eine bedeutendere Rolle ein. Im Schwarzatal ist wiederum der Anteil an Informations- und Consultingbetrieben sowie an Handelsbetrieben größer.

Generell halten sich aber die Unterschiede in Grenzen, was sich durch die räumliche Nähe der Regionen erklären lässt.

Kennwerte für aktive Betriebsstandorte für die Gemeinden der LEADER - Region	gesamt		Gewerbe&Handwerk		Industrie		Handel	
	2005	2013	2005	2013	2005	2013	2005	2013
Minimalwert	2	13	1	6	0	0	1	2
Maximalwert	671	822	212	375	22	21	333	321
Median	58	81	22	44,5	1,5	2	23,5	26
Mittelwert	104	136	36	67	3	3	43	45

Quelle: WK NÖ, Berechnung Wallenberger & Linhard Regionalberatung GmbH

Kennwerte für aktive Betriebsstandorte für die Gemeinden der LEADER - Region	Bank u. Versicherung		Transport u. Verkehr		Tourismus u. Freizeitwirtschaft		Information u. Consulting	
	2005	2013	2005	2013	2005	2013	2005	2013
Minimalwert	0	0	0	0	0	1	0	1
Maximalwert	8	8	35	39	133	128	96	128
Median	1	1	3	3	13	11,5	9,5	12
Mittelwert	1	1	6	6	22	21	16	20

Quelle: WK NÖ, Berechnung Wallenberger & Linhard Regionalberatung GmbH

Die unterschiedlichen Minimal- und Maximalwerte spiegeln die verschiedenen Größen der Gemeinden wieder. Die meisten Kennwerte verweisen auf ein Wachstum der Anzahl der aktiven Betriebsstandorte der verschiedenen Branchen von 2005 bis 2013. Auch die Gesamtzahl der aktiven Betriebe ist in diesem Zeitraum gewachsen. Ausnahmen stellen hier die Sparten Industrie, Bank/Versicherung und Tourismus dar, die Rückgänge zu verzeichnen hatten.

Im Bereich Tourismus verringerte der Maximalwert je Gemeinde von 133 auf 129 Betriebe. Ebenso verringerten sich der Median und der Mittelwert. Im Bereich der Industrie stieg sogar der Median leicht und der Mittelwert blieb stabil. Allerdings verringerte sich die maximale Anzahl an Betrieben in einer Gemeinde. In der Branche Bank/Versicherung blieben alle Kennzahlen, trotz der Verringerung der Gesamtanzahl der Betriebe, stabil.

Generell kann man von der Anzahl der aktiven Betriebsstandorte aber noch nicht auf die Bedeutung einer Branche für die Region schließen. Hierfür müsste man zumindest die Größe (Umsatz, Mitarbeiter, etc.) der Betriebe kennen.

## UNTERNEHMENSNEUGRÜNDUNGEN 2003/2006/2012

	Unternehmensgründungen			Gründungsintensität (Gründungen/1000EW)		
	2003	2006	2012	2003	2006	2012
Niederösterreich	5.693	5.711	7.692	3,7	3,6	4,8
Bezirk Neunkirchen	252	259	317	2,9	3,0	3,7
Bezirk Wiener Neustadt	412	468	649	3,8	4,1	5,6

Quelle: Gründungsstatistik WK NÖ

Unternehmensneugründungen sind eine wichtige Kennzahl für die Dynamik einer Regionalwirtschaft. Die Gründungsintensität erlaubt darüber hinaus den Vergleich von Regionen mit unterschiedlich großer Bevölkerung. Leider sind die Daten nur auf Bezirksebene erhältlich. Deswegen ist es auch hier wichtig, die bereits erwähnten Unterschiede in der LEADER – Region im Hinterkopf zu behalten. Im Allgemeinen kann man aber sagen, dass die Gründungsintensität in den Bezirken Wr. Neustadt und Neunkirchen gegen über den Jahren 2003 und 2006 erfreulicherweise zugenommen hat. Ebenfalls erfreulich ist, dass der Bezirk Wr. Neustadt hier recht deutlich über den niederösterreichischen Durchschnitt liegt. Auf der negativen Seite ist leider zu verzeichnen, dass Neunkirchen hier nur unterdurchschnittliche Gründungsintensitäten erreicht. Man muss sich bei beiden Bezirken allerdings fragen, welcher Anteil die Gemeinden der LEADER – Region an den jeweiligen Wachstumsraten haben.

## BRUTTO-MEDIANEINKOMMEN 1991/2001/2012 – AM ARBEITSORT ERHOBEN

	Brutto-Medianeinkommen				
	gesamt 1991	gesamt 2001	gesamt 2012	männlich 2012	weiblich 2012
Niederösterreich	1.172	1.539	1.931	2.238	1.486
Bezirk Neunkirchen	1.166	1.526	1.936	2.255	1.373
Bezirk Wiener Neustadt	1.123	1.478	1.909	2.130	1.439
Wr. Neustadt (Stadt)	-	-	1.713	2.060	1.418

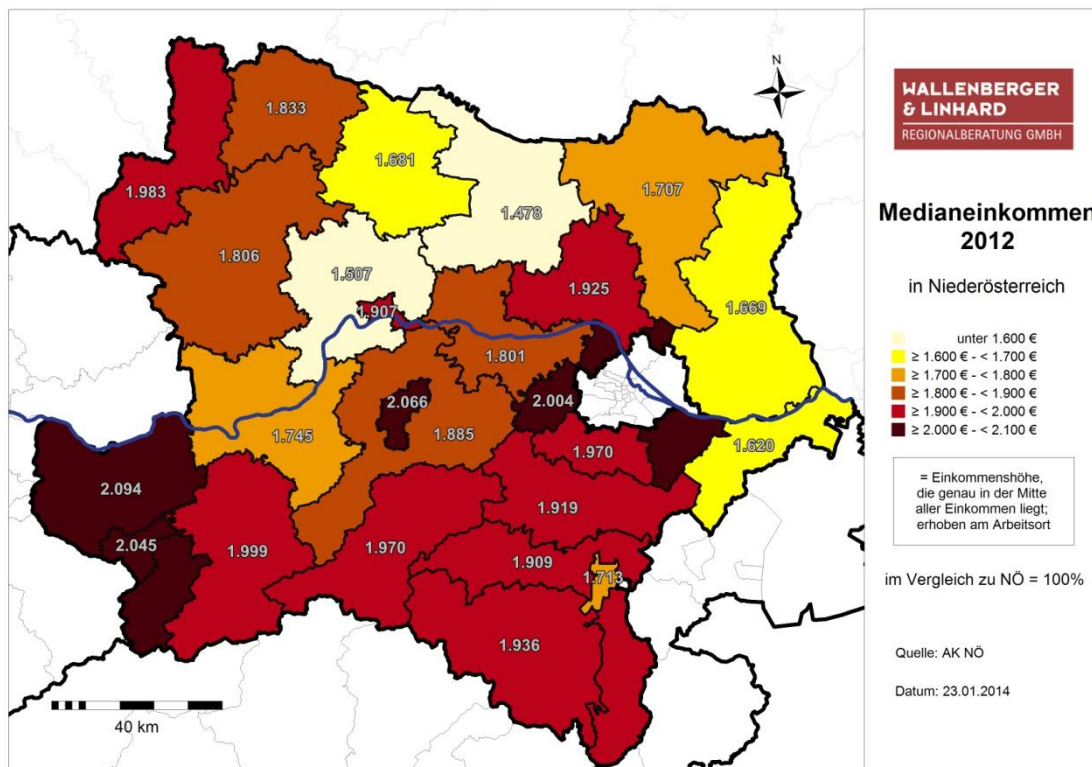
Quelle: AK NÖ

Beim Brutto- Medianeinkommen aus dem Jahr 2012 liegen die Bezirke Neunkirchen und Wiener Neustadt relativ nahe am niederösterreichischen Durchschnitt. Auch die Löhne haben sich in Gesamtniederösterreich und dem Bezirk Neunkirchen seit 1991 relativ ähnlich entwickelt.

Bei der Analyse des Bezirkes Wiener Neustadt ist zu beachten, dass die Einkommensanalyse der Arbeiterkammer NÖ bis 2007 den Bezirk und die Stadt Wiener Neustadt gemeinsam betrachtet hat. Erst seit 2008 werden die vier österreichischen Statutarstädte, zu denen auch Wiener Neustadt zählt, separat ausgewertet.

Eine beachtliche Differenz zwischen weiblichen und männlichen Arbeitnehmer/innen ist gegeben. Hier liegt der Bezirk Neunkirchen mit 882 € über den Werten für Niederösterreich (752 €) und Wiener Neustadt (691€).

## BRUTTO-MEDIANEINKOMMEN IN NÖ 2012 – AM ARBEITSORT ERHOBEN



Quelle: AK NÖ; Darstellung Wallenberger & Linhard Regionalberatung GmbH



**BRUTTOBEZÜGE UND NETTOEINKOMMEN 2011**

	<b>Fälle an Bruttobezügen insgesamt</b>	<b>Bruttobezügen in 1.000 EUR insgesamt</b>	<b>Durchschnittl. Jahresnettobezug</b>
Niederösterreich	764.159	23.566.424	21.419
Krems an der Donau (Stadt)	10.953	325.190	20.655
St. Pölten (Stadt)	24.262	706.824	20.314
Waidhofen an der Ybbs	5.254	154.363	20.371
Wr. Neustadt (Stadt)	19.338	562.474	20.331
Bezirk Amstetten	55.368	1.584.824	20.100
Bezirk Baden	65.996	2.121.285	22.115
Bezirk Bruck an der Leitha	20.152	651.810	22.546
Bezirk Gänserndorf	46.679	1.445.136	21.566
Bezirk Gmünd	16.627	442.642	19.005
Bezirk Hollabrunn	22.838	652.682	20.211
Bezirk Horn	14.219	392.448	19.549
Bezirk Korneuburg	37.421	1.300.317	23.689
Bezirk Krems an der Donau	26.902	759.264	19.848
Bezirk Lilienfeld	11.966	327.488	19.455
Bezirk Melk	36.665	992.588	19.235
Bezirk Mistelbach	35.364	1.062.586	21.106
Bezirk Mödling	52.696	2.090.021	26.429
Bezirk Neunkirchen	39.045	1.125.977	20.322
Bezirk St. Pölten	46.173	1.353.746	20.506
Bezirk Scheibbs	19.579	532.644	19.277
Bezirk Tulln	35.405	1.100.442	21.571
Bezirk Waidhofen an der Thaya	11.876	314.809	18.933
Bezirk Wr. Neustadt (Land)	34.877	1.054.114	21.131
Bezirk Wien-Umgebung	54.486	2.003.854	24.838
Bezirk Zwettl	20.018	508.895	18.258

Quelle: Statistik Austria, Lohnsteuerstatistik 2011

Kennwerte für Bruttobezüge und Nettoeinkommen 2011 für die Gemeinden der LEADER - Region	Fälle an Brutto- bezüge insgesamt	Bruttobezüge in 1.000 Euro insgesamt	Durchschnittlicher Jahresnettoeinkommen
Minimalwert	5.254	154.363	18.258
Maximalwert	65.996	2.121.285	26.429
Median	26.902	759.264	20.331
Mittelwert	30.566	942.657	

Quelle: Statistik Austria, Lohnsteuerstatistik 2011; Berechnung Wallenberger & Linhard Regionalberatung GmbH

Auch diese Einkommensdaten gibt es nur auf Bezirksebene. Bei den Gesamtbruttoeinkommen liegen die Bezirke Wiener Neustadt und Neunkirchen jeweils über den Durchschnitt aller Bezirke und Statutarstädte Niederösterreichs. Bei den durchschnittlichen Jahresnettoeinkommen sieht das Bild schon wieder anders aus. Hier erreicht Wiener Neustadt Werte die leicht über den Median liegen. Die Werte für Neunkirchen liegen leicht darunter. Beide Bezirke liegen unter den Werten für Gesamtniederösterreich.

#### PENDLER/INNENANALYSE (2009) – BEZIRKSPENDLER/INNEN

	Arbeitsbevölkerung		wohnhaft Beschäftigte		Einpendler/innen		Auspendler/innen	
	2004	2009	2004	2009	2004	2009	2004	2009
Niederösterreich	423.773	458.068	501.936	543.797	157.079	181.173	235.242	266.902
Industrieviertel	185.681	195.997	195.509	209.962	95.114	105.589	104.942	119.554
Bezirk Neunkirchen	20.450	20.757	27.383	28.267	3.536	4.053	10.469	11.563
Bezirk Wiener Neustadt	34.266	36.853	37.787	39.279	13.084	15.184	16.605	17.610

	Auspendler/innenanteil		Einpendler/innenanteil	
	Veränderung 04-09	2009	Veränderung 04-09	2009
Niederösterreich	2,2	49,1	2,5	39,6
Industrieviertel	3,3	56,9	2,7	53,9
Bezirk Neunkirchen	2,7	40,9	2,2	19,5
Bezirk Wiener Neustadt	0,9	44,8	3,0	41,2

Quelle: Pendler/innenanalyse AKNÖ

Einpendler/innenanteil: Einpendler/innen in % der Arbeitsbevölkerung

Auspendler/innenanteil: Auspendler/innen in % der wohnhaft Beschäftigten

Der Bezirk Wiener Neustadt hat stärkere Pendelverflechtungen mit dem Umland als der Bezirk Neunkirchen. Besonders auffällig ist der verhältnismäßig sehr geringe Anteil an Einpendler/innen in den Bezirk Neunkirchen. Daraus ergibt sich auch ein wesentlich negativeres Pendlersaldo, wodurch Neunkirchen als Auspendlerbezirk bezeichnet werden muss. Generell haben beide Bezirke einen im Vergleich zu Niederösterreich einen geringeren Auspendler/innenanteil. Wiener Neustadt hat aber einen höheren Anteil an Einpendler/innen.

## ARBEITSLOSENQUOTE 2003 BIS 2013 SOWIE JULI 2013 UND JÄNNER 2014

AMS-Bezirke	2003	2006	2009	2013	Juli 2013	Jän. 2014
Niederösterreich	7,0	6,9	7,3	7,8	7,0	10,5
AMS Neunkirchen	6,9	6,0	7,5	8,5	7,8	11,0
AMS Wr. Neustadt	7,8	7,5	7,9	9,1	8,5	11,0

Quelle: AMS NÖ

Die Arbeitslosenquote des AMS Bezirks Wiener Neustadt liegt schon seit 2003 stetig leicht über jener für Niederösterreich. Im Jahr 2013 betrug diese Differenz 1,3%. Der Bezirk Neunkirchen hingegen lag in den Jahren 2003 und 2006 noch unter der Arbeitslosenquote von Niederösterreich und erst ab dem Jahr 2009 lagen die Werte darüber. Neunkirchen hatte 2013 eine um 0,6% geringere Arbeitslosenquote als der Bezirk Wiener Neustadt. Diese Differenz lag 2009 noch bei 0,4%.

## LEHRLINGSSTATISTIK 2012

	Lehrberechtigte 2012	Lehrlinge gesamt 2012	Anteil der Lehrlinge an der Wohnbev. 2012
Niederösterreich	5.779	19.171	1,19%
Bezirk Neunkirchen	319	944	1,10%
Bezirk Wiener Neustadt	425	1.287	1,71%

Quelle: Lehrlingsstatistik, WK NÖ

Im Bezirk Wiener Neustadt gab es 2012 mehr Lehrlinge pro Einwohner/in als in Gesamtniederösterreich und im Bezirk Neunkirchen. Der Bezirk Neunkirchen liegt hier knapp unter den Werten Niederösterreichs. In beiden Bezirken bildet ein Betrieb durchschnittlich circa drei Lehrlinge aus.

## ANZAHL DER BETRIEBE NACH BEZIRKSBAUERNKAMMERN 1999 - 2011

Bezirksbauernkammer	Betriebe lt. Agrarstruktur	INVEKOS			Veränderung 1999/2011
	1999	1999	2005	2011	
Niederösterreich	54.551	44.476	37.249	31.741	-28,6%
Bezirk Neunkirchen	2.475	1.757	1.560	1.378	-21,6%
Bezirk Wiener Neustadt	2.389	1.739	1.545	1.319	-24,2%

Quelle: Statistik Austria, AMA, INVEKOS-Daten, eigene Auswertungen

Gemäß dem österreichweiten Trend ging die Anzahl der landwirtschaftlichen Betriebe in Niederösterreich in den letzten Jahrzehnten zurück. Allerdings war in beiden Bezirken der Rückgang schwächer ausgeprägt als im gesamten Bundesland. Insbesondere gilt das für den Bezirk Neunkirchen.

## ANKÜNFTE UND ÜBERNACHTUNGEN 2001 UND 2012

	Ankünfte		Übernachtungen		Ø Aufenthalt	
	2001	2012	2001	2012	2001	2012
<b>Niederösterreich</b>	<b>1.865.775</b>	<b>2.475.849</b>	<b>5.643.673</b>	<b>6.735.320</b>	<b>3,0</b>	<b>2,7</b>
Neunkirchen	201.368	163.575	692.266	563.729	3,4	3,4
Wr. Neustadt	16.483	71.933	75.984	362.149	4,6	5,0
<b>LR NÖ Süd</b>	<b>135.979</b>	<b>120.689</b>	<b>483.359</b>	<b>379.988</b>	<b>3,6</b>	<b>3,1</b>
Buchbach						
Grafenbach-Sankt Valentin	672		9.712		14,5	
Natschbach-Loiersbach						
Neunkirchen	2.684	3.877	8.060	8.559	3,0	2,2
Ternitz	1.601	1.649	6.463	7.455	4,0	4,5
Bürg - Vöstenhof						
Wartmannstetten						
Wimpassing i. Schwarzatale						
<b>KR Schwarzatal</b>	<b>4.957</b>	<b>5.526</b>	<b>24.235</b>	<b>16.014</b>	<b>4,9</b>	<b>2,9</b>
Breitenstein	2.358	1.803	36.575	31.242	15,5	17,3
Gloggnitz	1.270	1.227	3.996	3.206	3,1	2,6
Payerbach	4.304	4.177	13.305	11.931	3,1	2,9
Prigglitz	2.147	1.637	14.281	6.621	6,7	4,0
Reichenau an der Rax	24.133	36.263	77.640	119.233	3,2	3,3
Schottwien	2.676		8.255		3,1	
Schwarzau im Gebirge	520	1.744	968	2.306	1,9	1,3
Semmering	40.179	35.147	115.348	78.815	2,9	2,2
<b>KR Semmering - Rax</b>	<b>77.587</b>	<b>81.998</b>	<b>270.368</b>	<b>253.354</b>	<b>3,5</b>	<b>3,1</b>
Grünbach am Schneeberg						
Puchberg am Schneeberg	28.966	26.336	97.032	80.426	3,3	3,1
St. Egyden am Steinfeld	7.189		11.747		1,6	
Schrattenbach						
Willendorf						
Würflach	797		3.993		4,2	
Höflein a.d. Hohen Wand		1.379		2.233		1,6
Bad Fischau-Brunn	961		2.268		2,4	
Gutenstein	2.617	561	7.114	1.266	2,7	2,3
Hohe Wand	3.739	1.564	13.023	11.230	3,5	7,2
Markt Piesting	1.368	1.676	7.706	8.803	5,6	5,3
Miesenbach	1.599	872	7.030	3.676	4,4	4,2
Muggendorf	1.515	1.652	2.294	2.579	1,5	1,6
Pernitz	2.202	352	31.107	2.022	14,1	5,7
Rohr im Gebirge	1.839		4.043		2,2	
Waidmannsfeld						
Waldegg	643	152	1.399	618	2,2	4,1
Winzendorf-Muthmannsdorf						
<b>KR Schneebergland</b>	<b>53.435</b>	<b>35.544</b>	<b>188.756</b>	<b>112.853</b>	<b>3,5</b>	<b>3,3</b>

Quelle: Statistisches Handbuch des Landes NÖ 2001\_2002 & 2013

Anmerkung: Die Auswahl der Berichtsgemeinden erfolgt im Einvernehmen mit Statistik Österreich und der Landesregierung NÖ.

## EXKURS TOURISMUS UND DEMOGRAFIE

Die Tourismus- und Freizeitwirtschaft ist in gewissem Sinne ein sehr guter Gradmesser für Trends im Verhalten der Konsument/innen. Die Ergebnisse der nachstehenden Bearbeitung können in vielerlei Hinsicht auch auf die anderen Wirtschaftsbereiche übertragen werden.

Daher wurde, wie angeboten und mit dem Steuerungsteam abgesprochen, das Thema verstärkt bearbeitet.

Betreffend die touristische Betrachtungsweise zum Thema Demografie werden im Folgenden nur relevante Entwicklungen hinsichtlich der „alternden Gesellschaft“ betrachtet. Diese Entwicklungen in Bezug auf das Angebot, die Nachfrage und die Unternehmer/innen und Mitarbeiter/innen wurden erhoben und sollen ein „Sittenbild“ der Region in Hinblick auf das Thema Demografie (alternde Gesellschaft) geben.

Methodisch durchgeführt wurden:

1. statistische Analysen
2. Betriebsbefragungen und
3. sekundäre Betriebsanalysen (Marketingcheck, Check der Bewertungsplattformen)

## ALLGEMEINE TOURISTISCHE BEDEUTUNG DER REGION<sup>2</sup>

### TOURISTISCH RELEVANTE GEMEINDEN

Nachstehend werden die touristisch relevanten Gemeinden der Region dargestellt.

Bezirk	Kleinregion	Gemeinde	Aufenthalts-touristisch	Tages-touristisch
Neunkirchen	Semmering-Rax	Breitenstein	¥	✓
Neunkirchen	Semmering-Rax	Payerbach	✓	✓
Neunkirchen	Semmering-Rax	Priggwitz	¥	✓
Neunkirchen	Semmering-Rax	Reichenau an der Rax	✓	✓
Neunkirchen	Semmering-Rax	Semmering	✓	✓
Neunkirchen	Schneebergland	Puchberg am Schneeberg	✓	✓
Neunkirchen	Schneebergland	Würflach	¥	✓
Wr. Neustadt	Schneebergland	Bad Fischau-Brunn	¥	✓
Wr. Neustadt	Schneebergland	Guttenstein	¥	✓
Wr. Neustadt	Schneebergland	Hohe Wand	¥	✓
Wr. Neustadt	Schneebergland	Miesenbach	¥	✓
Wr. Neustadt	Schneebergland	Muggendorf	¥	✓

<sup>2</sup> Daten statistische Entwicklung: Auskunft der WST 3 und Statistik Austria

## STATUS QUO TOURISTISCHES ANGEBOT

### WICHTIGER HINWEIS:

Die nachstehenden Grafiken enthalten nur Daten der 18 genannten Gemeinden. Weitere Gemeinden werden in der NÖ Tourismusstatistik nicht erfasst:

#### GEMEINDEN DER KLEINREGION SCHWARZATAL

Neunkirchen, Gloggnitz, Breitenstein, Payerbach, Prigglitz, Reichenau an der Rax, Schottwien, Semmering, Schwarzau im Gebirge

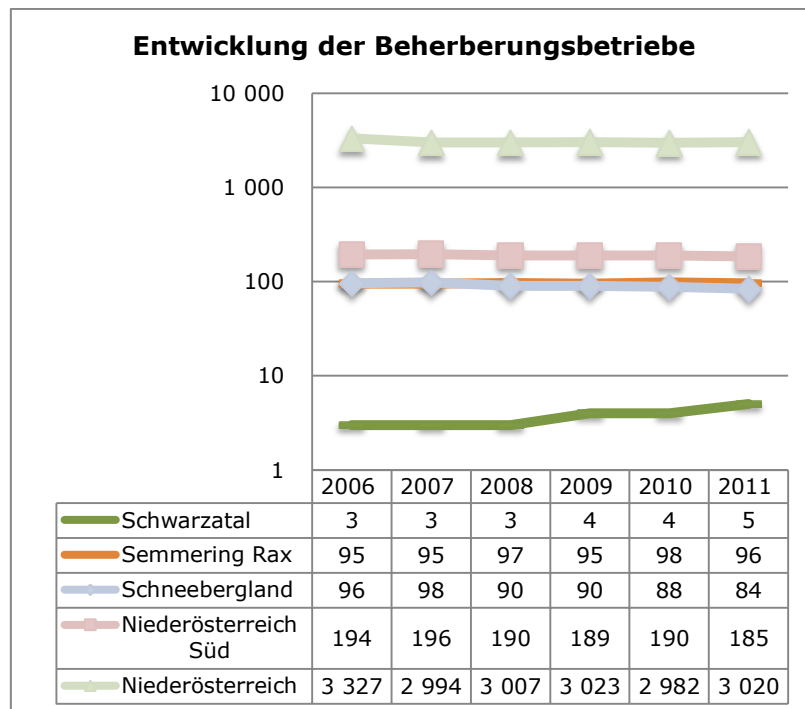
#### GEMEINDEN DER KLEINREGION SCHNEEBERGLAND

Grünbach am Schneeberg, Puchberg am Schneeberg, Gutenstein, Hohe Wand, Markt Piesting, Miesenbach, Muggendorf, Pernitz, Rohr im Gebirge

### ENTWICKLUNG DER BEHERBERGUNGSBETRIEBE

Die Entwicklung der Beherbergungsbetriebe zeigt, dass

- im Schwarzatal die Betriebsanzahl von 3 auf 5 gesteigert werden konnte,
- in der Kleinregion Semmering-Rax in der Gesamtbetrachtung von 2006 bis 2011 nur 1 Betrieb dazugekommen ist,
- im Schneebergland die Betriebsentwicklung rückläufig ist,
- in der Gesamtregion NÖ Süd die Betriebe von 194 auf 185 zurückgegangen sind und
- in Niederösterreich auch rückläufige Betriebstendenzen erkennbar sind.



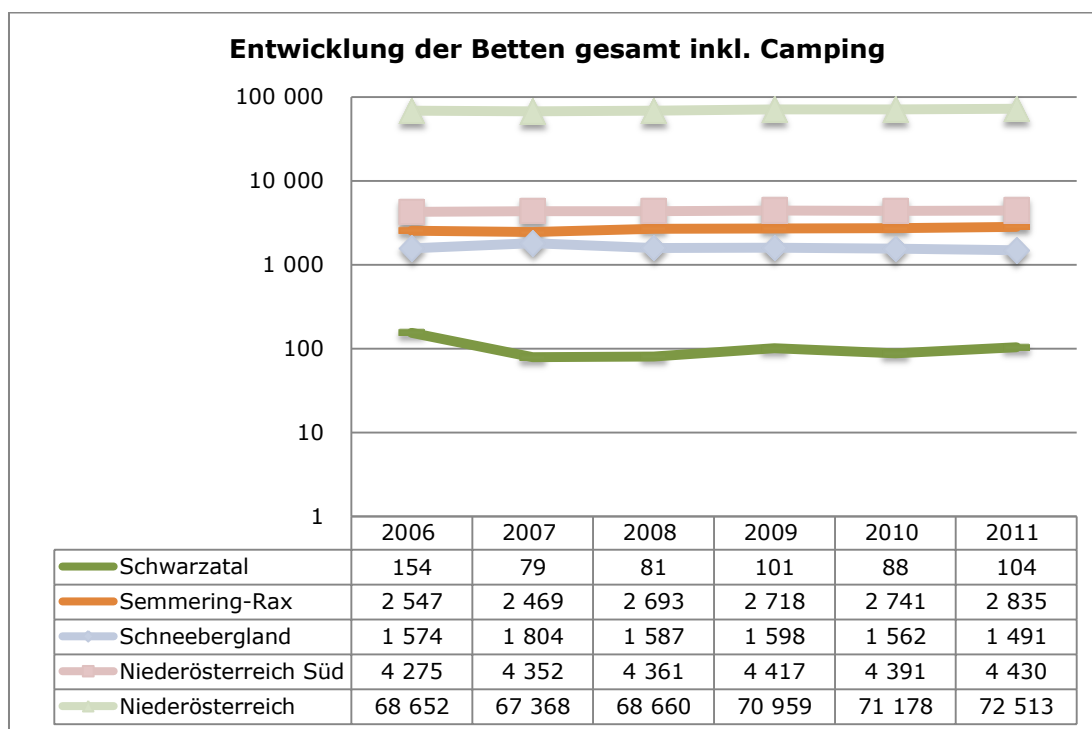


## ENTWICKLUNG DER BETTEN GESAMT INKL. CAMPING

Aus der nachstehenden Grafik ist ersichtlich, dass bei der Bettenentwicklung

- im Schwarzatal in der Gesamtbetrachtung Rückgänge von 32 % zu verzeichnen sind,
- in der Region Semmering-Rax die Betten um 11 % mehr geworden sind,
- im Schneebergland Rückgänge von 5 % zu verzeichnen sind,
- in der Gesamtregion ein Bettenzuwachs von 4 % verzeichnet werden konnte und
- in Niederösterreich ein Zuwachs von 6 % verzeichnet werden konnte.

Somit liegt die Bettenentwicklung im der Region Niederösterreich Süd im Vergleich zur Niederösterreich unter dem Landesdurchschnitt.

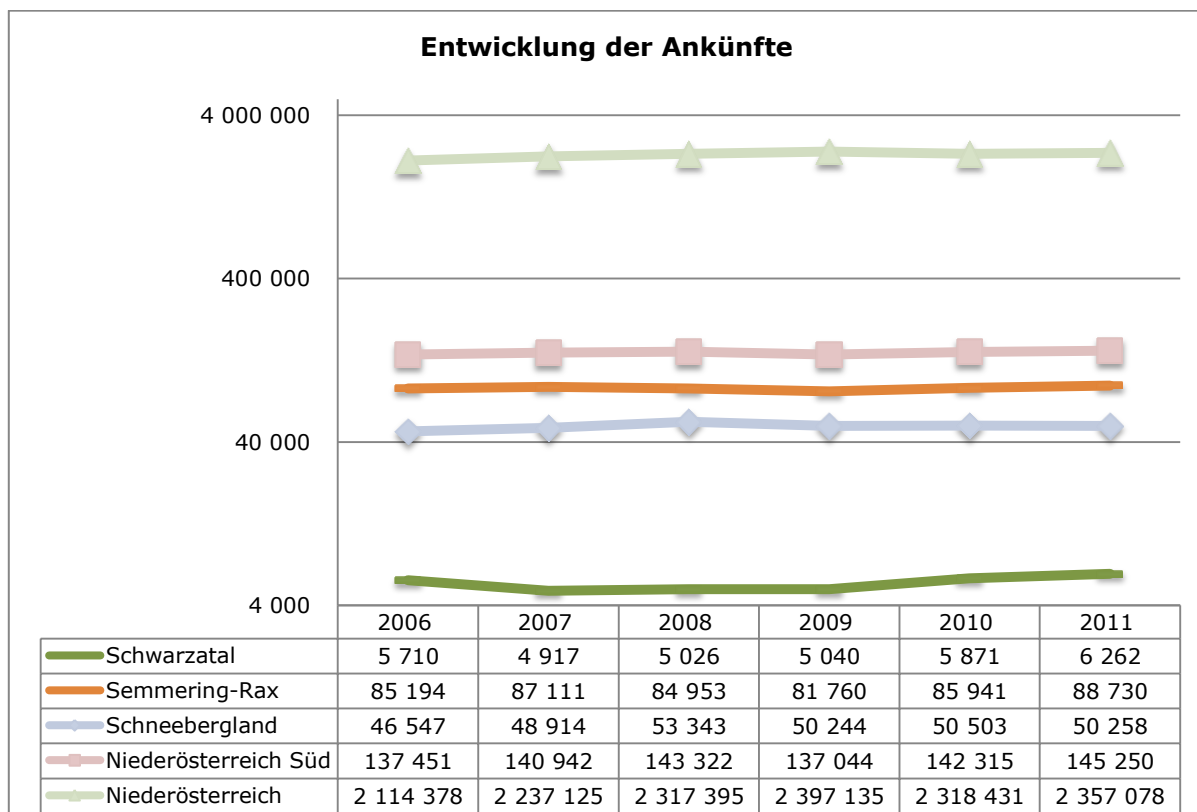


## ENTWICKLUNG DER ANKÜNFT

Die Entwicklung der Ankünfte zeigt, dass

- im Schwarzatal Zuwächse von 10 %,
- in der Region Semmering-Rax Zuwächse von 4 %,
- im Schneebergland Zuwächse von 8 %,
- in der Gesamtregion Niederösterreich Süd Zuwächse von 6 % und
- in Niederösterreich Zuwächse von 11 %.

Somit liegt die Gesamtregion Niederösterreich Süd 5 % unter dem Schnitt von Niederösterreich

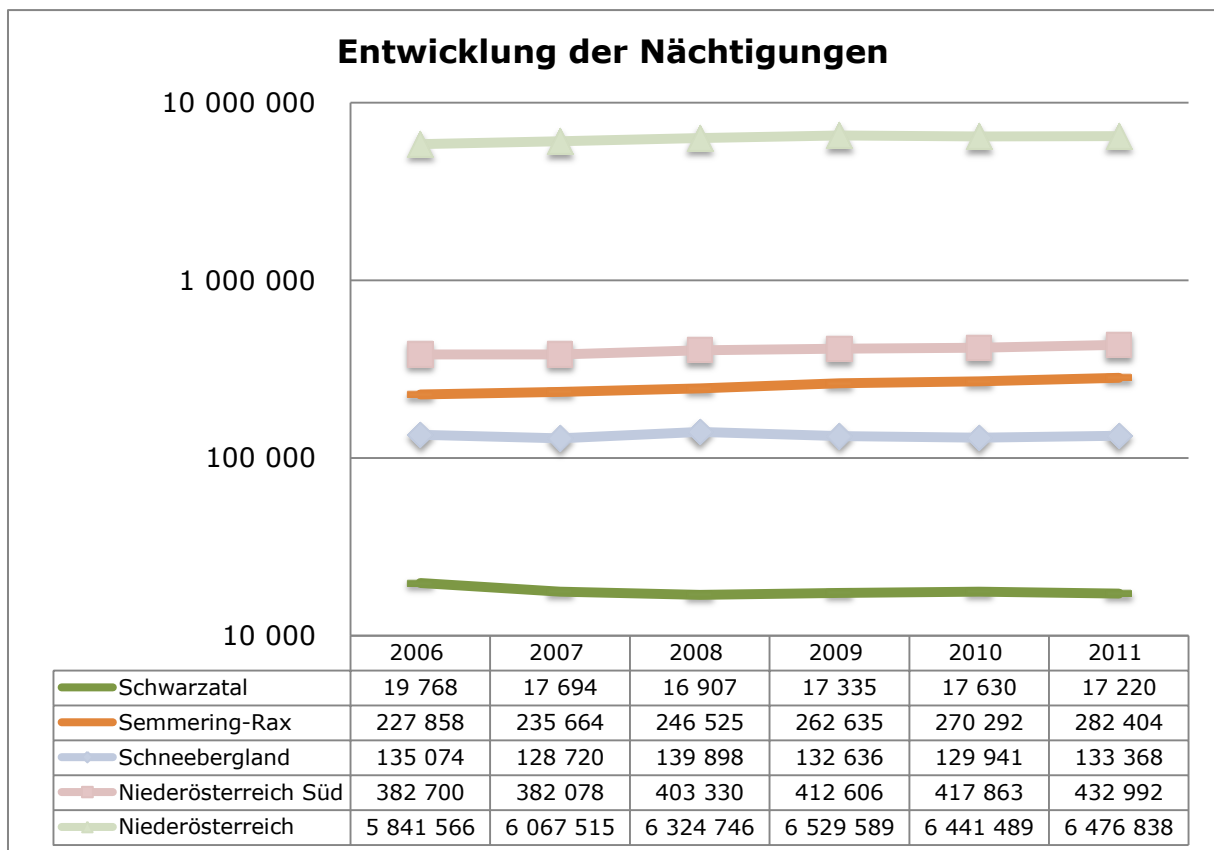


## ENTWICKLUNG DER NÄCHTIGUNGEN

Während in Niederösterreich, in der Gesamtregion, in der Kleinregion Semmering-Rax und Schneebergland (mit Ausnahme 2010) Nächtigungszuwächse zu verzeichnen sind, werden im Schwarzatal leichte Rückgänge verzeichnet.

In der nachstehenden Grafik ist ersichtlich, dass bei der Nächtigungsentwicklung im Gesamtbetrachtungszeitraum

- im Schwarzatal ein Minus von 13 % zu verzeichnen ist,
- in der Region Semmering-Rax ein Plus von 24 % zu verzeichnen ist,
- im Schneebergland ein Minus von 1 % zu verzeichnen ist,
- in der Gesamtregion Niederösterreich Süd ein Zuwachs an Nächtigungen von 13 % zu verzeichnen ist und
- in Niederösterreich ein Zuwachs von 11 % erzielt wurde.

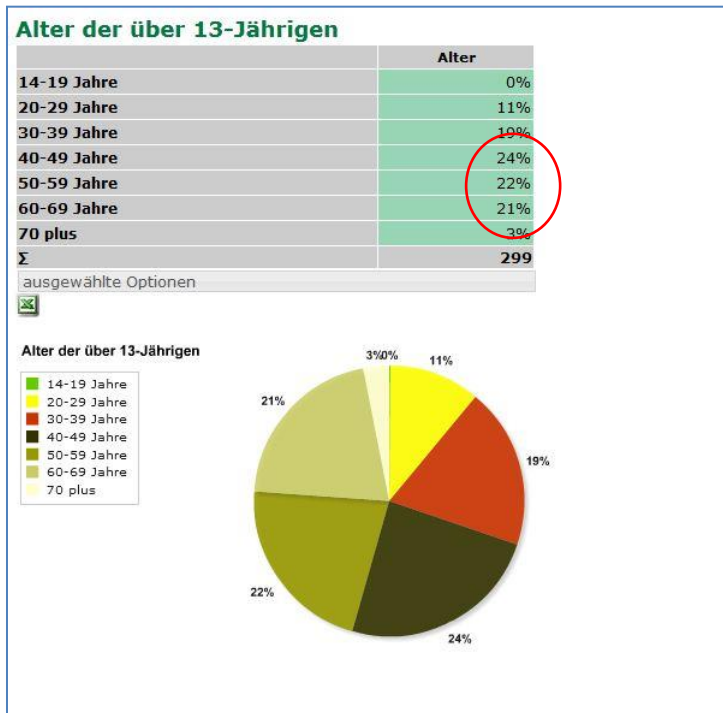


## STATUS QUO TOURISTISCHE NACHFRAGE

### ZIELGRUPPENSTRUKTUR DER REGION<sup>3</sup>

#### ALTERSSTRUKTUR

Die Altersstruktur der Wiener Alpen zeigt, dass über 46 % der Touristen über 50 Jahre alt sind.



#### GRÜNDE FÜR DIE DESTINATIONSENTSCHEIDUNG

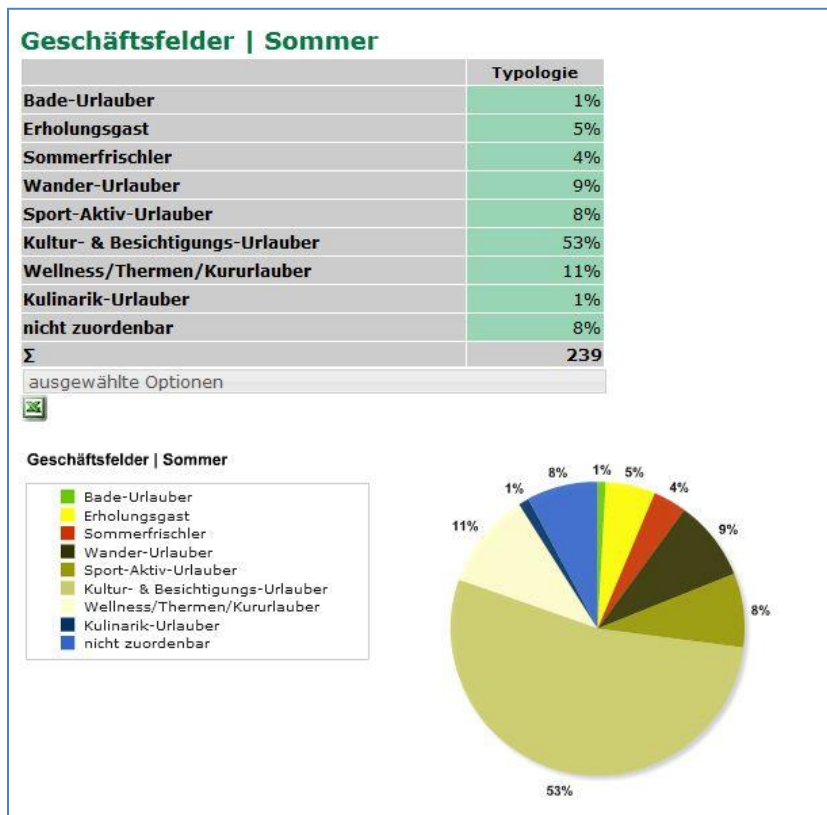
Bei der T-Mona Befragung in der Destination zeigt sich, dass sanfte Faktoren (wie Gastfreundschaft, der Ruf der Region) und die natürliche Gegebenheiten wie (Berge, Luft/Klima) essentiell für die Destinationsentscheidung sind.



<sup>3</sup> T-Mona 2011: Destination Wiener Alpen (Jänner-Dezember)

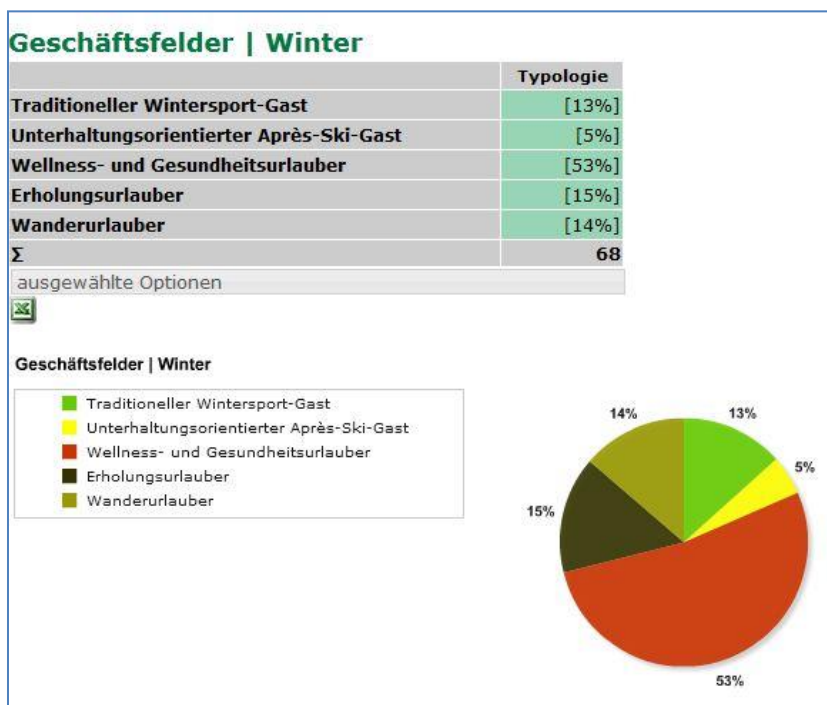
## MOTIVE SOMMER

Im Sommer wird die Destination Wiener Alpen primär von Kultur- und Besichtigungsurlaubern besucht.



## MOTIVE WINTER

Im Winter wird die Destination Wiener Alpen primär von Wellness und Gesundheitsurlaubern besucht.



## FAZIT

		<b>Schwarzatal</b>	<b>Semmering-Rax</b>	<b>Schneebergland</b>
<b>Angebot</b>	Tagestouristisch	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einige Heurigen und Gasthausbetriebe</li> <li>• Kaum tagestouristische Angebote (Stand Alone Projekte)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bedeutende tagestouristische Angebote: Ski, Wandern, Golf</li> <li>• Attraktives natürliches Potenzial</li> <li>• Qualitativ hochwertige Gastronomie</li> <li>• gute Infrastruktur</li> <li>• Nähe zu Wien vorteilhaft</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bedeutende tagestouristische Angebote: Wandern, Kultur (Biedermaier), Naturpark</li> <li>• Attraktives natürliches Potenzial</li> <li>• Qualitativ hochwertige Gastronomie</li> </ul>
	Aufenthaltstouristisch	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nicht besonders viele Beherbergungsbetriebe</li> <li>• Im Schwarzatal die Betriebsanzahl von 3 auf 5 gesteigert 2006-2011</li> <li>• Im Schwarzatal in der Gesamtbetrachtung Rückgänge von 32 % zu verzeichnen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Viele qualitative Beherbergungsbetriebe</li> <li>• In der Kleinregion Semmering-Rax in der Gesamtbetrachtung von 2006 bis 2011 nur 1 Betrieb dazugekommen</li> <li>• In der Region Semmering-Rax die Betten um 11 % mehr geworden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Viele qualitative Beherbergungsbetriebe</li> <li>• Im Schneebergland die Betriebsentwicklung rückläufig von 96 auf 84</li> <li>• Im Schneebergland Rückgänge von 5 % bei den Betten</li> </ul>

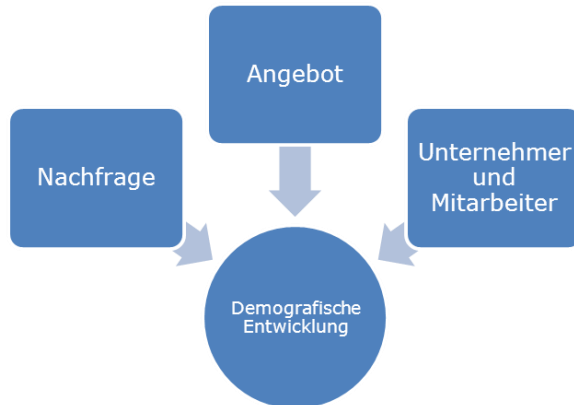
		<b>Schwarzatal</b>	<b>Semmering-Rax</b>	<b>Schneebergland</b>
<b>Nachfrage</b>	Tagestou-	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kaum tagestouristische Nachfrage</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tagestouristisch starke Region</li> <li>• Wird im Sommer und Winter nachgefragt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tagestouristisch starke Region</li> <li>• Wird im Sommer und Winter nachgefragt</li> </ul>
	Aufenthaltstouris-	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Im Schwarzatal Zuwächse von 10 % bei den Ankünften</li> <li>• Im Schwarzatal ein Minus von 13 % bei den Nächtigungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• In der Region Semmering-Rax Zuwächse von 4 % bei den Ankünften</li> <li>• In der Region Semmering-Rax ein Plus von 24 % bei den Nächtigungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• im Schneebergland Zuwächse von 8 % bei den Ankünften</li> <li>• im Schneebergland ein Minus von 1 % bei den Nächtigungen</li> </ul>



## DEMOGRAFISCHE ENTWICKLUNG: RELEVANTE ASPEKTE FÜR DEN TOURISMUS

### ALLGEMEINES

Die demografische Entwicklung wird durch 3 Faktoren im Tourismus beeinflusst:



Der demografische Wandel beeinflusst den Tourismus auf unterschiedliche Weise. Der Wandel übt direkten Einfluss auf die touristische Nachfrage (Veränderung von Volumen und Struktur) und auf den Arbeitsmarkt (Zahl und Alter der Arbeitskräfte) aus. Die Veränderungen in der Bevölkerung haben Einfluss auf das regionale Angebot, wie z.B. auf Freizeiteinrichtungen, Geschäfte, Medizinische Versorgung, etc. Der Tourismus wird natürlich nicht nur vom demografischen Wandel beeinflusst, sondern auch von vielen anderen Faktoren, die sich in touristischen Trends auf Angebot und Nachfrage niederschlagen (z.B. Einkommen, Preise, Konjunkturerwicklung, Entwicklungstendenzen im Pensionssystem, Klimawandel, Energiepreise, Entwicklung der Verkehrsanbindung).<sup>4</sup>

Der demografische Wandel ist ein globales Phänomen, das in den Ländern unterschiedlichen Ausprägungen und Richtungen zeigt. Generell sind in Europa sowie in den USA und Japan ähnliche Entwicklungen wie in Österreich oder in Deutschland ersichtlich, allerdings mit erheblichen Variationen. Insgesamt steigt der Anteil der älteren Mitbürger deutlich an. Während in den USA die Bevölkerung bis 2020 (und darüber hinaus) noch wachsen wird, sind Länder wie Japan oder Italien bereits ab dem Jahr 2005 bzw. 2010 von Bevölkerungsrückgängen mit gleichzeitig deutlicher Überalterung betroffen.

In Ländern wie den USA, den Niederlanden und Frankreich ist neben der Altersentwicklung die Migration (in der Regel als Zuwanderung) ein dynamischer Faktor des demografischen Wandels. Das Phänomen der Überalterung findet sich kaum in den sogenannten "emerging markets". Dies gilt vor allem für Indien und die Golfstaaten, die auf Grund ihrer wesentlich höheren Geburtenraten ein stärkeres Bevölkerungswachstum vorzuweisen haben. Andere Aspekte als der demografische Wandel spielen hier eine wichtigere Rolle für die Chancen Österreichs auf dem Tourismusmarkt. Für Deutschland ist zu sagen, dass der demografische Wandel in ausländischen Quellmärkten nur einen sehr eingeschränkten Effekt auf den Incoming-Tourismus haben wird. Für Österreich scheint im Hinblick auf die Fernmärkte selbiges zu gelten. Hinsichtlich anderer europäischer Quellmärkte, wie z.B. Italien, sind strukturell ähnliche Entwicklungen wie in Deutschland zu erwarten.

Das bedeutet, dass man mit einem an den Wandel angepassten Angebot, Gästen aus verschiedenen Quellmärkten gerecht werden kann.<sup>5</sup>

<sup>4</sup> S. 53ff, Österreich Tourismus, Überwindung der Stagnation; Chancen und Wege, 2012

<sup>5</sup> S. 60-61, Österreich Tourismus, Überwindung der Stagnation; Chancen und Wege, 2012

## SELBSTBILD VERSUS FREMBILD<sup>6</sup>

Bevor das Selbstbild dem Fremdbild der Generation 50plus gegenübergestellt wird, soll zunächst gezeigt werden, warum beide in der öffentlichen Wahrnehmung teilweise deutlich divergieren.

Trotz steigender Lebenserwartung und einer immer besseren medizinischen Versorgung lässt sich der biologische Alterungsprozess nicht verhindern. Vor allem der Verlust der Sehkraft, des Hörsinns, der Farbwahrnehmung sowie der Muskelkraft nehmen im Alter zu. Demgegenüber tritt die Stärke des Alters, nämlich das Ansteigen des psychischen Leistungspotenzials. „Ältere“ sind Jüngeren in Erfahrung, Selbstbewusstsein, Urteilsvermögen, Sozialkompetenz und Geduld überlegen. Altersgrenzen aufzustellen ist problematisch, da das Altern ein lebenslanger Prozess ist. Das „functional age“, sprich die Funktionsfähigkeit verschiedener körperlicher und seelisch-geistiger Fähigkeiten, wird durch ein deutlich lebensnäheres Bild als das chronologische Alter gezeichnet, da es durch die biologischen und psychischen Faktoren im Laufe des Lebens bestimmt wird. „Alt“ sein ist kein Kompliment, da es immer noch mit Verlustaspekten, wie z.B. krank, passiv, gebrechlich und arm assoziiert wird. Niemand möchte „alt“ sein und „alt“ aussehen. Der „Seniorenteller“ wird dankend abgelehnt und es sind auch immer nur alle anderen „alt“, obwohl jeder „alt“ wird. Das negative Altersbild, dass Alter als Kostenfaktor betrachtet wird, führt dazu, das Thema in der Gesellschaft zu verdrängen. Dieses Bild hatte lange Zeit Bestand.

Der altersstrukturelle Wandel lässt sich aber nicht mehr aufhalten, wodurch er nach und nach weniger verdrängt wird. „Ältere“ werden bedeutet zwingend nicht „alt“ sein, da es viele positive Seiten haben kann, vorausgesetzt man ist und bleibt gesund. Die jetzige Generation 50plus durchlebt einen regelrechten Wandel. Die heutige Generation 50plus sieht sich eher im Zentrum der Gesellschaft, hat sich selbstbewusst zur Mitte des Marktes erklärt und möchte auch so behandelt werden. Interessant sind bei der Generation 50plus ihre Einstellungen zum Alter, welche in der folgenden Tabelle dargestellt sind:

Einstellung zum Alter				
Angabe Lebensjahre	45 bis 55	56 bis 65	66 bis 70	ab 71
Wie alt fühlen Sie sich?				
Umfrage 2000	41	51	56	62
Umfrage 2006	42	51	57	64
Wie alt wären Sie gerne?				
Umfrage 2000	36	45	49	52
Umfrage 2006	37	46	52	56
Ab wann ist man alt?				
Umfrage 2000	73	73	74	76
Umfrage 2006	73	75	75	77

Die Tabelle veranschaulicht deutlich den Unterschied zwischen dem chronologischen und dem „gefühlten“ Alter. In der Regel fühlen sich alle Altersgruppen 10 bis 15 Jahre jünger und wären generell gerne noch jünger als das bereits „gefühlte“ Alter. Aufgrund dieses Empfindens sehen sie jünger aus und verhalten sich auch dementsprechend, wodurch sich die Werte der Generation 50plus denen der jüngeren Generationen immer mehr angleichen. Interessant ist außerdem, dass alle Altersgruppen das „alt“ sein im Durchschnitt frühestens mit 75 Jahren assoziieren. Das neue Selbstbild der Generation 50plus muss von der Gesellschaft, Unternehmern, Marketingexperten und Werbern angenommen und auch dargestellt werden, damit sich Menschen über 50 Jahre integriert und akzeptiert fühlen. Es gilt die Stärken des Alters und die Charakteristiken der Generation 50plus zu realisieren, damit das negative Fremdbild in den Hintergrund rückt und ein reales Abbild der Gesellschaft präsentiert werden kann.

<sup>6</sup> S. 6 – S. 7; WKÖ, Das Freizeitverhalten der Zielgruppe(n) 50plus

## BIFURKATION DER GESELLSCHAFT

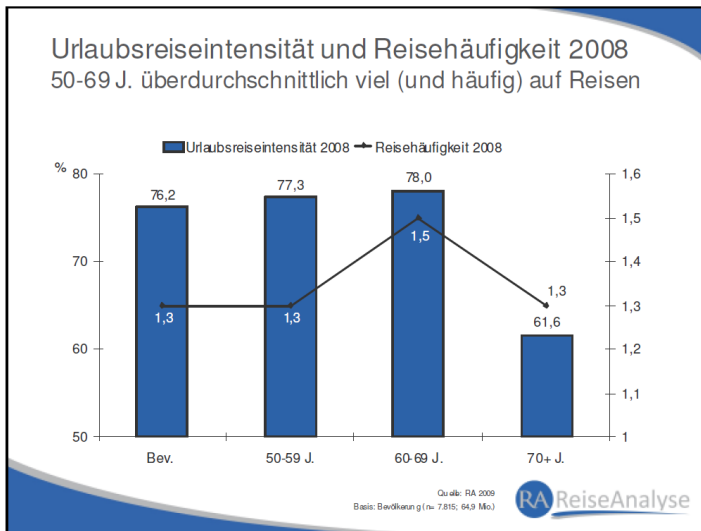
Vor einigen Jahrzehnten waren Menschen über 50 Jahre weniger anspruchsvoll und verbrachten ihre Zeit überwiegend mit Handarbeit, Fernsehen und Spaziergängen. Seit den 90er Jahren ist auch ein neuer Wertean-spruch der Gesellschaft festzustellen.

Charakteristisch für die heutige Generation 50plus ist vor allem:

- das Genießen des Lebens
- längere Gesundheit
- Selbstbewusstsein
- Aktivität
- Vitalität
- Erfüllung der eigenen Bedürfnisse
- das „jung“ gebliebene Lebensgefühl
- ein hoher Anspruch

## URLAUBSINTENSITÄT UND REISEHÄUFIGKEIT<sup>7</sup>

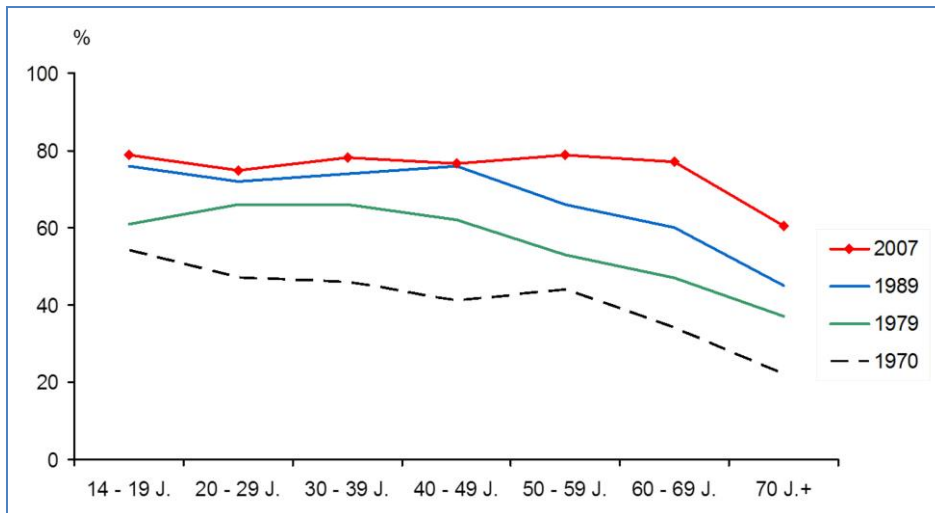
Die Darstellung der Urlaubsreiseintensität und Reisehäufigkeit zeigt, dass sich diese mit dem Alter ändern. Es ist ersichtlich, dass die Urlaubsreiseintensität und Reisehäufigkeit im Alter zwischen 50-69 Jahren im Vergleich zu der gesamten Bevölkerung überdurchschnittlich hoch ist und mit dem Alter ab 70 dann wieder rückläufig ist.



Die nachstehende Abbildung<sup>8</sup> zeigt die Urlaubsreiseintensität der Deutschen (Anteil einer Bevölkerungsgruppe, der wenigstens eine Urlaubsreise im Jahr unternommen hat) nach Altersgruppen. Tendenziell lag diese Kennziffer für 60-69-Jährige (bis 1989 aber auch für Über-50-Jährige) deutlich niedriger als für Jüngere. Die Unterschiede sind aber viel geringer geworden: Mittlerweile scheint die Urlaubsreiseintensität weitgehend unabhängig vom Alter zu sein und auch von der Gruppe der über 70-Jährigen reisen mehr als 60%.

<sup>7</sup> FUR, Reiseanalyse 2009

<sup>8</sup> FUR, Reiseanalysen



### REISEINTENSITÄT ÄLTERER ÖSTERREICHER<sup>9</sup>

Zwischen 2002 und 2005 bzw. 2006 zeigt sich eine deutlich gestiegene Reiseintensität, die teilweise mit erhebungstechnischen Veränderungen zu tun hat und teilweise mit den Erhebungszeitpunkten. Nach den 9/11-Anschlägen in den USA 2001 hat es einen deutlichen Rückgang im Reiseverkehr gegeben, sodass der niedrige Wert 2002 gewissermaßen einen Ausreißer darstellt.

Altersgruppe	Mindestens eine Urlaubsreise mit vier und mehr Übernachtungen machten...										
	1990	1993	1996	1999	2002	2005*)			2006**)		
	Alle					Alle	Frauen	Männer	Total	Frauen	Männer
Angaben in %											
50-54 Jahre	47	49	53	52	48	61	63	58	66	61	70
55-59 Jahre	38	42	49	51	47	59	64	55	64	66	62
60-64 Jahre	39	41	42	45	46	61	58	66	56	54	59
65-69 Jahre	39	40	38	40	40	55	51	62	61	54	69
70-74 Jahre	32	34	37	36	32	44	49	38	48	44	52
75+	23	21	25	27	21	32	29	37	34	30	42

Als primäre Ursache für die im Altersgruppenvergleich abnehmende Reisebeteiligung ist die Gesundheit zu nennen. 55% der 75-Jährigen und älter nannten 2002 gesundheitliche Gründe dafür, dass sie keine Reise unternommen haben. Die zweitwichtigste Ursache der geringeren Reiseintensität im Alter liegt im mangelnden Interesse. In dieser Hinsicht ist für die Zukunft eine deutliche Veränderung zu erwarten, da sich das Reiseverhalten insgesamt in der Bevölkerung ändert und davon ausgegangen werden kann, dass Personen, die ihr ganzes Leben lang gereist sind, dies auch im Alter tun werden. Als typisch für die Reisen im Alter gilt heute, dass diese länger dauern und im Vergleich zu anderen Altersgruppen eher im Inland bzw. im Sommer stattfinden. Abhängig ist die Reiseaktivität der Älteren in Österreich weiters von Einkommen, Schulbildung und Gesundheitszustand.

### AUSFLUGSFAHRTEN<sup>10</sup>

Neben den länger andauernden Reisen, die Kur- und Badeaufenthalte beinhalten, neben Besichtigungen, Besuchen von Bekannten und Verwandten, hat für die Älteren ein anderer Typus von Tourismus starke Attraktivität erlangt: die (kurzdauernde) Ausflugs- oder Tagesfahrt.

<sup>9</sup> S. 139-140 HOCHALTRIGKEIT IN ÖSTERREICH EINE BESTANDSAUFNAHME, 2009

<sup>10</sup> S. 131, 142-143 HOCHALTRIGKEIT IN ÖSTERREICH EINE BESTANDSAUFNAHME, 2009

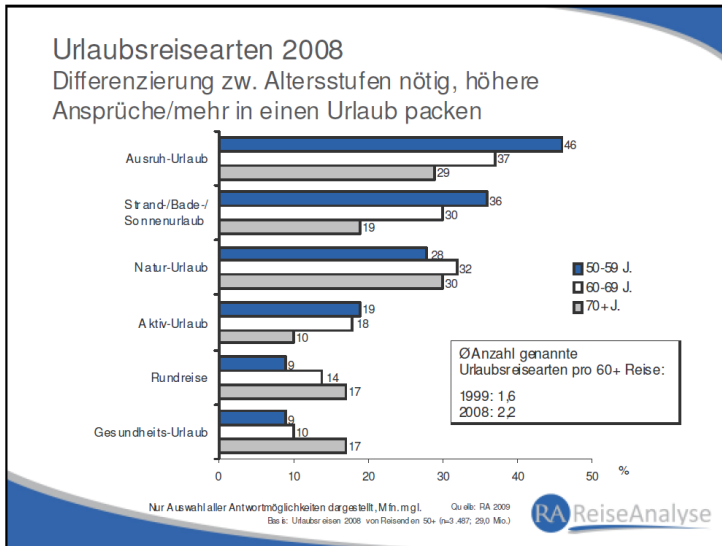
	Insgesamt			50-59		60-69		70-79		80+	
	Alle	m	w	m	w	m	w	m	w	m	w
Fernsehen*	98	98	97	95	96	99	96	99	98	99	96
Radiohören*	91	91	91	94	93	91	93	91	87	79	85
Zeitungen/Zeitschriften lesen*	91	93	89	91	90	93	87	94	87	93	93
Ausruhen**	76	78	74	75	68	78	72	82	80	84	86
Hobby nachgehen**	71	75	68	76	73	80	77	71	59	61	49
Heimwerken**	63	68	60	73	68	76	59	59	58	43	44
Einkaufsbummel**	61	56	66	63	76	57	69	44	60	43	48
Auf den Friedhof gehen**	55	43	64	33	58	50	66	43	75	57	60
Gartenpflege**	53	51	55	56	61	51	59	46	59	28	43
Bücher lesen**	53	48	56	48	54	50	65	43	47	54	51
Musik hören**	50	52	48	62	62	48	55	46	31	39	23
Ausflüge unternehmen**	48	50	46	52	49	56	51	43	45	36	27
mit Haustieren beschäftigen**	47	47	48	41	55	53	52	43	37	32	33
selbst Sport betreiben**	41	44	39	54	51	46	45	31	24	32	17
Handarbeiten/Basteln**	33	20	43	23	43	20	46	19	44	18	33
Fotografieren/Filmen**	22	28	17	32	19	33	22	16	14	20	4
im Internet surfen**	20	20	11	30	24	22	7	8	1	2	1
Konzerte/Theater/Oper gehen**	18	16	20	17	23	17	25	13	16	9	6
Musizieren**	14	12	15	12	14	11	17	11	19	11	8
Ausstellungen besuchen**	11	10	12	12	12	10	15	8	12	4	4

Wie in der obenstehenden Tabelle angeführt, unternehmen 36% der über 80-Jährigen Männer und 27% der über 80-Jährigen Frauen Ausflüge. Nicht unterschieden werden kann dabei zwischen selbst- und fremdorganisierten Ausflügen. Letztere haben insbesondere hinsichtlich ihrer sozialintegrativen Wirkung eine besondere Bedeutung.

Neben Reisebüros sind es vor allem Gemeinden, Seniorenverbände und Vereine, die zu Autobusfahrten einladen. Zu diesen meist preisgünstigen Ausflügen, die in der Regel an einem Tag absolviert werden, gehören auch Kaffee- bzw. Werbefahrten, die neben der Vermittlung von Kultur und der Bereitstellung von Essen, das Ziel verfolgen, den Teilnehmer/innen verschiedenste Konsumartikel zum Kauf anzubieten. Letztere sind besonders aus der Sicht des Konsumentenschutzes von Bedeutung, weil hier älteren Menschen etwa unter dem Titel der Gesundheitsprävention oftmals überbeuerte Produkte verkauft werden bzw. Fragen der Produkthaftung und dergleichen ungeklärt bleiben. Der Tourismustypus Ausflüge beinhaltet Fahrten zu (Landes)-Ausstellungen, Kulturstätten und Theatervorführungen sowie die Teilnahme an überregionalen Verbandstagungen von Freiwilliger Feuerwehr, Kameradschaftsvereinen und Seniorenorganisationen mit entsprechendem Kultur- und Unterhaltungsprogramm. Tagesfahrten erfüllen eine andere Funktion und zeigen eine andere Form der Beteiligung als andere Reisen. Die Teilnehmer/innen von Tagesfahrten – zumindest im ländlichen Bereich – kommen aus demselben sozialen Umfeld, sie kennen sich daher untereinander. Häufig werden Tagesfahrten nicht in Reisebüros gebucht, sondern im sozialen Umfeld angeregt durch z.B. Postwurfsendungen, Inserate in Tageszeitungen, Vereinsaktivität, kirchliche Zeitschriften etc.

## URLAUBSART<sup>11</sup>

Der Ausrhurlaub steht bei den 50 bis 69 Jährigen an erster Stelle, bei den über 70-Jährigen der Natururlaub. Deutliche Unterschiede zeigen sich im Segment der Rundreise bzw. im Segment des Gesundheitsurlaubs. Diese Urlaubsarten werden bevorzugt von über 70-jährigen durchgeführt.



## REISEART ÄLTERER ÖSTERREICHER<sup>12</sup>

Über 80-Jährige wählten 2006 im Vergleich zu den jüngeren Älteren als Unterkunft bei Inlandsreisen etwas häufiger ein Privatquartier (80+: 36%; 50-59-Jährige: 31%) und weniger häufig ein Hotel (80+: 33%; 50-59-Jährige: 42%). Als Verkehrsmittel verwendeten die Hochaltrigen bei Inlandsreisen häufiger Bus oder Bahn (80+:32%; 50-59-Jährige:16%) und seltener den eigenen PKW (80+: 67%; 50-59-Jährige: 81%). Die aufgezeigten Unterschiede sind durch eine Reihe gesellschaftlicher Veränderungen bedingt.

Dazu gehört die zunehmende Ausstattung der Privathaushalte mit PKWs, ein größeres Hotelangebot, welches von den einkommensstärkeren jüngeren Alten genutzt wird und eine Veränderung des Reiseverhaltens, das weg vom Urlaub als besonderes Ereignis im Jahresablauf hin zum wiederholten kurzdauernden Wegfahren geht. Auf Basis der Haushaltsbefragung 2006 kann auch etwas über die Reisemotive der Hochaltrigen gesagt werden. Auffällig bei Vergleich der verschiedenen Altersgruppen ist, dass mit zunehmendem Alter die Reisemotivation geringer wird. Das hat zum Teil mit der Gesundheit der Hochaltrigen zu tun. Sichtbar wird auch, dass z.B. weniger das Motiv Aktivurlaub genannt wird, was zum Teil mit neuen Reisetilen zu tun hat. Oder Shopping, das sich als Reisemotiv bei Hochaltrigen gar nicht findet. Als hauptsächlicher Reisezweck fanden sich 2006 für die 126.000 Inlandsurlaubsreisen der 80-Jährigen und Älteren: Verwandten-, Bekanntenbesuch (29%); Erholungsurlaub, relaxen (28%); Aktivurlaub, Sommer- oder Wintersport (19%); Kultur, Besichtigung, Rund- und Städtereisen (16%). Vergleichsweise gering ist der Anteil der Gesundheitsurlaubsreisen mit rund 10%. In den Reisemotiven treten deutliche Unterschiede zu den jüngeren Älteren hervor, d.h. es lassen sich je nach Altersgruppe verschiedene Urlaubsstile finden.

Die Reisen der 50 bis 54-Jährigen sind stärker Aktivurlaub orientiert. In dieser Altersgruppe wird im Vergleich zu den Hochaltrigen doppelt so oft das Motiv aktive, sportorientierte Urlaubsgestaltung genannt. Verwandtenbesuche kommen mit 20% weniger oft vor, während der Wellness- bzw. Schönheitsurlaub bei rund jeder zehnten Inlandsreise als Reisezweck angegeben wird. Von den über 80-Jährigen geben 2% an, im Jahr 2006 einen Well-

<sup>11</sup> FUR, Reiseanalyse 2009

<sup>12</sup> S. 139 -140 HOCHALTRIGKEIT IN ÖSTERREICH EINE BESTANDSAUFNAHME, 2009



ness-/Schönheitsurlaub absolviert zu haben. Bei den Auslandsreisen werden von den Hochaltrigen zwei hauptsächliche Reisezwecke angegeben, nämlich Erholung und Kultur (insgesamt 63%), während die 50 bis 54-Jährigen vier hauptsächliche Reisezwecke nennen, nämlich Kulturreisen, Verwandtenbesuche, Erholungsurlaube und Strand- bzw. Badeaufenthalte (insgesamt 76%). Insgesamt legen die Daten die Vermutung nahe, dass die Motive „Ausruhen und Erholen“ bzw. Strand- und Badeaufenthalt in Zukunft an Bedeutung verlieren werden. Im Gegenzug wird das Interesse am Aktivurlaub zur Förderung der Gesundheit und des körperlichen Wohlbefindens zunehmen.

## KAUFVERHALTEN<sup>13</sup>

Eine Umfrage der Wirtschaftskammer Österreich zeigt: Beim Einkaufen spielt für Österreichs Verbraucher ab einem Alter von 55 Jahren neben dem Preis vor allem die Qualität eine zentrale Rolle. Fast 60 Prozent sind bereit für besondere Qualität auch mehr Geld auszugeben. Die Hälfte der Best Ager lässt sich beim Einkaufen gerne beraten. Ebenso hat die Herkunft von Produkten für knapp die Hälfte eine hohe Bedeutung. Auch Design und Ästhetik von Produkten, Marken-Image sowie die Umwelt- und Nachhaltigkeitsaspekte sind für Best Ager wichtige Kaufkriterien. Insbesondere für kulinarische Genüsse, Gesundheit, Körperpflege und Kosmetik ist man bereit, viel auszugeben.



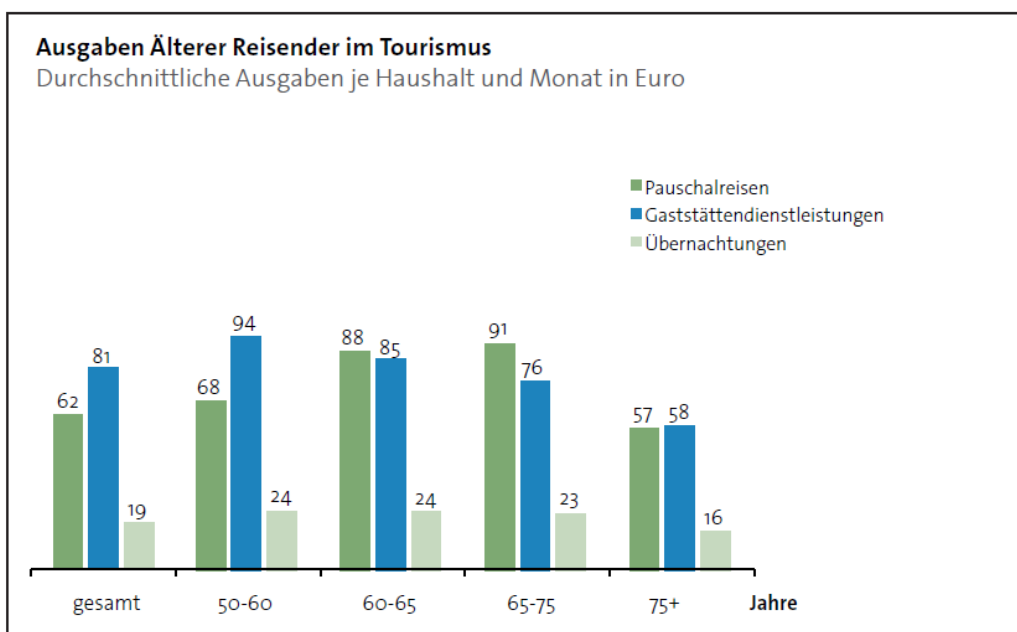
Die Best Ager profitieren von einem nie dagewesenen Wohlstand. Sie sind im Schnitt nicht nur sehr vermögend, sie sind vor allem auch gewillt, ihr Geld auszugeben, anstatt es in den Sparstrumpf zu stecken. Ein immer größerer Teil der Kaufkraft entfällt auf die Altersgruppe 50plus. Nach dem Motto „Wer spart, hungert bloß für die Erben“ kurbelt sie den Konsum an. Die enorme Kaufkraft, die hohe Ausgabebereitschaft und modernen Konsumgewohnheiten machen die Best Ager zur lukrativen Zielgruppe. Ihr Sinn für Lebensqualität, Gesundheitsorientierung und Genuss schafft für alle Unternehmer neue Marktchancen.

## REISEAUSGABEN

<sup>13</sup> S. 6-7 WKÖ Best Ager der Silberne Markt; 2009

Gerade die älteren Deutschen, die durch das Wirtschaftswunder zu „Reiseweltmeistern“ wurden, sind häufig unterwegs. Sie unternehmen Tagesausflüge oder längere Urlaubsreisen. Haben daher viel gesehen und wollen für ihr Geld eine angemessene Leistung. Sie sind heute schon eine wichtige Kundengruppe im Tourismus und ihre Bedeutung wird wachsen. Zudem verfügen viele Menschen über 50 über ein überdurchschnittliches Einkommen und sind bereit, dieses auszugeben. Ausgaben für Beherbergung, Bewirtung, Freizeitgestaltung oder Pauschalreisen haben dabei einen hohen Stellenwert. Diese kaufkräftige und konsumfreudige Gruppe zu ihrer Zufriedenheit zu betreuen und zu bewirten, gestaltet sich für alle Leistungsträger äußerst attraktiv. Aus der nachstehenden Grafik ist klar ersichtlich, dass die Ausgaben im Tourismus bei den 50 bis 75-jährigen deutlich über dem Durchschnitt liegen.<sup>14</sup>

Laut der Reiseanalyse der FUR (2008) liegen die Ausgaben pro Person und Reise bei in den älteren Reisenden (50-59 Jährige: 918 Euro, 60+ Jährige: 889 Euro) deutlich über dem Durchschnitt aller Urlaubsreiseausgaben 2008 (834 Euro).<sup>15</sup>



<sup>14</sup> S. 8-9; Tourismus 50+, 2011

<sup>15</sup> FUR, Reiseanalyse 2009

## MEDIENNUTZUNG

### KLASSISCHE MEDIEN<sup>16</sup>

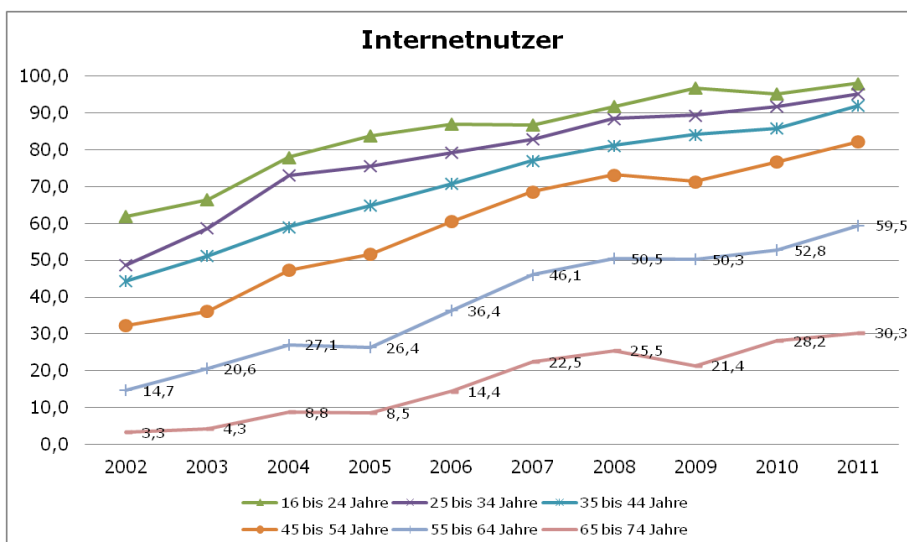
Nachstehend werden die wichtigsten Fakten der Mediennutzung der Zielgruppe 50plus dargestellt.

- Das Durchschnittsalter der Leser der zehn auflagenstärksten Zeitschriften in Deutschland liegt bei 48 Jahren.
- Den höchsten Anteil an Lesern über 50 Jahren haben unter den Publikumszeitschriften
  - Apotheken-Kundenmagazine (70 %)
  - Wöchentliche Programmzeitschriften (65 %)
  - Wöchentliche Frauenzeitschriften (63%)
  - Gartenmagazine (61 %)
- Ältere Menschen verbringen aktuellen Studien zufolge täglich viele Stunden mit der Mediennutzung. Ärgerlich für Werbetreibende und Vermarkter ist nur, dass rund 45% aller 50+ die Werbung im TV als störend empfinden
- Auch Hörfunkwerbung finden älteren Konsumenten häufiger „lästig“ als „interessant“
- Lebensstile, Einstellungen, Werte, Leidenschaften, Charakter, Tonalität und Tiefe werden in der Kommunikation zunehmend wichtiger.

### ONLINENUTZUNG

#### ENTWICKLUNG DER INTERNETNUTZER IN ÖSTERREICH<sup>17</sup>

Seit 2002 sind ständige Zuwächse der Internetnutzer (Personen, die in den letzten drei Monaten das Internet genutzt haben) zu Verzeichnen. Die Internetaffinität der Zielgruppe 50+ wird vielfach unterschätzt. So nutzen über 30% der 65-74 Jährigen bzw. über 59 % der 55-64 Jährigen regelmäßig das Internet. Die Entwicklungsbeurteilung von 2002 bis 2011 zeigt Steigerungen von über 44 % bei 55-64 Jährigen bzw. 27 % bei den 65-74 Jährigen.



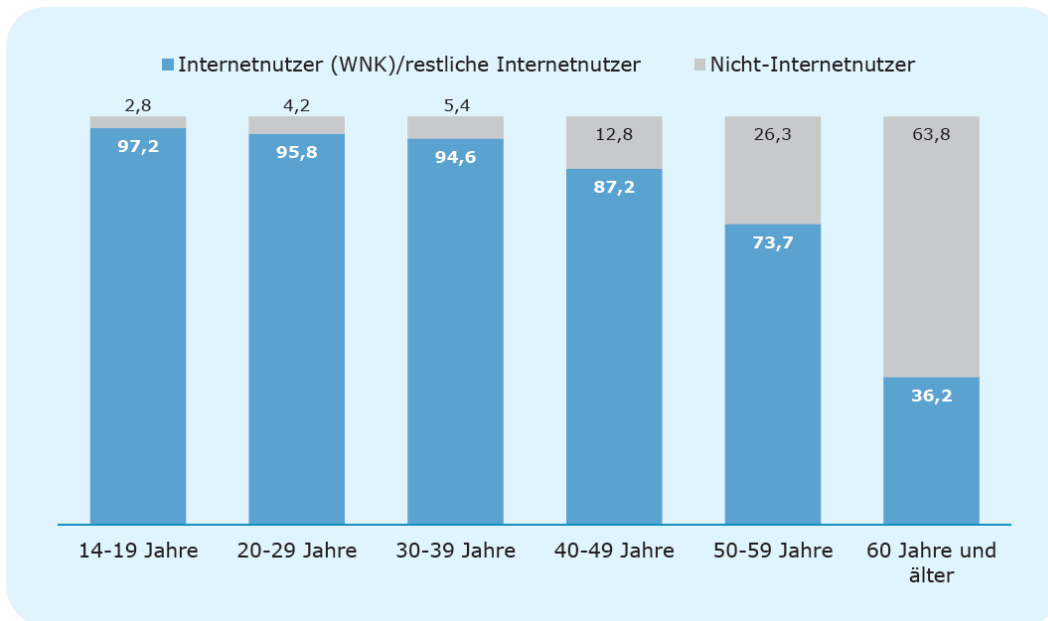
<sup>16</sup> S. 71-72, Boombranchen 50plus; 2011

<sup>17</sup> STATISTIK AUSTRIA, Europäische Erhebungen über den IKT-Einsatz in Haushalten 2002 bis 2011. Erstellt am: 18.10.2011. Befragungszeitpunkte: Juni 2002, März 2003, Zweites Quartal 2004, Februar bis April 2005, Februar und März 2006 bis 2008, Februar bis April 2009, Mai und Juni 2010 und 2011.

## INTERNETNUTZER <sup>18</sup>

Ältere Touristen stellen an Information und Kommunikation hohe Anforderungen. Schon im Vorfeld ihres Besuches wollen sie sich umfassend informieren und sich während des Aufenthaltes leicht orientieren können. Dabei reicht das Spektrum der Touristen vom älteren Ehepaar ohne Internetzugang über den 50-jährigen Gast, der seine Lesebrille nicht zur Hand hat, bis zum Besucher mit Seh- oder Hörschwierigkeiten. Virtuelle Kommunikation wird bei den 50plus Mainstream.

Die untenstehende Aufstellung aus Deutschland zeigt, dass über 73% der 50-59-Jährigen bzw. über 36% der über 60-Jährigen das Internet als Medium nutzen.



<sup>18</sup> S. 9 AGOF internet facts 2012-02

## INFORMATIONSBESCHAFFUNG IM ONLINE-BEREICH

Die nachstehende Grafik zeigt, dass sich die Zielgruppe der 50-59 Jährigen mit Ausnahmen von Büchern bevorzugt über Reisen und Hotels im Internet informiert. Bei den über 60-Jährigen zeigt sich, dass im Internet primär Informationen über Hotels und Reisen recherchiert werden.<sup>19</sup>

### Informationen im Internet gesucht: Top 5 Produkte nach Altersklassen



14-19 Jahre		40-49 Jahre	
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	67,0	Bücher	61,9
Schuhe	64,0	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	56,9
Musik-CDs	59,8	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	55,1
Filme auf DVDs, Videos	57,9	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	52,5
Bücher	56,1	Möbel oder Gegenstände zur Wohnungseinrichtung	47,1
20-29 Jahre		50-59 Jahre	
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	67,9	Bücher	54,5
Bücher	65,5	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	54,3
Schuhe	59,9	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	52,6
Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	58,0	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	44,9
Filme auf DVDs, Videos	53,3	Bahntickets	39,7
30-39 Jahre		60 Jahre und älter	
Bücher	64,2	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	52,3
Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	59,0	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	51,6
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	57,9	Bücher	48,0
Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	53,6	Bahntickets	37,6
Möbel oder Gegenstände zur Wohnungseinrichtung	53,4	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	36,9

## KAUFENTSCHEIDUNG IM ONLINEBEREICH

Die nachstehende Übersicht zeigt, dass Kaufentscheidungen für Beherbergungsbetriebe bevorzugt von Zielgruppen 50 plus getroffen werden.<sup>20</sup>

### Produkte im Internet gekauft: Top 5 Produkte nach Altersklassen



14-19 Jahre		40-49 Jahre	
Schuhe	33,8	Bücher	47,4
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	33,7	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	36,1
Bücher	32,8	Damenbekleidung	30,0
Musik-CDs	28,9	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	29,8
Filme auf DVDs, Videos	24,2	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	28,0
20-29 Jahre		50-59 Jahre	
Bücher	47,9	Bücher	39,4
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	44,8	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	29,9
Schuhe	35,2	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	29,4
Damenbekleidung	31,5	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	26,3
Herrenbekleidung	31,1	Musik-CDs	21,9
30-39 Jahre		60 Jahre und älter	
Bücher	51,3	Bücher	32,7
Spielwaren	39,3	Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen	28,5
Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	38,6	Eintrittskarten für Kino, Theater, etc.	25,0
Damenbekleidung	33,8	Urlaubsreisen, Last-Minute-Reisen	22,9
Schuhe	31,2	Bahntickets	19,9

<sup>19</sup> S. 20 AGOF internet facts 2012-02

<sup>20</sup> S. 22 AGOF internet facts 2012-02

## INTERESSEN UND FREIZEITBESCHÄFTIGUNGEN DER 50 PLUS<sup>21</sup>

Zu den wichtigsten Vorlieben der Generation 50plus zählen lokale Ereignisse, die Gesundheit, schönes Wohnen, ein schöner Garten und das Reisen. 39% aller über 50-Jährigen bzw. 36 % der über 60 Jährigen geben an besonders gerne zu Reisen.

Interessen der über 50-Jährigen		
Angabe „besonders“ in %	Alle über 50-Jährigen	Alle über 60-Jährigen
Lokale Ereignisse	54	55
Gesunde Lebensweise	45	47
Gastlichkeit zu Hause	41	41
Gartenpflege	39	41
Urlaub und Reisen	39	36
Kochen, Kochrezepte	38	39
Medizinische Fragen	36	38
Bücher	33	32
Wohnen und Einrichten	33	30
Haut-, Körperpflege	32	31

Basis: 29,8 Mio. Personen über 50; 20,4 Mio. Personen über 60 Jahre

**Tabelle 3: Interessen der über 50-Jährigen**  
 Quelle: AWA 2006, in: W&V Compact, Nr. 3/2007, S. 6.

Freizeitbeschäftigungen der über 50-Jährigen			Sportarten der über 50-Jährigen		
„Mache ich regelmäßig“ in %	Alle ab 50-Jährigen	Alle ab 60-Jährigen	„Mache ich häufig/gelegentlich“	Über 50 Jahre in Mio. <sup>1</sup>	Anteil in % der Aktiven <sup>2</sup>
Fernsehen	83	85	Radfahren	11,92	38
Zeitung lesen	69	72	Schwimmen	9,44	36
Radio hören	63	63	Wandern	8,93	61
Daheim entspannen	62	64	Gymnastik	4,30	46
Zeitschriften lesen	50	52	Walken, Nordic Walking	2,39	38
Kochen	43	44	Joggen, Laufen	2,21	19
Beschäftigung im Garten	32	34	Fitnesstraining/Aerobic	1,62	28
Spazieren gehen	29	33	Skilaufen	1,40	23
Bücher lesen	23	23	Fitness-/ Aerobicstudio	1,17	18
Rätsel lösen	20	24			

<sup>1</sup> Basis: 29,8 Mio. über 50 Jahre. (= 46% der Bevölkerung ab 14 Jahre).  
<sup>2</sup> Anteil über 50 Jahre an allen Betreibern der Sportart.

**Tabelle 4: Freizeitbeschäftigungen der über 50-Jährigen**  
 Quelle: TdW 2006/07, Burda Community Network, in: W&V Compact, Nr. 3/2007, S. 7.

**Tabelle 5: Sportarten der über 50-Jährigen**  
 Quelle: TdW 2006/07, Burda Community Network, in: W&V Compact, Nr. 3/2007, S. 8

Die Gesundheit ist die Voraussetzung für ein aktives Leben. Der Generation 50plus ist es wichtig, vorzubeugen und ihr Wohlbefinden zu fördern. Sportlich interessant ist Radfahren, Schwimmen und Wandern. „Sanfte“ Aktivitäten werden gerne angenommen.

<sup>21</sup> S. 9; WKÖ, Das Freizeitverhalten der Zielgruppe(n) 50plus

## NACHFRAGEERWARTUNGEN 50+

### BEDÜRFNISSE 50+<sup>22</sup>

Mit zunehmendem Alter spielen 3 Themen und Sehnsüchte eine wichtige Rolle: Wohlstand, Gesundheit, Glück.

Um sich künftig am Markt der Zielgruppe 50plus durchsetzen zu können, müssen Unternehmen ihre Strategien auf diese Bedürfnisse ausrichten. Dazu zählen, ein überzeugendes Produkt, mit einer entsprechenden Dienstleistung und einer begeisternden Kommunikation zu einem vernünftigen Preis anzubieten. Die nachstehenden Punkte geben einen guten Überblick worauf die Zielgruppe 50plus hohen Wert legt.

1. Gesundheit und Wohlbefinden
2. Genusswelt und Lebensqualität
3. Wertschätzung + Tiefe und Stil
4. Identifikation mit Lebensgefühl
5. Charmante Aufmerksamkeit
6. Entspannung vs. Erlebnisse
7. Komfort und Bequemlichkeit
8. Sicherheit und Verlässlichkeit
9. Geborgenheit vs. Geselligkeit
10. Kontakt zu Gleichgesinnten

### BEDÜRFNISANFORDERUNGEN AN BEHERBERGER

Die Bedürfnisanforderungen an einen Beherbergungsbetrieb werden seitens der 50+ Hotels gut dargestellt. Die Güte- und Prüfbestimmungen sind unter dem nachstehenden Link abrufbar:

[http://www.50plushotels.com/d/default.asp?tt=50PLUSINT\\_R5&id=85950](http://www.50plushotels.com/d/default.asp?tt=50PLUSINT_R5&id=85950)

Dabei werden im Wesentlichen folgende Kriterien aufgelistet:

- Hotelausstattung, Gesamteindruck
- Zimmerausstattung inkl. Schlaf- und Sanitärbereich
- Verpflegungs- und Aufenthaltsbereich
- Service- und Dienstleistung im Hotel
- Außer diesen generellen Anforderungen werden besondere Kriterien für spezielle Angebotsbereiche wie Wellness & Vital, Sport & Aktiv, Wandern & Natur oder Kultur & Genuss definiert.

Es kann festhalten werden, dass im Wesentlichen folgende Bedürfnisse befriedigt werden sollten:<sup>23</sup>

- Hohe Serviceansprüche und qualitativ hochwertige Aufbereitung
- Befriedigung des hohen Informationsbedarfes
- Rücksichtnahme auf das ausgeprägte Sicherheitsbedürfnis
- Sicherstellung der Kommunikation unter den Gästen und Mitarbeitern
- Intakte Urlaubsumwelt
- Gesundes Klima
- Sicherstellung der Erlebnisqualität statt Erlebnisstärke
- Jahreszeitunabhängigkeit

<sup>22</sup> S. 33, Boombranchen 50plus; 2011

<sup>23</sup> S.23 Tourismus 50plus; 2011



## BEDÜRFNISANFORDERUNGEN AN AUSFLUGSZIELE<sup>24</sup>

Bei den Erwartungen an Freizeitangebote gibt es kaum einen Unterschied zwischen jungen und alten Besuchern. Sie wollen Spaß, Show, interessante Unterhaltung, Nervenkitzel und Erholung. Die Anbieter haben längst darauf reagiert: So wurde das Hallenbad zur Freizeithütte und der Zoo zeigt Tiere in Lebenswelten statt in vergitterten Käfigen. Dennoch gilt auch für Freizeiteinrichtungen, dass sie sich darauf einstellen müssen, zunehmend ältere Besucher statt der Familien mit Kindern zu haben. Mal kommen Großeltern mit Enkeln, mal sind es ältere Gruppen, die sich einen schönen Tag machen wollen. Ein paar Sitzgelegenheiten mehr im Freizeitpark, ein unauffälliges Geländer bei Steigungstrecken oder Treppen lassen den Aufenthalt angenehmer werden. Auch das gastronomische Angebot sollte breiter sein und Alternativen zur Schnellgastronomie geboten werden. Ältere scheuen sich nicht vor rasanten Fahrgeschäften, sind aber dankbar, wenn sie auch ruhige Oasen finden. Es gibt viele Menschen mit umfangreicher Vorbildung und hohem Anspruch an Information und Unterhaltung. Sie sind offen für Rückblicke („wie es früher war“), beispielsweise in den Museen. Daneben gibt es noch die sportliche Klientel, die Infowanderungen zu Fuß oder mit Schneeschuhen sehr schätzen.

Hier muss das gesamte Reise- und Erholungserlebnis an einem einzigen Tag „perfekt“ sein. Daher sind die Anforderungen auch entsprechend hoch. Nachstehend werden die wichtigsten Anforderungen dargestellt:

- Geduld und Verständnis mitbringen
- Sitzmöglichkeiten auf dem Rundgang einbauen
- Wegstrecken beachten
- Toilettenbesuche einplanen
- erkundigen, ob die Lautstärke der Stimme ausreicht (ggf. mit Mikro arbeiten)
- thematische Abstimmung auf die Zielgruppe
- insgesamt Tempo aus der Führung und dem Erzählen nehmen
- besonders bei älteren Menschen kommt Höflichkeit sehr gut an
- große Abbildungen verwenden
- auch nach der Führung für Fragen noch zur Verfügung stehen. Oft ist es so, dass manches (akustisch) nicht richtig verstanden wurde und ältere Menschen Gesprächsangebote gerne wahrnehmen.
- Lieder und Gedichte einbauen: Ältere Gäste können oft ellenlange Balladen auswendig und sind stolz darauf (☞ aufsagen lassen).
- gemeinsam singen
- Maßgeblich bei angebotenen Führungen ist eine intensive persönliche Betreuung der Teilnehmer (Ansprache, Gespräche, Hilfe und Unterstützung während der Touren), da viele Senioren als Witwe/Witwer sind und daher soziale Kontakte suchen.

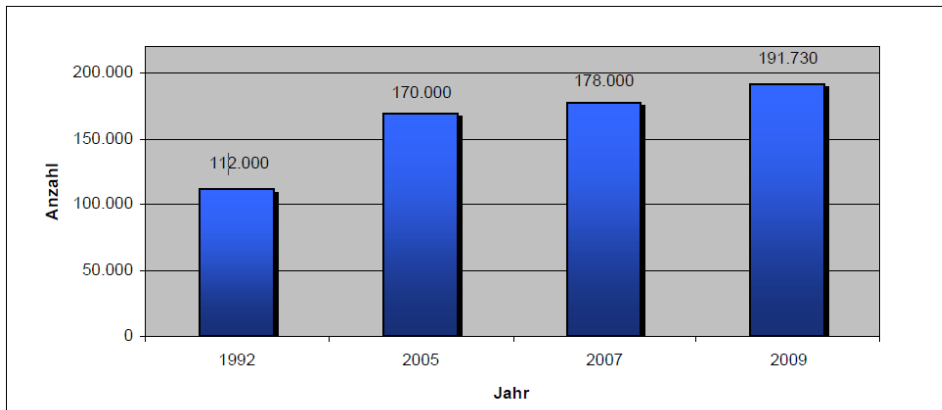
## BEDÜRFNISSE RUHESITZ IMMIGRATION<sup>25</sup>

Unter dem Begriff „Ruhesitz Immigration“ wird die Zahl der Menschen verstanden, die im Pensionsalter ihren Wohnsitz in ein landschaftlich oder klimatisch (Wärme, Nebelfreiheit, etc.) attraktiveres Gebiet verlegt. Diese Entwicklung kann nicht differenziert vom Tourismus betrachtet werden. Betrachtet man die Entwicklung der Rentenzahlungen an deutsche Senioren im Ausland, so ist in den letzten Jahren ein starkes Wachstum zu erkennen. Während es im Jahr 1992 noch rund 112.000 Rentenzahlungen waren, stieg die Zahl bis zum Jahr 2005 bereits auf rund 170.000. In den folgenden Jahren setzte sich das Wachstum ebenso rasant fort: Im Jahr 2007

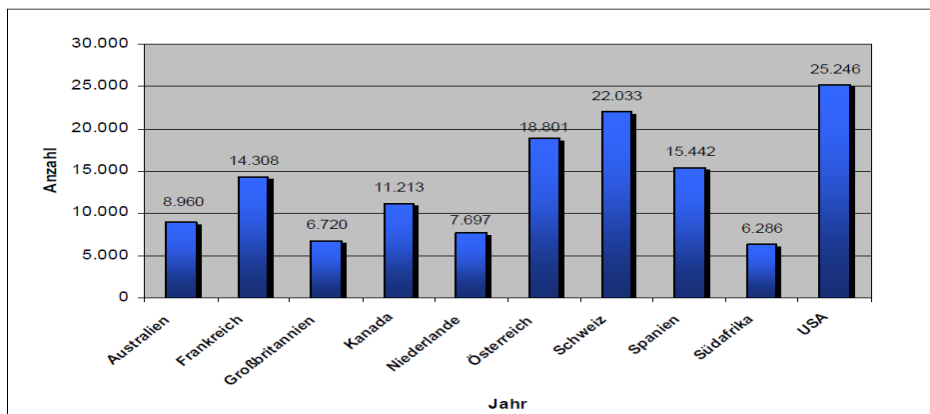
<sup>24</sup> S.31-32 Tourismus 50plus; 2011

<sup>25</sup> S. 9-10 Simon Schneider Rente und tschüss?! - Deutsche Senioren verlegen ihren Ruhesitz ins Ausland 2010

waren es bereits 185.878 Rentenzahlungen an Deutsche im Ausland und 2009 bereits 191.730. Dies kommt einer Gesamtsteigerung von 1992-2009 von über 70% gleich.



Die zehn beliebtesten Staaten für deutsche Rentenempfänger vereinen mit einer Anzahl von 136.706 Senioren einen Hauptanteil der Gesamtmenge. Demnach nehmen die USA (25.246), die Schweiz (22.033) und Österreich (18.801) die Spitzenpositionen ein.



Quelle: Rentenversicherung 2009, eigene Darstellung

Die zehn wichtigsten Merkmale/Bedürfnisse für die Auswahl eines Alterswohnsitzes lauten:

1. geringe Kriminalitätsrate
2. gute Krankenhäuser
3. niedrige Lebenshaltungskosten
4. mildes Klima
5. geringe Steuern
6. niedrige Immobilienpreise
7. freundliche Nachbarn
8. Großstadtanbindung
9. keine staatliche Einkommenssteuer
10. aktives soziales und kulturelles Umfeld

Über diese Merkmale verfügt die Region Niederösterreich Süd zum Großteil.

## **FAZIT**

### **MAN IST SO ALT, WIE MAN SICH FÜHLT!**

Das negative „Altersbild“, nämlich Alter als Kostenfaktor zu betrachten, führt dazu, das Thema in der Gesellschaft zu verdrängen. Dieses Bild hatte lange Zeit Bestand. Der altersstrukturelle Wandel lässt sich aber nicht mehr aufhalten, wodurch er nach und nach weniger verdrängt wird. „Älter“ werden bedeutet zwingend nicht „alt“ sein, da es viele positive Seiten haben kann, vorausgesetzt man ist und bleibt gesund. Die jetzige Generation 50plus durchlebt einen regelrechten Wandel. Sie sieht sich heute eher im Zentrum der Gesellschaft, hat sich selbstbewusst zur Mitte des Marktes erklärt und möchte auch so behandelt werden. Das neue Selbstbild der Generation 50plus muss von der Gesellschaft, den Unternehmern, Marketingexperten und Werbern angenommen und auch dargestellt werden, damit sich die Menschen über 50 integriert und akzeptiert fühlen.

### **ÄLTERE REISEN MEHR**

Die Urlaubsreiseintensität und Reisehäufigkeit ändert sich mit dem Alter. Die Urlaubsreiseintensität und Reisehäufigkeit im Alter zwischen 50 und 69 Jahren ist im Vergleich zu der gesamten Bevölkerung überdurchschnittlich hoch und nimmt mit dem Alter ab 70 dann wieder ab. Die Unterschiede der Urlaubsreiseintensität nach unterschiedlichen Altersstufen betrachtet, verringern sich. Mittlerweile scheint die Urlaubsreiseintensität weitgehend unabhängig vom Alter zu sein und auch in der Gruppe der über 70-Jährigen reisen mehr als 60%.

### **AUSFLUGSAHRTEN IM TREND**

Neben den länger andauernden Reisen, die Kur- und Badeaufenthalte beinhalten, neben Besichtigungen, Besuchen von Bekannten und Verwandten, hat für die Älteren ein anderer Typus von Tourismus starke Attraktivität erlangt: die (kurzdauernde) Ausflugs- oder Tagesfahrt.

### **AUSRUHEN, NATUR UND GESUNDHEIT**

Der Ausruhurlaub steht bei den 50 bis 69-Jährigen an erster Stelle, bei den über 70-Jährigen der Natururlaub. Deutliche Unterschiede zeigen sich im Segment der Rundreise bzw. im Segment des Gesundheitsurlaubs. Diese Urlaubsarten werden bevorzugt von über 70-jährigen durchgeführt.

### **QUALITÄT STICHT PREIS!**

Die Best Ager profitieren von einem nie dagewesenen Wohlstand. Sie sind im Schnitt nicht nur sehr vermögend, sie sind vor allem auch gewillt, ihr Geld auszugeben, anstatt es in den Sparstrumpf zu stecken. Ein immer größerer Teil der Kaufkraft entfällt auf die Altersgruppe 50plus. Die Ausgaben pro Person und Reise liegen bei in den älteren Reisenden deutlich über dem Durchschnitt aller Urlaubsreiseausgaben.

### **OLDIE GOES MEDIA**

Ältere Menschen verbringen aktuellen Studien zufolge täglich viele Stunden mit der Mediennutzung. Die Internetaffinität der Zielgruppe 50+ wird jedoch vielfach unterschätzt. Ältere Touristen stellen hohe Anforderungen an Information und Kommunikation. Schon im Vorfeld ihres Besuches wollen sie sich umfassend informieren und sich während des Aufenthaltes leicht orientieren können.

### **DIE FREIZEIT DER ÄLTEREN**

Zu den wichtigsten Vorlieben der Generation 50plus zählen lokale Ereignisse, die Gesundheit, schönes Wohnen, ein schöner Garten und das Reisen. Die Gesundheit ist die Voraussetzung für ein aktives Leben. Der Generation 50plus ist es wichtig, vorzubeugen und ihr Wohlbefinden zu fördern. Sportlich interessant ist Radfahren, Schwimmen und Wandern. „Sanfte“ Aktivitäten daher werden gerne angenommen.

### **WORAUF WIRD WERT GELEGT?**

Mit zunehmendem Alter spielen Wohlstand, Gesundheit und Glück eine wichtige Rolle. Es ist also wichtig, ein überzeugendes Produkt, mit einer entsprechenden Dienstleistung und einer begeisternden Kommunikation zu einem vernünftigen Preis anzubieten

### **DORT WO ES SCHÖN IST, WILL ICH ALT WERDEN!**

Der Begriff „Ruhesitz Immigration“ wird immer wichtiger. Darunter wird die Zahl der Menschen verstanden, die im Pensionsalter ihren Wohnsitz in ein landschaftlich oder klimatisch (Wärme, Nebelfreiheit, etc.) attraktiveres Gebiet verlegt verstanden. Entwicklungen zeigen hier deutliche Steigerungen.

## DEMOGRAFIE QUICKCHECKS FÜR GEMEINDEN UND BETRIEBE

Der Demografie-Quickcheck wurde als Online-Fragebogen mit je 8 Fragen zu 8 Themengebieten bereitgestellt. Die Gemeinden und Betriebe der LEADER Region wurden mehrfach ersucht den Fragebogen via Internet zu beantworten. Die Verantwortlichen erhielten danach sofort eine erste Einschätzung, wie die Gemeinde bzw. der Betreib auf den demografischen Wandel vorbereitet ist. Die Daten dienen dem Bearbeitungsteam als Vorbereitung zur Auftaktveranstaltung und zur thematischen Sensibilisierung interessierter Personen aus Politik, Verwaltung, Wirtschaft und anderen relevanten Bereichen.

### ERGEBNIS DES QUICKCHECKS DER GEMEINDEN

30 Gemeinden nutzten den Quickcheck. Er wurde in den meisten Gemeinden auch von mehreren Personen ausgefüllt. Das Ergebnis spiegelt natürlich nur die eigene Einschätzung wieder. Da der Fragebogen aber ausschließlich von Gemeindevertretern ausgefüllt wurde, kann davon ausgegangen werden, dass diese Einschätzung in hohem Maße realistisch ist.

Das Ergebnis zeigt, dass sich nur einige wenige Gemeinden einigermaßen gut vorbereitet fühlen, was den Umgang mit dem Demografischen Wandel betrifft. Der Großteil der Gemeinden liegt im Mittelfeld und gut ein Drittel fühlt sich eher schlecht vorbereitet. Damit liegt die Region im Trend, denn in vergleichbaren Regionen zeigt sich ein ähnliches Bild.

Thematisch ist der Bereich „Freizeit und Ehrenamt“ Spitzenreiter. 13 Gemeinden fühlen sich diesbezüglich gut vorbereitet und nur vier Gemeinden schlecht. Sonst ist nur noch der Bereich „Politik und Verwaltung“ positiv erwähnenswert. Hier fühlen sich aber nur mehr fünf Gemeinden gut vorbereitet.

Die Liste der Themen, für die sich die meisten Gemeinden schlecht vorbereitet fühlen ist länger. Spitzenreiter ist das Thema „Wirtschaft und Arbeit“, bei dem 17 Gemeinden eher schlecht abschneiden. Aber auch bei den Themen „Infrastruktur und Mobilität“, „Wohnen und Siedlungsentwicklung“ und „Gesundheit und Alter“ beurteilen sich die Gemeinden auffallend kritisch.

Insgesamt zeigt das Ergebnis, dass es höchst an der Zeit war, dass die Region sich mit dem Thema Demografischer Wandel intensiver auseinandersetzt.

Für Betriebe wurden 5 Themenfelder mit je 5 Fragen angeboten. Es nutzten 25 Betriebe den Check. Die Auswertung der betrieblichen Quickchecks zeigte ein absolut heterogenes Bild wobei kleinere Betriebe einen stärkeren Handlungsbedarf zeigen. (Selbsteinschätzung).

Auch hier diente der Check der thematischen Sensibilisierung der Unternehmer/innen und Mitarbeiter/innen.

Das Tool steht der Region weiterhin zur Verfügung (Siehe auch Maßnahmen). Interessant wird eine Wiederholung in fünf Jahren um Veränderungen zu zeigen.

**GEMEINDE-QUICK-CHECKS**

Gemeinde	Antworten	Allgemein	Wirtschaft, Arbeit	Politik, Verwaltung	Gesundheit, Alter	Wohnen, Siedlungsentw.	Jugend, Bildung	Infrastruktur, Mobilität	Freizeit, Ehrenamt
Waldegg	1	●	●	●	●	●	●	●	●
Wimpassing	1	●	●	●	●	●	●	●	●
Höflein an der Hohen Wand	1	●	●	●	●	●	●	●	●
Reichenau an der Rax	2	●	●	●	●	●	●	●	●
Ternitz	6	●	●	●	●	●	●	●	●
Natschbach	1	●	●	●	●	●	●	●	●
Grafenbach	1	●	●	●	●	●	●	●	●
Waidmannsfeld	1	●	●	●	●	●	●	●	●
Markt Piesting	6	●	●	●	●	●	●	●	●
Schottwien	1	●	●	●	●	●	●	●	●
Schwarzau im Gebirge	1	●	●	●	●	●	●	●	●
Wartmannstetten	1	●	●	●	●	●	●	●	●
Muggendorf	2	●	●	●	●	●	●	●	●
Breitenstein	4	●	●	●	●	●	●	●	●
Bad Fischau-Brunn	2	●	●	●	●	●	●	●	●
Wüflach	1	●	●	●	●	●	●	●	●
Payerbach	2	●	●	●	●	●	●	●	●
Neunkirchen	5	●	●	●	●	●	●	●	●
Gloggnitz	2	●	●	●	●	●	●	●	●
Schrattenbach	1	●	●	●	●	●	●	●	●
Prigglitz	2	●	●	●	●	●	●	●	●
Gutenstein	2	●	●	●	●	●	●	●	●
Hohe Wand	4	●	●	●	●	●	●	●	●
Winzendorf-Muthmannsdorf	6	●	●	●	●	●	●	●	●
St. Egyden	1	●	●	●	●	●	●	●	●
Rohr im Gebirge	1	●	●	●	●	●	●	●	●
Miesenbach	2	●	●	●	●	●	●	●	●
Pernitz	1	●	●	●	●	●	●	●	●
Grünbach	1	●	●	●	●	●	●	●	●
Bürg-Vöstenhof	2	●	●	●	●	●	●	●	●
Buchbach	0								
Puchberg	0								
Semmering	0								
Willendorf	0								

## ERGEBNISSE DER BEFRAGUNGEN IM SCHWERPUNKT TOURISMUS

### ANGEBOTS- UND NACHFRAGEEVALUIERUNGSTENDENZ IN HINBLICK AUF DEMOGRAFIE IN NIEDER-ÖSTERREICH SÜD.

Auf Grundlage der sekundär Analyse wurden Leitfäden zur

- 1) **Befragung der Betriebe** (Beherbergungsbetriebe und Ausflugsziele)
- 2) **Sekundären Betriebsanalyse** (Check der Angebote und Onlinemedien) erstellt.

Es ist zu erwähnen, dass es sich um eine **Angebots- und Nachfrageevaluierungstendenz** bzw. ein Blitzlicht für die Region handelt.

## ERKENNTNISSE AUS DER BETRIEBSBEFRAGUNG

### ALLGEMEINE INFORMATIONEN

Im Zuge des Demografie-Checks in der Region Niederösterreich-Süd wurden 15 Betriebe (davon 10 Hotels und 5 Ausflugsziele) per Telefon befragt.

Gemeinde	Anzahl Hotels	Anzahl Ausflugsziele
Grünbach	1	-
Hohe Wand	-	1
Höflein	-	1
Muggendorf	-	1
Payerbach	1	-
Reichenau/Rax	2	-
Semmering	6	2

### FOLGENDE BETRIEBE WURDEN BEFRAGT:

**Hotelbetriebe:** Artis, Flacklwirt, Grandhotel Panhans, Hotel Belvedere, Hotel Payerbacherhof, Hotel Sonnwendhof, Hotel Zauberberg, Landgasthof "Zur Schubertlinde", Panoramahotel Wagner, Parkhotel Hirschwang

**Ausflugsziele:** Fruchtwelt Mohr-Sederl, Myrafälle Muggendorf, Naturpark Hohe Wand, Schneebergbahn, Semmeringbahn

### STRUKTUR DER BEFRAGTEN BETRIEBE

**Bettenanzahl:** Wie viele Betten hat Ihr Betrieb? Die befragten Hotels verfügen durchschnittlich über 98 Betten.

**Mitarbeiteranzahl:** Wie viele Mitarbeiter hat Ihr Betrieb?

	Hotels	Ausflugsziele
<b>Durchschnittswert</b>	22	9



## BEGRIFFSVERSTÄNDNIS „DEMOGRAFIE“

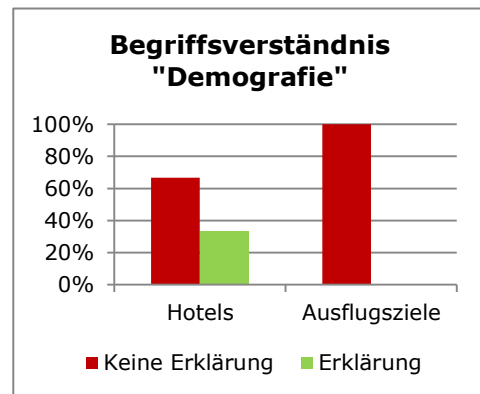
### WAS VERSTEHEN SIE UNTER DEM BEGRIFF „DEMOGRAFIE“?

	Hotel		Ausflugsziele	
	Anzahl	% Hotels	Anzahl	% AZ
<b>Keine Erklärung</b>	6	66,7%	5	100%
<b>Erklärung</b>	3	33,3%	-	-

Nur **3 der 10 befragten Hotels** (66,7%) können sich unter dem Begriff „Demografie“ etwas **vorstellen**. **Keines der Ausflugsziele** weiß mit der Begrifflichkeit „Demografie“ umzugehen.

Die wichtigsten Aussagen der Betriebe lassen sich auf drei Begrifflichkeiten reduzieren:

- Altersbestimmungen
- Altersstruktur
- Veränderung des Altersdurchschnitts



## AUSEINANDERSETZUNG DEMOGRAFIE

### HABEN SIE SICH GRUNDSÄTZLICH SCHON MIT DER ZIELGRUPPE DER ÜBER 50 JÄHRIGEN AUSEINANDERGESETZT?

	Hotels		Ausflugsziele	
	Anzahl	% Hotels	Anzahl	% AZ
<b>Ja, sehr intensiv</b>	1	10%	-	-
<b>Eher schon</b>	7	70%	3	60%
<b>Eher wenig</b>	2	20%	2	40%
<b>Nein, überhaupt noch nicht</b>	-	-	-	-

**80% der befragten Hotels** geben an, sich bereits mit der Zielgruppe 50+ **auseinandergesetzt** zu haben. Bei den **Ausflugsziele**n sind es **60%**. In beiden Fällen ist der Grund dafür vor allem der Aufenthalt dieser Altersgruppen in den Betrieben. Bei den **Hotels** haben sich **20% eher wenig** mit Menschen über 50 auseinandergesetzt, bei den **Ausflugsziele**n sogar **40%**.

## BETRIEBLICHE DEMOGRAFIE SENSIBILITÄT

### ZEITRAUM – BETRIEBSEIGENTUM

#### WIE LANGE IST DER BETRIEB BEREITS IN IHREM EIGENTUM?

	Hotels	Ausflugsziele
<b>Durchschnittswert</b>	13 Jahre	16 Jahre

### HERKUNFT DER EIGENTÜMER

#### KOMMEN SIE DIREKT AUS DER REGION ODER SIND SIE ZUGEZOGEN?

Direkt aus der Region

Hotels		Ausflugsziele	
Anzahl	% Hotels	Anzahl	% AZ
<b>7</b>	<b>70%</b>	<b>4</b>	<b>80%</b>

Bei den **Hotels** stammen **70%** der interviewten Personen **aus der Region**, bei den **Ausflugsziele** sind es **80%**.

Grund des Zuzuges: beruflich/privat

Grund	Hotels	
	Anzahl	% Hotels
<b>privat</b>	<b>1</b>	<b>10%</b>
<b>beruflich</b>	<b>2</b>	<b>20%</b>

Bei den **Hotels** sind **drei** der befragten Personen **zugezogen**, wobei es bei **einer Person um private** und bei den **beiden anderen um berufliche Gründe** handelt. Die interviewte **Person der Ausflugsziele**, die angegeben hat, **zugezogen** zu sein, nannte keine Begründung.

### ALTER

#### WIE ALT SIND SIE?

	Hotels	Ausflugsziele
<b>Durchschnittswert</b>	<b>42 Jahre</b>	<b>61 Jahre</b>

Bei den **Hotels** sind die interviewten Personen durchschnittlich **42 Jahre** alt, bei den **Ausflugsziele** **61 Jahre**.

## REGELUNG DER ÜBERGABE

### HABEN SIE DIE ÜBERGABE BEREITS GEREGLT BZW. HABEN SIE BEREITS EINEN NACHFOLGER?

**Weder** bei den befragten **Hotels** noch bei den **Ausflugszielen** ist die **Übergabe geregelt**.

## ALTER DER MITARBEITER

### WIE ALT SIND IHRE MITARBEITER DURCHSCHNITTLICH?

Die Mitarbeiter sind in den Hotels **durchschnittlich 35 Jahre** alt und in den Ausflugszielen **40 Jahre** alt.

## VOR- BZW. NACHTEILE ÄLTERER MITARBEITER

### WELCHE VOR- BZW. NACHTEILE VERBINDEN SIE MIT DEM EINSATZ ÄLTERER MITARBEITER (= 50+) IM TOURISMUSBETRIEB?

**80%** der befragten **Hotels** und **60%** der **Ausflugsziele** meinen, dass es **weder Vor- noch Nachteile** gibt, wenn ältere Menschen in einem Tourismusbetrieb arbeiten. **20%** der **Hotels** meinen jedoch, dass **Mitarbeiter über 50** träger wären. **Weitere 40%** der **Ausflugsziele** sind der Meinung, dass **ältere Mitarbeiter effizienter** wären.

## EIGNUNG ÄLTERER MITARBEITER

### EIGNEN SICH AUS IHRER SICHT ÄLTERE MITARBEITER FÜR GEWISSE ARBEITEN NICHT MEHR?

	Hotels		Ausflugsziele	
	Anzahl	% Hotels	Anzahl	% AZ
<b>ja</b>	<b>3</b>	<b>30%</b>	-	-
<b>nein</b>	<b>7</b>	<b>70%</b>	<b>5</b>	<b>50%</b>

**70%** der befragten **Hotels** und **alle befragten Ausflugsziele** sind der Meinung, dass sich **ältere Mitarbeiter für alle Arbeiten** eignen. **30%** der **Hotels** meinen jedoch, dass sich **Mitarbeiter über 50 für gewisse Tätigkeiten nicht mehr eignen**.

Zusammenfassend lässt sich vor allem hinsichtlich der personellen Ressourcen der Ausflugsziele festhalten, dass

- die befragten Eigentümer/Verantwortlichen älter sind
- ältere Mitarbeiter haben als die Beherbergungsbetriebe,
- diese auch teilweise effizienter eingeschätzt werden
- die Mitarbeiter für alle Arbeiten geeignet sein.

Das könnte darauf zurückzuführen sein, dass in den **Ausflugszielen positive Erfahrungen** mit älteren Mitarbeitern gemacht wurden.

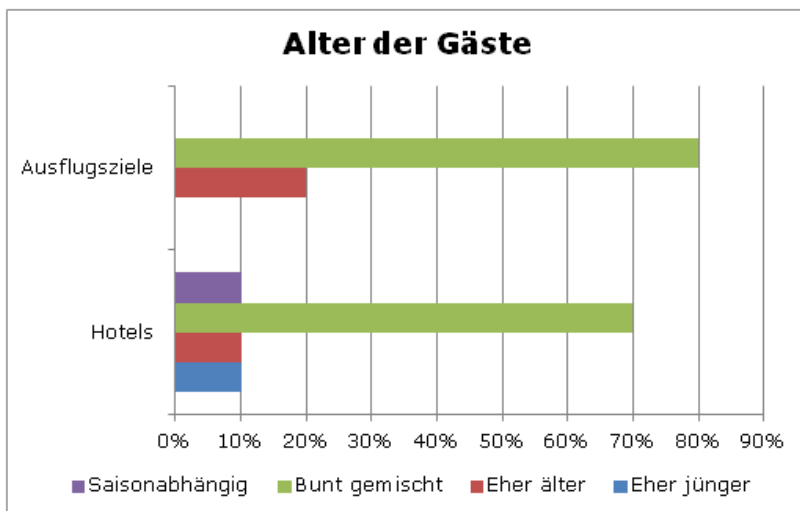
## NACHFRAGESEITIGE DEMOGRAFIE SENSIBILITÄT

### ALTER DER GÄSTE

#### WELCHE ZIELGRUPPEN BESUCHEN IHREN BETRIEB?

	Hotels		Ausflugsziele	
	Anzahl	% Hotels	Anzahl	% AZ
Eher jünger	1	10%	-	-
Eher älter	1	10%	1	20%
Bunt gemischt	7	70%	4	80%
Saisonabhängig	1	10%	-	-

Der Großteil der befragten Betriebe gibt an, dass ihre Zielgruppen **altersmäßig bunt gemischt** sind (70% der Hotels und 80% der Ausflugsziele). Eine Eher ältere Gästestruktur zu haben, meinen 10% der Hotels und 20% der Ausflugsziele. 10% der Hotels geben weiters an, durchaus jüngeres Publikum zu haben bzw., dass eine Saisonabhängigkeit nicht gegeben ist.



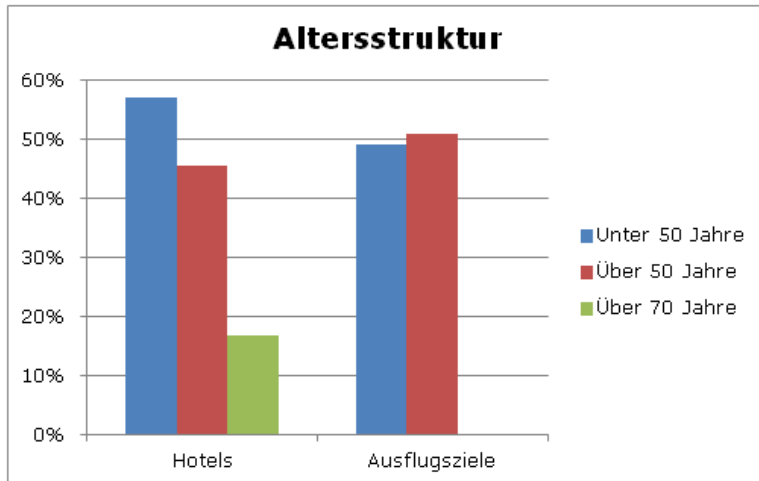
### ALTERSSTRUKTUR DER GÄSTE

#### WIE WÜRDEN SIE DIE ALTERSSTRUKTUR IHRER GÄSTE BESCHREIBEN?

Durchschnittswerte	Hotels	Ausflugsziele
Unter 50 Jahre	57,1%	49%
Über 50 Jahre	45,5%	51%
Über 70 Jahre	16,7%	-

Die befragten **Hotels** geben an, zu **57,1% Gäste unter 50 Jahren** zu haben, weitere **45,5% über 50 Jahre**. Bei diesem Wert wird nochmals genauer eingegangen und angegeben, dass **16,7% der Gäste über 70 Jahre** alt sind.

Bei den Ausflugszielen sind es **49% der Gäste**, welche **unter 50** und **51%**, welche **über 50 Jahre** alt sind.



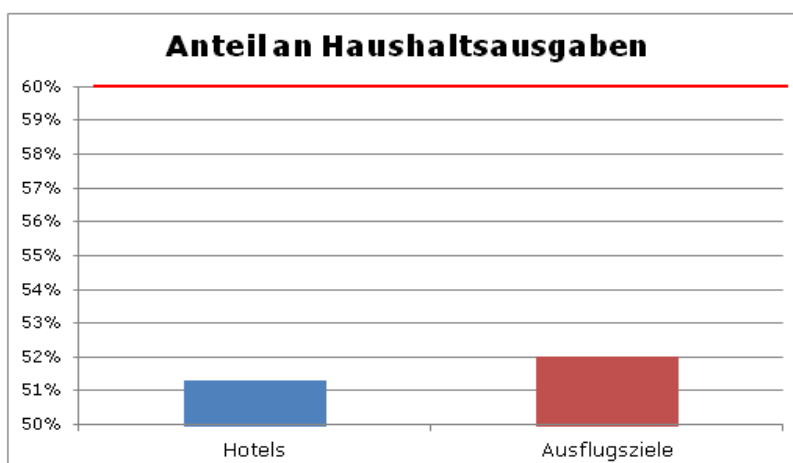
#### EINSCHÄTZUNG HAUSHALTS-AUSGABEN-QUOTE

**WENN MAN DIE GESAMTEN HAUSHALTS-AUSGABEN (=AUSGABEN DER MENSCHEN FÜR DIE DINGE DES TÄGLICHEN BEDARFS) DER ÖSTERREICHERINNEN BETRACHTET, WIE HOCH SCHÄTZEN SIE DEN ANTEIL DER ÜBER 50 JÄHRIGEN?**

	Hotels	Ausflugsziele
<b>Durchschnittswert</b>	<b>51,3%</b>	<b>52%</b>

Referenzwert: 60%

Sowohl die befragten Hotels, als auch die Ausflugsziele liegen mit ihren Einschätzungen **unter dem Referenzwert**.



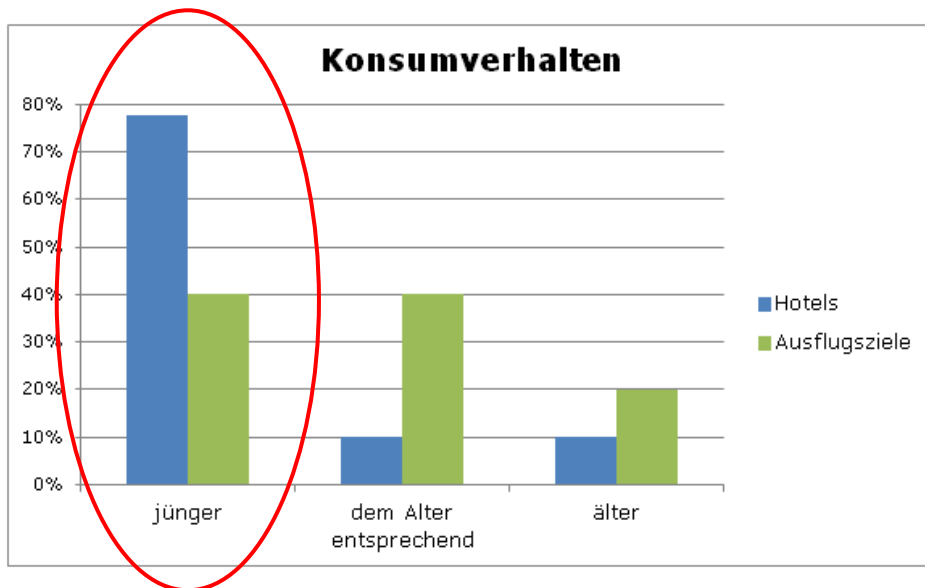
## EINSCHÄTZUNG DES KONSUMVERHALTENS

### WIE SCHÄTZEN SIE DAS KONSUMVERHALTEN DER MENSCHEN ÜBER 50 IM VERGLEICH ZU IHREM TATSÄCHLICHEN ALTER EIN?

	Hotels		Ausflugsziele	
	Anzahl	% Hotels	Anzahl	% AZ
<b>jünger</b>	<b>7</b>	<b>77,8%</b>	<b>2</b>	<b>40%</b>
<b>dem Alter entsprechende</b>	<b>1</b>	<b>10%</b>	<b>2</b>	<b>40%</b>
<b>älter</b>	<b>1</b>	<b>10%</b>	<b>1</b>	<b>20%</b>

Referenzwert: jünger

Die befragten **Hotels** liegen mit ihren Annahmen **tendenziell richtiger** und schätzen das **Konsumverhalten** der Menschen über 50 zu 77,8% **jünger** ein. 40% der Ausflugsziele glauben, dass das Konsumverhalten von über 50 Jährigen jünger bzw. dem Alter entsprechend ist. Somit schätzen **60% der Ausflugsziele** das Verhalten der Zielgruppe **tendenziell anders** bzw. als in der Realität ein.



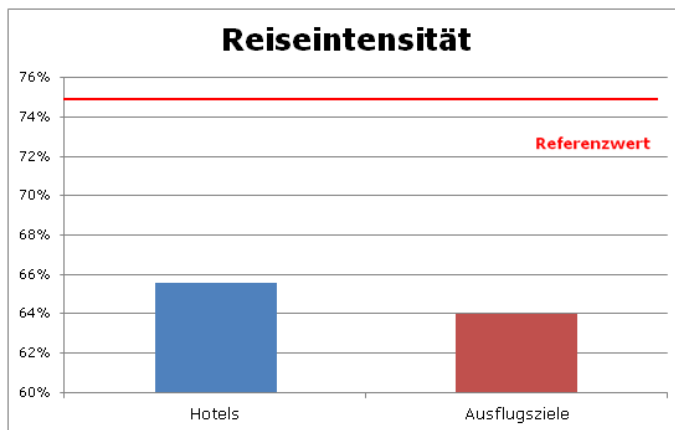
### EINSCHÄTZUNG DER REISEINTENSITÄTS-QUOTE

IM DEUTSCHSPRACHIGEN RAUM UNTERNEHMEN IM SCHNITT CA. 70% DER MENSCHEN JÄHRLICH EINMAL ODER ÖFTERS EINE REISE. WIE HOCH SCHÄTZEN SIE DEN ANTEIL (IN %) DER MENSCHEN ÜBER 50, DIE EINMAL ODER ÖFTERS PRO JAHR EINE REISE UNTERNEHMEN?

	Hotels	Ausflugsziele
<b>Durchschnittswert</b>	<b>65,6%</b>	<b>64%</b>

Referenzwert: 75%

Sowohl die **Hotels** auch **Ausflugsziele unterschätzen die Reiseintensität** der Menschen über 50 um je ca. 10%.



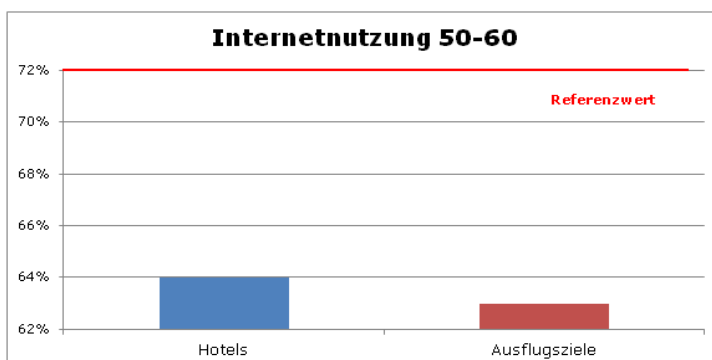
### EINSCHÄTZUNG DER REGELMÄßIGEN INTERNETNUTZUNG DER 50-60 JÄHRIGEN

WIE HOCH SCHÄTZEN SIE DEN ANTEIL DER 50-60 JÄHRIGEN EIN, DIE REGELMÄßIG DAS INTERNET NUTZEN?

	Hotels	Ausflugsziele
<b>Durchschnittswert</b>	<b>64%</b>	<b>63%</b>

Referenzwert: 72%

Sowohl **die Hotels als auch die Ausflugsziele unterschätzen diesen Wert** um ca. 8%.





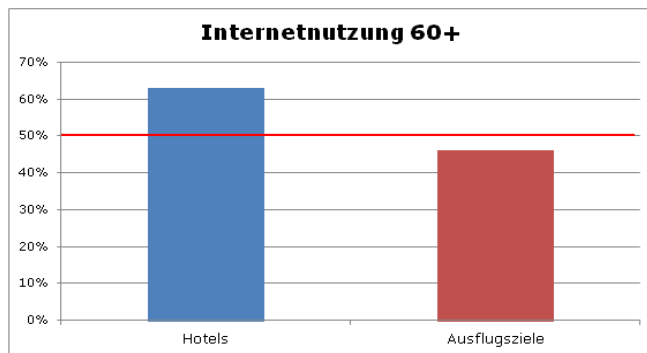
## EINSCHÄTZUNG DER REGELMÄSSIGEN INTERNETNUTZUNG DER ÜBER 60 JÄHRIGEN

WIE HOCH SCHÄTZEN SIE DEN ANTEIL DER ÜBER 60 JÄHRIGEN EIN, DIE REGELMÄSSIG DAS INTERNET NUTZEN?

	Hotels	Ausflugsziele
<b>Durchschnittswert</b>	<b>63%</b>	<b>46%</b>

Referenzwert: 50%

Dieser Wert wird von den **Hotels über-** und von den **Ausflugsziele leicht unterschätzt.**



## EINSCHÄTZUNG FACEBOOK-ENGAGEMENT

ENGAGIEREN SIE SICH AUF FACEBOOK?

	Hotels		Ausflugsziele	
	Anzahl	% Hotels	Anzahl	% AZ
<b>ja</b>	5	50%	3	60%
<b>nein</b>	5	50%	2	40%

50% der **Hotels** bzw. 60% der **Ausflugsziele** geben an, sich auf **Facebook** zu engagieren.

ERACHTEN SIE DIES FÜR DIE ZIELGRUPPE 50+ ALS ZWECKMÄßIG?

	Hotels		Ausflugsziele	
	Anzahl	% Hotels	Anzahl	% AZ
<b>ja</b>	3	30%	-	-
<b>nein</b>	7	70%	5	100%

70% der **Hotels** und **alle befragten Ausflugsziele** erachten es für die Zielgruppe 50+ **nicht als zweckmäßig**, sich auf **Facebook** zu engagieren. Dabei sind soziale Kontakte und Kontaktpflege der wichtigste Motor für die Nutzung des Internets hinsichtlich dieser Zielgruppen.

## EINSCHÄTZUNG DER PRODUKTGESTALTUNG

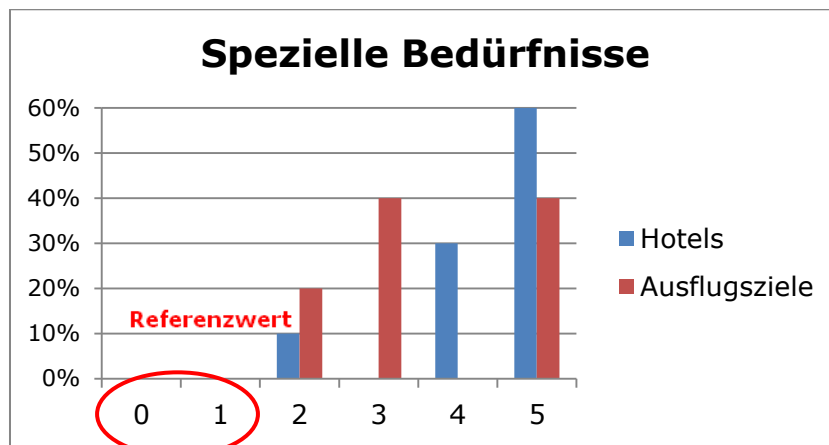
DIE ZIELGRUPPE DER ÜBER 50 JÄHRIGEN SUCHT GEZIELT NACH PRODUKTEN, DIE SPEZIELL AUF IHRE BEDÜRFNISSE ZUGESCHNITTEN SIND.

	Hotels		Ausflugsziele	
	Anzahl	% Hotels	Anzahl	% AZ
0	-	-	-	-
1	-	-	-	-
2	1	10%	1	20%
3	-	-	2	40%
4	3	30%	-	-
5	6	60%	2	40%

0...trifft nicht zu 5...trifft völlig zu

Referenzwert: 0/1

**Weder** die befragten **Hotels noch Ausflugsziele** liegen mit ihren Einschätzungen **richtig**. Die Betriebe meinen, dass Menschen über 50 Produkte suchen, die speziell auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten sind. Dabei sind es vor allem Produkte mit „universal designs“, die diese Altersgruppe ansprechen. Gesucht werden also integrative und nicht separierende bzw. explizit auf die Zielgruppe zugeschnittene Produkte und Angebote.



### EINSCHÄTZUNG KLASSISCHE/TRADITIONELLE PRODUKTE BZW. ANGEBOTE

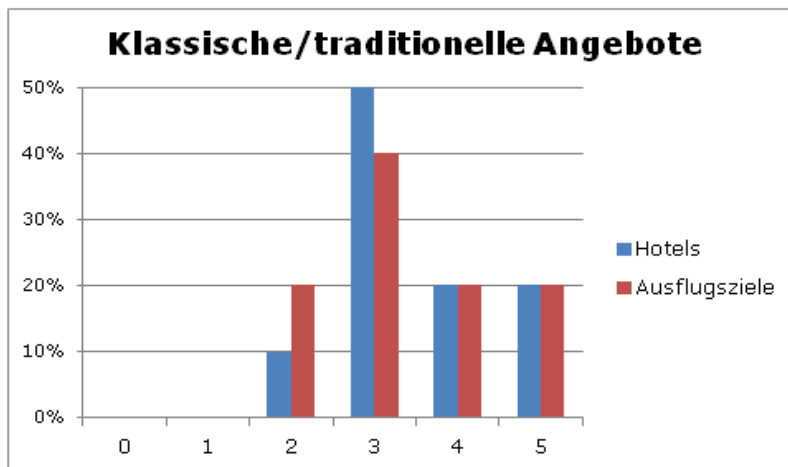
**DIE ZIELGRUPPE DER ÜBER 50 JÄHRIGEN SUCHT TENDENZIELL KLASSISCHE, TRADITIONELLE PRODUKTE UND ANGEBOTE.**

	Hotels		Ausflugsziele	
	Anzahl	% Hotels	Anzahl	% AZ
<b>0</b>	-	-	-	-
<b>1</b>	-	-	-	-
<b>2</b>	1	10%	1	20%
<b>3</b>	5	50%	2	40%
<b>4</b>	2	20%	1	20%
<b>5</b>	2	20%	1	20%

0...trifft nicht zu 5...trifft völlig zu

Referenzwert: 0/1

**Weder** die befragten **Hotels noch Ausflugsziele** liegen mit ihren Einschätzungen **richtig**. Die Betriebe glauben, dass Menschen über 50 vor allem nach klassischen bzw. traditionellen Produkten und Angeboten suchen. Dies ist jedoch eine falsche Annahme, da das Bedürfnis vom Lifestyle nicht jedoch vom Alter abhängt.



Referenzwert: 0-1

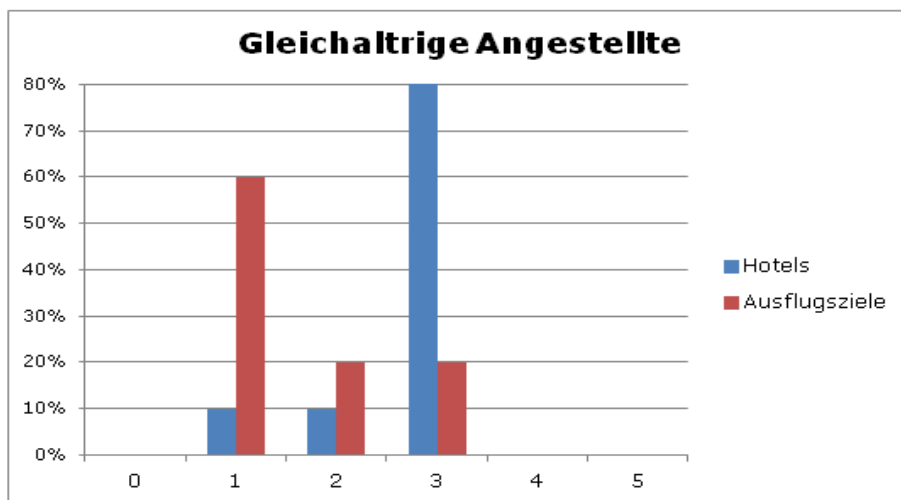
EINSCHÄTZUNG WUNSCH NACH GLEICHALTRIGEN ANGESTELLTEN

GÄSTE ÜBER 50 FÜHLEN SICH BEI GLEICHALTRIGEN ANGESTELLTEN IM DIREKTEN GÄSTEKONTAKT WOHLER.

	Hotels		Ausflugsziele	
	Anzahl	% Hotels	Anzahl	% AZ
0	-	-	-	-
1	1	10%	3	60%
2	1	10%	1	20%
3	8	80%	1	20%
4	-	-	-	-
5	-	-	-	-

0...trifft nicht zu 5...trifft völlig zu

Weder die befragten Hotels noch die Ausflugsziele liegen mit ihren Einschätzungen richtig.

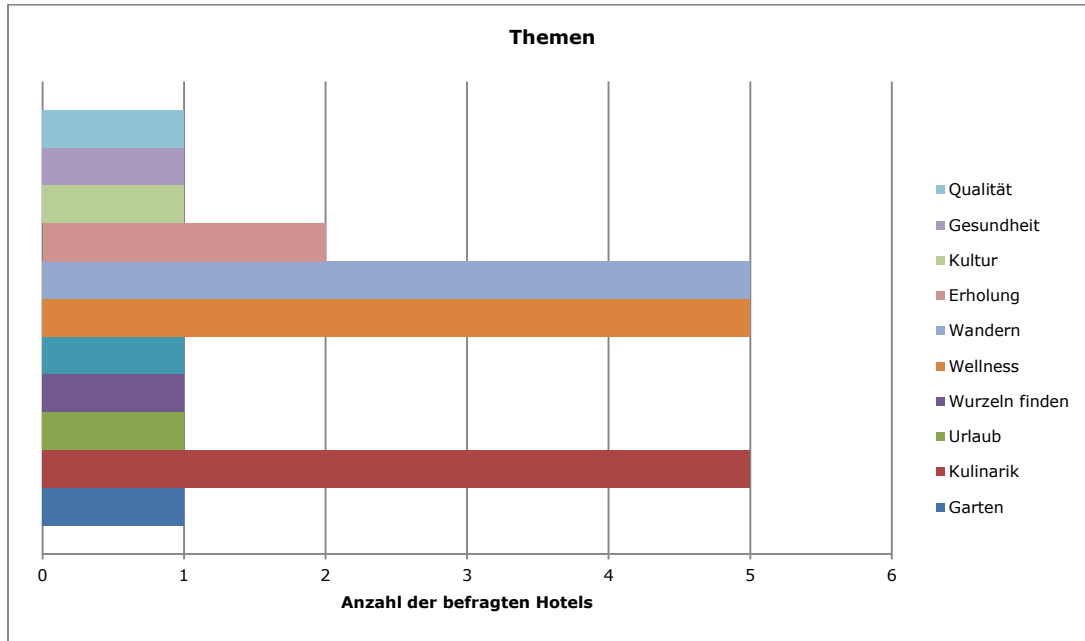


Referenzwert: 4/5

## EINSCHÄTZUNG DER TOURISTISCH RELEVANTE THEMEN FÜR 50+

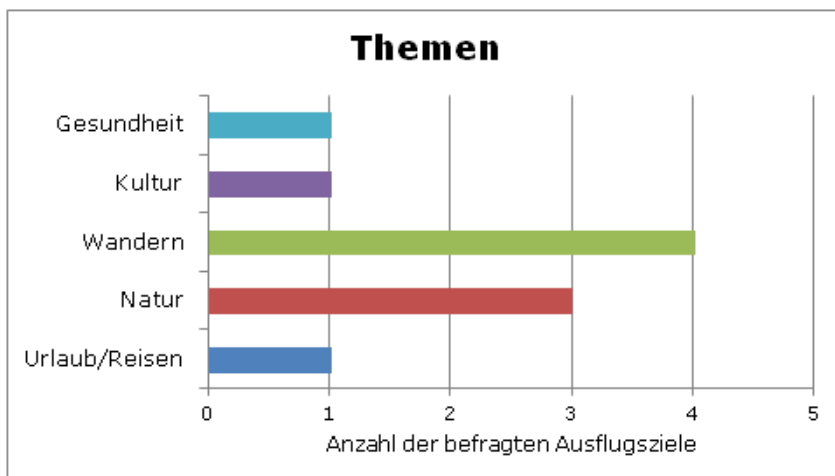
### FÜR WELCHE TOURISTISCH RELEVANTEN THEMEN INTERESSIEREN SICH IHRER MEINUNG NACH ÜBER 50 JÄHRIGE BESONDERS?

#### HOTELS



50% der befragten **Hotels** glauben, dass sich über 50 Jährige besonders für **Wandern, Wellness und Kulinarik** interessieren.

#### AUSFLUGSZIELE



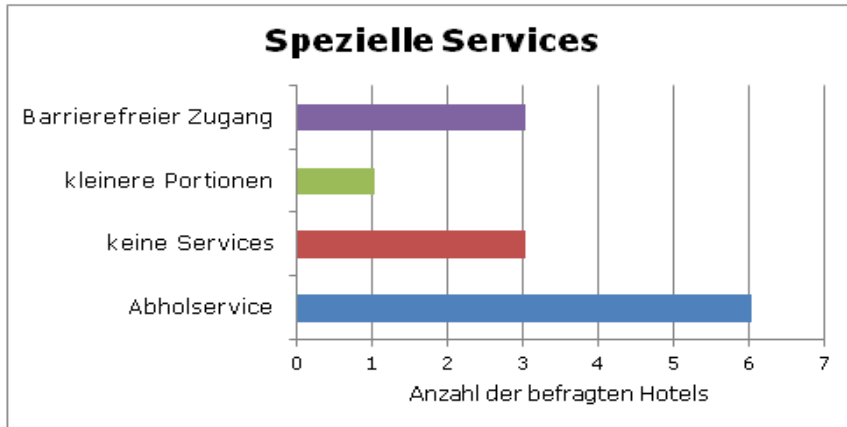
80% der befragten **Ausflugsziele** glauben, dass sich Menschen über 50 besonders für **Wandern** interessieren. 50% meinen für **Natur**.

Die **Interessen der 50+ bei touristisch relevanten Themen** liegen jedoch vor allem in Garten, Gesundheit, Kunst & Kultur, Kulinarik, Genuss & Ernährung sowie Reisen & Urlaub. Die Hotels und Ausflugsziele empfinden hier andere Themen für diese Zielgruppe als relevant, nämlich Wellness, Wandern sowie Natur.

## SPEZIELLE SERVICES FÜR 50+

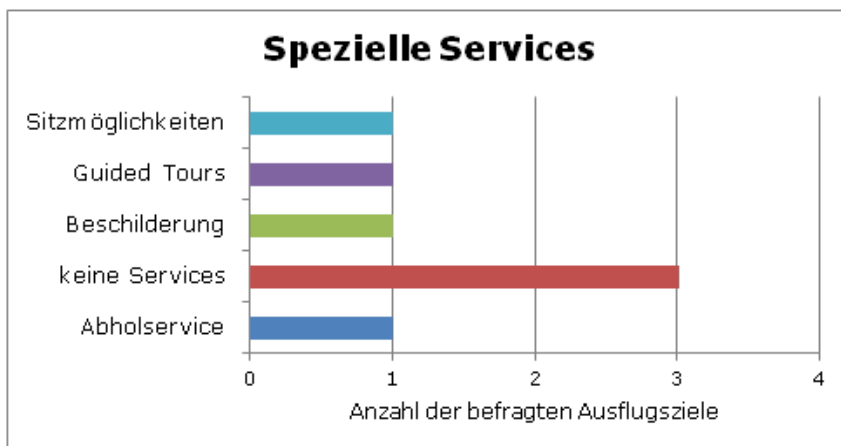
### WIE GEHEN SIE AUF DIE BEDÜRFNISSE DER 50+ GÄSTE EIN?

#### HOTELS



**60%** der befragten **Hotels** bieten **Abholservices vom Bahnhof** für Gäste an. Nur weitere **30%** verfügen über **barrierefreien Zugang**. Ebenso geben **30%** an, **keine speziellen Services** für Gäste über 50 anzubieten.

#### AUSFLUGSZIELE

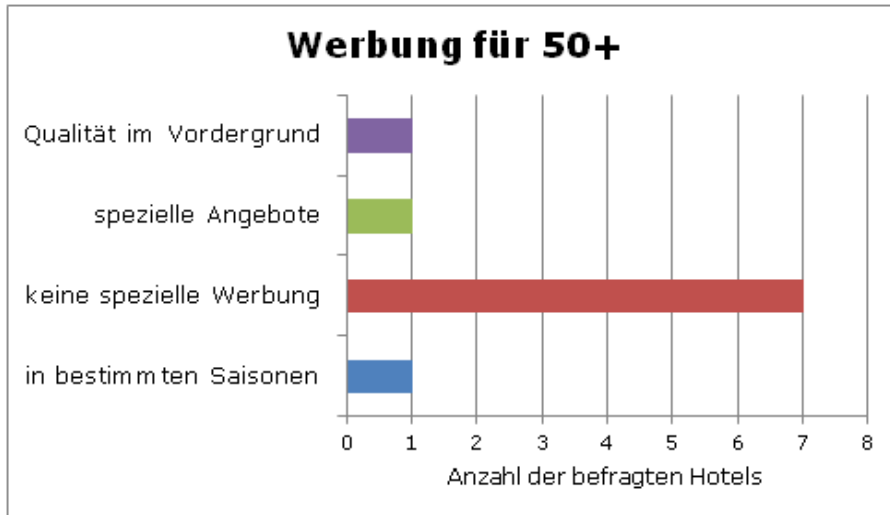


**60%** der befragten **Ausflugsziele** geben an, keine speziellen Services für Gäste über 50 anzubieten. **Nur je 20%** geben an über ausreichend Sitzmöglichkeiten, Guided Tours, Abholservices oder über ausreichende und angemessene Beschilderung für Menschen über 50 zu verfügen.

## EINSCHÄTZUNG GESTALTUNG DER WERBUNG FÜR ÜBER 50 JÄHRIGE

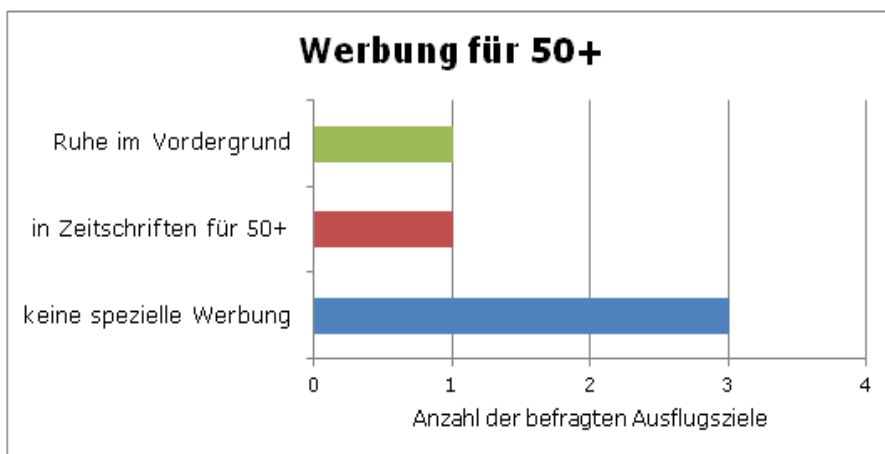
WENN SIE WERBUNG FÜR ÜBER 50 JÄHRIGE GESTALTEN, WORAUF ACHTEN SIE HIERBEI BESONDERS?

### HOTELS



7 der 10 befragten **Hotels (70%)** geben an, auf **keine Besonderheiten bei der Gestaltung der Werbung** für über 50-Jährige zu achten.

### AUSFLUGSZIELE



3 der 5 befragten **Ausflugsziele (60%)** geben an, auf **keine Besonderheiten bei der Gestaltung der Werbung** für über 50-Jährige zu achten. Wichtig jedoch wäre Lebensfreude & Genuss zu vermitteln, nachhaltige und fundierte Werbung zu gestalten und dabei Garantien sowie Qualität in den Vordergrund zu stellen. Außerdem sollte die Werbung informativ gestaltet sein und einen klaren Nutzen des Produktes zeigen sowie inkludierte Services hervorgehoben werden.



## FAZIT DER BETRIEBSBEFRAGUNG

Seitens der Betriebe wurde erwähnt, dass eine grundsätzliche Auseinandersetzung mit der Zielgruppe 50+ besteht. 80% der Hotels geben an, sich bereits mit dieser Zielgruppe auseinandergesetzt haben. Bei den Ausflugszielen sind es 60%. Generell können sich die befragten Betriebe in der Region Niederösterreich Süd unter dem Begriff „Demografie“ jedoch explizit nichts vorstellen. Nur 67% der befragten Hotels wissen mit diesem Begriff etwas anzufangen. Keines der Ausflugsziele weiß mit der Begrifflichkeit „Demografie“ umzugehen.

Bei der betrieblichen Demografie-Sensibilität zeigt sich, dass

- die Betriebe durchschnittlich 15 Jahre im Eigentum der Besitzer bzw. Geschäftsführer sind.
- die Eigentümer fast durchgehend aus der Region stammen und durchschnittlich 50 Jahre alt sind.
- die Übergabe bei keinem der befragten Betriebe geregelt ist.
- Die Mitarbeiter bei den befragten Betrieben sind im Durchschnitt 37 Jahre alt.
- Die Betriebe großteils weder Vor- noch Nachteile beim Einsatz älterer MitarbeiterInnen in einem Tourismusbetrieb sehen. Jedoch meinen 20% der Beherbergungsbetriebe, dass Mitarbeiter über 50 Träger wären und im Gegensatz dazu, 40% der Ausflugsziele, dass ältere Mitarbeiter effizienter wären. Daneben besteht die allgemeine Meinung, dass ältere Mitarbeiter, genauso wie jüngere, für die meisten Tätigkeiten geeignet sind. Hier weichen jedoch 30% der befragten Beherbergungsbetriebe ab und sehen ältere Mitarbeiter für gewisse Tätigkeiten nicht mehr als geeignet.
- Im Gegensatz dazu ist bei den Ausflugszielen festzustellen, dass
  - die befragten Eigentümer/Verantwortlichen älter sind
  - ältere Mitarbeiter haben als die Beherbergungsbetriebe,
  - diese auch teilweise effizienter eingeschätzt werden
  - die Mitarbeiter für alle Arbeiten geeignet sein. (Das könnte darauf zurückzuführen sein, dass in den Ausflugszielen positive Erfahrungen mit älteren Mitarbeitern gemacht wurden.)

### NACHFRAGESEITIGE DEMOGRAFIE-SENSIBILITÄT:

Hinsichtlich der Altersstruktur der Gäste geben die befragten Betriebe tendenziell an, dass diese buntgemischt ist. Auch die Angaben bezüglich der altersmäßigen Aufteilung der Gäste zeigen, dass der Anteil der unter bzw. über 50-Jährigen ausgeglichen zu sein scheint.

Der Anteil der 50+ an den Haushaltsausgaben in Österreich wird von den Betrieben tendenziell unterschätzt. Hier liegt der statistische Referenzwert bei 60% und die Annahmen der Betriebe bei etwa 50%. Hingegen das Konsumverhalten, das sich im Vergleich zum tatsächlichen Alter der 50+ jünger gestaltet, wird richtig eingeschätzt.

Obwohl die Reiseintensität der über 50-Jährigen generell überdurchschnittlich hoch ist und ca. 75% beträgt, wird diese von den befragten Hotels und Ausflugszielen in der Region Niederösterreich Süd unterschätzt und auf etwa 65% geschätzt.

Ältere Menschen verbringen aktuellen Studien zufolge täglich viele Stunden mit der Mediennutzung. Die Internetaffinität der Zielgruppe 50+ wird jedoch vielfach unterschätzt. Auch in der Region Niederösterreich Süd ist dies der Fall. Die befragten Betriebe unterschätzen demnach die regelmäßige Internetnutzung der 50 bis 60-Jährigen. Der Referenzwert liegt bei ca. 70%, aber die Angaben der Betriebe bei etwa 64%.

Obwohl die Internetnutzung der über 60-Jährigen von den Hotels überschätzt wird und von den Ausflugszielen nur leicht unterschätzt, wird diesem nicht ausreichend Rechnung getragen.

So engagieren sich nur beispielsweise nur 50% der Betriebe auf Facebook. Obwohl soziale Kontakte und die Kontaktpflege der wichtigste Motor für die Nutzung des Internets sind, glauben die meisten Betriebe, dass ein Facebook-Auftritt für die Zielgruppe 50+ nicht zweckmäßig ist.

Die befragten Betriebe gehen nur teilweise auf die Bedürfnisse der Gäste über 50 durch spezielle Services ein. So bieten z.B. 60% der befragten Hotels sowie 20% der Ausflugsziele z.B. Abholservices vom Bahnhof an. Jedoch verfügen 30% der Hotels und 60% der Ausflugsziele über keine speziellen Services für Menschen über 50.

Hinsichtlich der Produktgestaltung schätzen die Betriebe die Zielgruppe 50+ tendenziell anders bzw. älter als in der Realität ein. Sie meinen u.a., dass Menschen über 50 vor allem nach klassischen und traditionellen Produkten und Angeboten suchen, obwohl Lifestyle keinesfalls eine Frage des Alters ist.

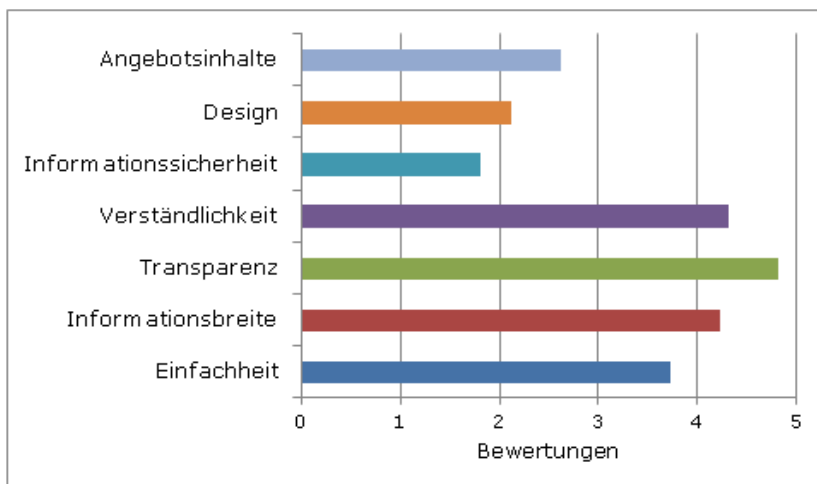
Die Interessen der 50+ bei touristisch relevanten Themen liegen vor allem in Garten, Gesundheit, Kunst & Kultur, Kulinarik, Genuss & Ernährung sowie Reisen & Urlaub. Die Hotels und Ausflugsziele empfinden jedoch andere Themen für diese Zielgruppe als relevant, nämlich Wellness, Wandern sowie Natur.

Hinsichtlich der Gestaltung der Werbung für über 50-Jährige wird von 70% der Hotels und 60% der Ausflugsziele auf keine Besonderheiten geachtet. Wichtig jedoch wäre Lebensfreude & Genuss zu vermitteln, nachhaltige und fundierte Werbung zu gestalten und dabei Garantien sowie Qualität in den Vordergrund zu stellen. Außerdem sollte die Werbung informativ gestaltet sein und einen klaren Nutzen des Produktes zeigen sowie inkluderte Services hervorgehoben werden.

## ERKENNTNISSE AUS DER SEKUNDÄREN BETRIEBSANALYSE

Die Ergebnisse auf Betriebsebene liegen vor und stehen den analysierten Betrieben zur Einsicht zur Verfügung. Gegenstand des Berichtes ist die anonymisierte Darstellung des Gesamtergebnisses.

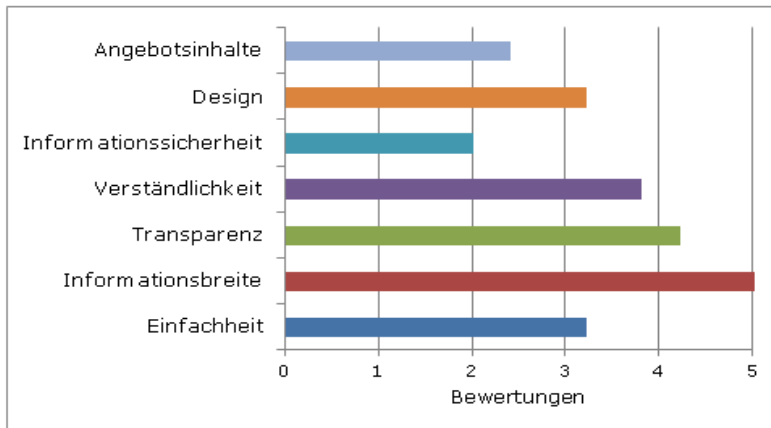
### HOMEPAGE-CHECK HOTELS



(Die Homepages wurden in den jeweiligen Kategorien mit Werten von 0-5 (0=schlecht 5=gut) beurteilt und werden in der Graphik anhand von Durchschnittswerten dargestellt).

Der Homepage-Check der Hotels zeigt, dass vor allem bei Design sowie Informationssicherheit Menschen über 50 wenig berücksichtigt werden. Auch die Angebotsinhalte der Homepages sind nicht bei allen Hotels auf die Zielgruppe 50+ abgestimmt.

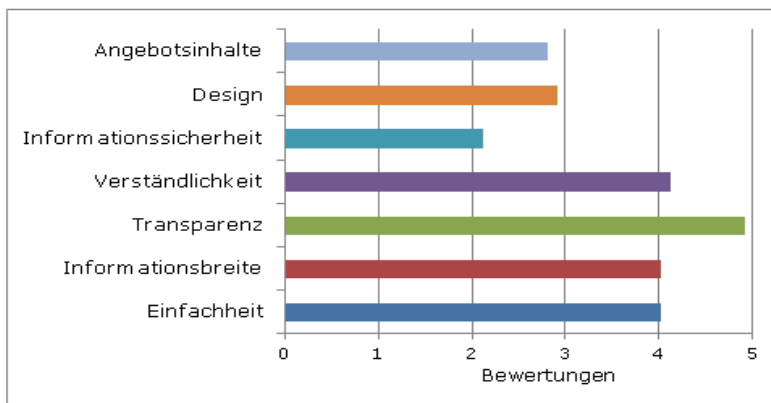
## HOMEPAGE-CHECK AUSFLUGSZIELE



(Die Homepages wurden in den jeweiligen Kategorien mit Werten von 0-5 (0=schlecht 5=gut) beurteilt und werden in der Graphik anhand von Durchschnittswerten dargestellt).

Der Homepage-Check der Ausflugsziele ergibt, dass vor allem bei Angebotsinhalten der Homepages sowie Informationssicherheit Menschen über 50 wenig berücksichtigt werden.

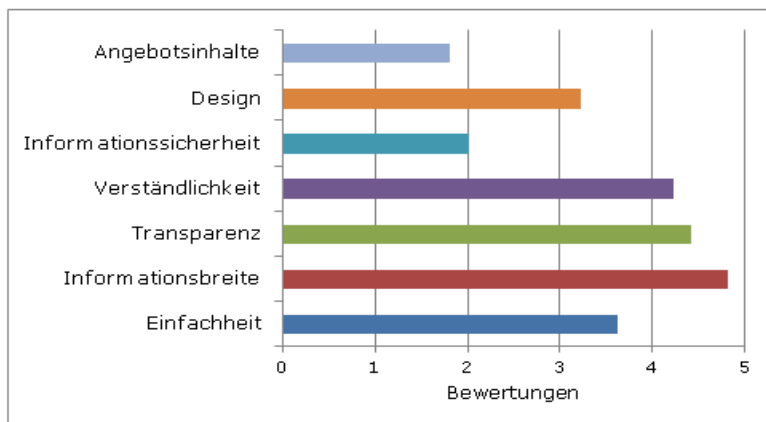
## DRUCKSORTEN-CHECK HOTELS



(Die Drucksorten wurden in den jeweiligen Kategorien mit Werten von 0-5 (0=schlecht 5=gut) beurteilt und werden in der Graphik anhand von Durchschnittswerten dargestellt).

Der Drucksorten-Check der Hotels zeigt, dass vor allem bei Angebotsinhalten der Drucksorten sowie Informationssicherheit Menschen über 50 wenig berücksichtigt werden.

## DRUCKSORTEN-CHECK AUSFLUGSZIELE



(Die Drucksorten wurden in den jeweiligen Kategorien mit Werten von 0-5 (0=schlecht 5=gut) beurteilt und werden in der Graphik anhand von Durchschnittswerten dargestellt).

Der Drucksorten-Check der Ausflugsziele ergibt, dass vor allem bei Angebotsinhalten der Drucksorten sowie bei der Informationssicherheit, aber auch beim Design der Drucksorten Menschen über 50 wenig berücksichtigt werden.

## CHECK DER BEWERTUNGSPLATTFORMEN

Im Zuge des Checks der Bewertungsplattformen wurden ausschließlich Bewertungen von Gästen im Alter von über 50 Jahren analysiert.

## FAZIT DER SEKUNDÄREN BETRIEBSANALYSE

### HOMEPAGE-CHECK UND DRUCKSORTEN-CHECK

Der Homepage-Check sowie der Drucksorten-Check der Hotels und Ausflugsziele zeigen, dass die Websites und Drucksorten der Betriebe Mängel in den Bereichen

- Angebotsinhalte
- Design
- und Informationssicherheit

hinsichtlich der Zielgruppe 50+ aufweisen.

Somit werden bezüglich des Angebotes tendenziell keine expliziten Zielgruppenangebote für 50+ dargestellt. Auch bei der Schrift werden großteils zu kleine Schriftgrößen sowie Serifenschrift verwendet, was für Menschen über 50 unpassend ist. Auch Qualitätszeichen bzw. die Erwähnung der Barrierefreiheit wird oftmals nicht berücksichtigt.

### CHECK DER BEWERTUNGSPLATTFORMEN

Der Check der Bewertungsplattformen ergibt, dass die Hotels von Gästen über 50 durchwegs positiv bewertet werden. Ausnahmen sind das Artis Hotel Semmering sowie das Grandhotel Panhans. Diesen werden auf den Bewertungsplattformen auch über weitere Bereiche negative Bewertungen zugeschrieben. Bei den anderen

Hotels sind es einzelne Bereiche, die teilweise negativ bewertet werden. Jedoch wurden nicht alle Betriebe von Gästen über 50 auf den Bewertungsplattformen beurteilt.

Die **zusammenfassende Gesamtauswertung** der Bewertungsplattformen zeigt, dass die 50+ Zielgruppe in den Beherbergungsbetrieben in der Region Niederösterreich-Süd

- sehr häufig Kritik am Alter bzw. der wenig zeitgemäßen Betriebsstruktur zeigt, somit eine Überalterung der Betriebsstrukturen zu vermuten ist.
- hohe Ansprüche an die Kulinarik stellt und diese entweder dementsprechend lobt oder auch durchaus kritisch beurteilt.
- die persönliche Betreuung seitens der Gastgeber geschätzt wird.

Die detaillierten Auswertungen befinden sich im Anhang.

## SOLL/IST ABGLEICH

Der Soll/Ist Abgleich ergibt folgende Ergebnisse hinsichtlich Angebots- und Nachfrage Abweichungen der Beherbergungsbetriebe und Ausflugsziele in der Region Niederösterreich Süd:

Der Soll/Ist Abgleich ergibt folgende Ergebnisse hinsichtlich Angebots- und Nachfrage Abweichungen der Beherbergungsbetriebe und Ausflugsziele in der Region Niederösterreich Süd:

### HOTELS

	Bereich	Erfüllungslücke
<b>Angebot</b>	Die Betriebe geben an, sich Großteils (zu 60%) bereits mit der Zielgruppe 50+ auseinandergesetzt zu haben.	○
	Spezielle Services wie Abholservices, kleinere Portionen etc., werden von 30% noch nicht angeboten.	○
	Sowohl auf der Homepage als auch in den Drucksorten wird nur in geringem Ausmaß auf die Bedürfnisse der Zielgruppe 50+ Rücksicht genommen.	○
<b>Nachfrage</b>	Die Onlineaffinität wird unterschätzt, hier muss das Bewusstsein entwickelt werden.	¥
	Einschätzungen bezüglich dem Anteil der 50+ an den Haushaltsausgaben sowie der Reiseintensität werden unterschätzt.	¥
	Einschätzungen bezüglich des Konsumverhaltens der 50+, welches im Verhältnis zum tatsächlichen Alter jünger ist, sind richtig.	✓
	Die Wahrnehmung der Produktgestaltung für 50+ weicht von ihren tatsächlichen Bedürfnissen ab. Das Denken sollte weg vom „Ältere mögen nur Traditionelles“ hin zum „universal design“.	¥
	Touristisch relevante Themen, die von Interesse für die Zielgruppe 50+ sind, werden teilweise falsch eingeschätzt.	○
	Bei der Gestaltung der Werbung für über 50 Jährige wird auf wenig bis keine Besonderheiten geachtet.	¥

## AUSFLUGSZIELE

	Bereich	Erfüllungslücke
<b>Angebot</b>	Die Betriebe geben an, sich erst zu 40% mit der Zielgruppe 50+ auseinandergesetzt zu haben.	¥
	Spezielle Services wie Abholservices, kleinere Portionen etc., werden von 60% überhaupt noch nicht angeboten.	¥
	Sowohl auf der Homepage als auch in den Drucksorten wird nur in geringem Ausmaß auf die Bedürfnisse der Zielgruppe 50+ Rücksicht genommen.	○
<b>Nachfrage</b>	Die Onlineaffinität wird unterschätzt, hier muss das Bewusstsein entwickelt werden.	¥
	Einschätzungen bezüglich dem Anteil der 50+ an den Haushaltsausgaben sowie der Reiseintensität werden unterschätzt.	¥
	Einschätzungen bezüglich des Konsumverhaltens der 50+, welches im Verhältnis zum tatsächlichen Alter jünger ist, sind teilweise richtig.	○
	Die Produktgestaltung wird falsch eingeschätzt. Das Denken muss weggehen vom „Ältere mögen nur Traditionelles“ hin zum „universal design“.	¥
	Touristisch relevante Themen, die von Interesse für die Zielgruppe 50+ sind, werden teilweise falsch eingeschätzt.	○
	Bei der Gestaltung der Werbung für über 50 Jährige wird auf wenig bis keine Besonderheiten geachtet.	¥

## **GLOSSAR**

### **AKTIVE BETRIEBSSTANDORTE**

Die Anzahl der „aktiven Betriebsstandorte“ setzt sich laut Definition der Wirtschaftskammer wie folgt zusammen: Mitglieder der Wirtschaftskammer abzüglich ruhende Mitgliedschaften und Verpächter, zuzüglich Filialniederlassungen. Ruhende Mitgliedschaften, die bei der Wirtschaftskammer nicht als solche gemeldet sind, können nicht berücksichtigt werden. Da ein Kammermitglied Berechtigung in mehreren Sparten haben kann, sind die Summe der Betriebsstandorte nach Sparten höher als die Zahl der Betriebsstandorte nach Kammermitgliedern. Die Zugehörigkeiten zu den Sparten der Wirtschaftskammer werden alle fünf Jahre neu definiert. Daher sind Vergleiche mit vorhergehenden Daten nur bedingt möglich.

Information u. Consulting: Die Sparte „Information und Consulting“ wird erst seit 2002 getrennt erhoben, vorher wurden diese Betriebe der Sparte „Gewerbe und Handwerk“ zugeordnet.

### **ARBEITSLOSENQUOTE**

Die Arbeitslosenquote ist der Prozentanteil der Arbeitslosen am Arbeitskräftepotential. Das Arbeitskräftepotential ist die Summe von unselbstständig Beschäftigten und Arbeitslosen. Die vorgemerkten Arbeitslosen sind jene Personen, die beim AMS als arbeitslos gemeldet sind. Personen, die sich in Schulung befinden, Lehrstellensuchende bzw. Arbeitssuchende (die beschäftigt sind oder eine Schule besuchen), sind nicht bei den Arbeitslosen inkludiert. Es werden aber auch Personen hier gezählt, die eine Wiedereinstellungszusage haben.

Vorsicht zwischen der Landes- und Regionalen Arbeitslosenquote gibt es einen Erhebungsunterschied: Die Zahl der unselbstständig Beschäftigten wird für Niederösterreich vom Hauptverband der SV-Träger bekannt gegeben und sind am Arbeitsort erhoben. Die regionalen Daten hingegen sind Fortschreibungsdaten der Volkszählung 2001 vom ÖIR und sind am Wohnort erhoben. Die Zahl vom Hauptverband der SV-Träger beinhalten alle Arbeits- und Dienstverhältnisse, die über der Geringfügigkeitsgrenze entlohnt werden (d. h. geringfügig Beschäftigte sind nicht enthalten, Teilzeitbeschäftigung jedoch schon).

### **AUSSCHLIESSLICH IM HAUSHALT TÄTIGE PERSONEN**

Als ausschließlich im Haushalt tätige Personen werden jene Personen klassifiziert, die während des Referenzzeitraumes hauptsächlich nicht bezahlten Verpflichtungen im eigenen Privathaushalt nachgekommen sind, wie z.B. Führung des Haushalts oder Betreuung von Kindern und älteren Personen. Hausangestellte, die für ihre Arbeit bezahlt werden, zählen hingegen zu den erwerbstätigen Personen.

### **BRUTTO-MEDIANEINKOMMEN**

Das Medianeinkommen bezeichnet jene Einkommenshöhe, die genau in der Mitte aller Einkommen liegt. 50% der Arbeitnehmer/innen verdienen mehr, 50% verdienen weniger als den angegebenen Betrag.

Die Angaben beruhen auf Datenmaterial des Hauptverbandes der österreichischen Sozialversicherungsträger und werden am Arbeitsort erhoben. Im Jahr 2004 wurden dabei 506.966 Personen, die in Niederösterreich als beschäftigt gemeldet waren, statistisch erfasst. Nicht berücksichtigt werden die Einkommensdaten der Lehrlinge, der geringfügig Beschäftigten und der pragmatisierten Beamten. Zu beachten ist, dass die Arbeitszeit, die für das angegebene Einkommen geleistet wurde, in den vom Hauptverband zur Verfügung gestellten Daten keine Berücksichtigung findet. Es werden Einkommen für Arbeitszeiten unterschiedlicher Ausmaße miteinander vermischt. Erhöhte Teilzeitbeschäftigung lässt das Medianeinkommen daher tendenziell sinken.

## **BRUTTOBEZÜGE UND NETTOEINKOMMEN**

Der Nettobezug errechnet sich aus dem Bruttobezug abzüglich Sozialversicherung, Kammerumlage, Wohnbauförderungsbeitrag und der insgesamt einbehaltenen Lohnsteuer.

## **ERWERBSTÄTIGKEIT**

Nach ILO-Konzept sowie CES Recommendations wird eine Person dann zu den Erwerbstätigen gezählt, wenn sie ein bestimmtes Mindestalter erreicht hat und innerhalb des Referenzzeitraumes mindestens eine Stunde gegen Entgelt oder im Betrieb eines Familienangehörigen als Mithelfende gearbeitet hat (aktiv erwerbstätig) oder ihre selbständige oder unselbständige Beschäftigung nur temporär nicht ausgeübt hat (temporär abwesend).

## **ERWERBSPERSONEN**

Summe der Erwerbstätigen und Arbeitslosen.

## **ERWERBSQUOTE**

Anteil der Erwerbspersonen an der Wohnbevölkerung.

## **ERWERBSTÄTIGENQUOTE**

Anteil der Erwerbstätigen an der Wohnbevölkerung.

## **FRUCHTBARKEITZIFFER (FERTILITÄTSRATE)**

Anzahl der Lebendgeborenen auf 1.000 Frauen im Alter von 15 bis unter 45 Jahren. Diese Zeitspanne wird als das gebärfähige Alter angesehen. Außerhalb dieser Zeitspanne treten kaum noch Geburten auf. Sie ist präziser als die rohe Geburtenrate, da sie sich nur auf den gebärfähigen Anteil der Bevölkerung und nicht auf die gesamte Bevölkerung bezieht.

## **GEBURTENBILANZ**

Die Geburtenbilanz ist die Zahl der Lebendgeborenen abzüglich der Zahl der Sterbefälle, jeweils bezogen auf die Wohngemeinde und auf den Zeitraum zwischen den Volkszählungen. Überwiegt die Geburtenzahl die Zahl der Sterbefälle, besteht ein Geburtenüberschuss, also eine positive natürliche Bevölkerungsentwicklung, im gegenteiligen Fall liegt ein Sterbeüberschuss vor.

## **GRÜNDUNGSINTENSITÄT**

Neugründungen in Prozent des Standes an aktiven Kammermitgliedern.

## **HAUPTREGION**

Die Einteilung Niederösterreichs in die fünf Hauptregionen Industrieviertel, Mostviertel, NÖ-Mitte, Waldviertel und Weinviertel geht auf die flächendeckende Einführung der Regionalen Entwicklungsverbände bzw. Regionalmanagements im Jahr 2001 zurück. Die historisch gewachsene Einteilung NÖs in vier Viertel ist davon nicht betroffen.

## **INVEKOS**

Mit dem EU-Beitritt wurde das Integrierte Verwaltungs- und Kontrollsystem (INVEKOS) zur Abwicklung der Förderungsmaßnahmen in Österreich umgesetzt. Im INVEKOS sind alle flächen- und tierbezogenen Beihilfenregelungen enthalten. Das heißt, alle bäuerlichen Betriebe, die an Förderungsmaßnahmen



teilnehmen, sind im INVEKOS mit allen Strukturdaten erfasst. Nicht im INVEKOS enthalten sind jene Betriebe, die entweder die in den einzelnen EU-Verordnungen vorgegebenen Förderungsvoraussetzungen nicht erfüllen oder aus sonstigen Gründen keinen Mehrfachantrag abgeben.

## **MEDIAN**

Der Median ist jener Wert, der genau jener Wert, der bei der Auflistung aller Werte genau in der Mitte steht. Sprich 50% aller Werte liegen darüber und 50% darunter.

## **MITTELWERT**

Der Mittelwert bzw. arithmetische Mittel ist der Quotient der Summe aller Werte und der Anzahl der Werte.

## **NEBENWOHNSITZFÄLLE**

In den Zählungspapieren wurden nicht nur Hauptwohnsitze, sondern auch (weitere) Wohnsitze – hier als „Nebenwohnsitze“ bezeichnet – erfasst. Da eine Person zwar nur einen Hauptwohnsitz, aber mehrere Nebenwohnsitze haben kann, gibt die Zahl der Nebenwohnsitz-„Fälle“ wieder. Die neuen Zahlen stützen sich auf die Melderegister. Vergleiche dieser Zahlen mit den Angaben „weiterer Wohnsitze“ der Volkszählung 1991 bez. früherer VZ sind nicht sinnvoll. Die damalige Erhebungsmethode hat tendenziell zu Untererfassungen der Nebenwohnsitze geführt.

Vergleichszahlen 1991 und früherer Volkszählungen: Die Vergleichszahlen sind auf den heutigen Gebietsstand der Gemeinde umgerechnet. Die Umrechnung erfolgte nach Ortschaften, allenfalls mit anteiligen Schätzungen. Seit 1971 wird auf Haus-Basis umgerechnet. (Statistik Austria)

## **NUTS-EINHEITEN**

Nomenclature des Unités Territoriales Statistique – System der Gebietseinheiten für die Statistik in den Mitgliedsstaaten der EU.

NUTS0 das gesamte Staatsgebiet

NUTS1 teilt Österreich in 3 Regionen

- Ostösterreich – Burgenland, Niederösterreich und Wien;
- Westösterreich – Oberösterreich, Salzburg, Tirol, Vorarlberg;
- Südösterreich – Steiermark, Kärnten

NUTS2 die 9 Bundesländer

NUTS3 in Österreich insgesamt 35 Einheiten;  
Niederösterreich besteht aus 7 NUTS 3 – Gebieten

## **ÖROK - PROGNOSEN**

Die Österreichische Raumordnungskonferenz beauftragt seit Mitte der 1970er-Jahre die Berechnung regionalisierter Prognosen zur Bevölkerungsentwicklung für die Politischen Bezirke bzw. die NUTS 3-Regionen, da Prognosen auf möglichst kleinräumiger Basis eine wichtige Grundlage für eine vorausschauende Planung darstellen.

Ergänzt wird diese Prognose zur Bevölkerungsentwicklung seit mehreren Jahren durch eine Erwerbs- und eine Haushaltsprognose.

Zahlreiche Entscheidungen von Raumplanung, Regional- und weiteren Fachpolitiken bauen auf den Prognosen auf, so zum Beispiel die Abschätzung des zukünftigen regionalen Bedarfs an Kindergärten, Schulen oder Altenbetreuungseinrichtungen, aber auch Ausbaumaßnahmen im Bereich der technischen Infrastruktur.

## **PENDLERANALYSE**

Aus- und Einpendler/innen sind Personen, deren Wohn- und Arbeits- bzw. Schulort in verschiedensten Gemeinden liegt, also Personen, die über Gemeindegrenzen hinweg pendeln. Vom Standpunkt des Wohnortes aus betrachtet sind es Auspendler/innen, vom Standpunkt des Arbeits- bzw. Schulortes Einpendler/innen.

Binnenpendler/innen sind Personen, deren Arbeitsstätte bzw. Ausbildungsort sich auf einem andern Grundstück, jedoch innerhalb der Wohngemeinde bzw. des Wohnbezirkes befindet.

Nichtpendler/innen sind Erwerbstätige, deren Wohn- und Arbeitsstätte sich im gleichen Haus bzw. auf dem gleichen Grundstück befinden.

## **WANDERUNGSBILANZ**

Die Wanderungsbilanz oder auch der Wanderungssaldo errechnet sich aus der Differenz zwischen Zu- und Abwanderung in einem festgelegten Zeitraum und einem bestimmten Gebiet von außen bzw. nach außen. Die Verlegung des Wohnsitzes einer Person wird als Wanderung(-sbewegung) bezeichnet. Wanderungen können über verschiedene Distanzen erfolgen: Je nachdem, ob dabei eine Staatsgrenze überschritten wird, spricht man von internationaler oder interner Migration. Internationale Migration umfasst alle Wohnsitzwechsel zwischen dem Ausland und Österreich (= Außenwanderung). Im Gegensatz dazu fallen alle Wohnsitzwechsel innerhalb der Grenzen Österreichs unter den Begriff der „internen Migration“ (= Binnenwanderung). Bei Binnenwanderungen werden zudem noch sog. „Binnenumzüge“ unterschieden. In diesem Fall wird der Wohnsitz nur innerhalb einer räumlichen Einheit (wie z.B. Staaten, Bundesländer, Politische Bezirke, Gemeinden) verlegt, jedoch keine administrative Grenze überschritten.

Im Einklang mit den Empfehlungen der Vereinten Nationen (1998) zur Erfassung und Klassifizierung von Migrant/innen nach ihrer Aufenthaltsdauer berücksichtigt die Wanderungsstatistik nur Personen mit einem Aufenthalt (Hauptwohnsitzmeldung) von mindestens 90 Tagen im Bundesgebiet Österreichs.

## **WOHNBEVÖLKERUNG**

Dauerhaft in Österreich lebende Personen, die in der Gebietseinheit ihren Hauptwohnsitz haben.

Die Zähltag der Volkszählungen ab 1951 lauten: 1.6.1951; 21.3.1961; 12.5.1971; 12.5.1981; 15.5.1991 und 15.5.2001.

Die Registerzählung hat die traditionelle Volkszählung abgelöst. Die Informationen werden nicht mehr mittels Fragebögen von den Bürger/innen eingeholt, sondern den vorliegenden Verwaltungsregistern entnommen. Trotz der Änderung in der Methodik bleiben die Erhebungsgegenstände im Wesentlichen unverändert:

Wie schon in den vergangenen Großzählungen, wurden auch diesmal Daten zur Bevölkerung (Volkszählung), Gebäude und Wohnungen (Gebäude- und Wohnungszählung) sowie Unternehmen und Arbeitsstätten (Arbeitsstättenzählung) erhoben.

Die Registerzählung zum Stichtag 31.10.2011 brachte ein von der Statistik des Bevölkerungsstandes abweichendes Ergebnis im Ausmaß von rund -35.000 Personen Österreichweit. Zur Wahrung der Konsistenz mit den Zählungsergebnissen war sowohl eine Revision der laufenden Bevölkerungsstatistik als auch der Wanderungsstatistik notwendig. Diese Revision betrifft die Bevölkerungsstände der Stichtage zwischen 1.4.2007 und 1.1.2012 sowie die Jahresdurchschnittsbevölkerung und die Wanderungsstatistik der Jahre 2007 bis 2011.