

6 BRANCHENDOSSIER HANDEL UND GASTRONOMIE/HOTELLERIE (ÖNACE G, I)

Der Handel, die Gastronomie und der Tourismus sind in vielerlei Hinsicht aufeinander bezogen, sodass sie hier gemeinsam analysiert werden: (Einzel-)Handel und Gastronomie sind für attraktive Innenstädte (mit-)verantwortlich, zugleich anfällig für konjunkturelle und sonstige Krisen, wie sich in der Corona-Pandemie herausstellte. Zudem leben sowohl Beherbergung, Gastronomie als auch der Handel (sowie Teile der Kulturbranche) vom Städtetourismus und stehen prekär Beschäftigte im Lieferservice gleichsam am Ende der „Nahrungskette“ sowohl im (Online-)Handel als auch im Essens-Zustelldienst, um nur einige Aspekte zu nennen. Nach der Darstellung von Eckdaten der Beschäftigung in den beiden ÖNACE-Branchen <G> und <I> diskutieren wir nachfrage- und angebotsseitige Einflussfaktoren für die zukünftige Beschäftigung in diesen Feldern. Nachfrageseitig relevant für Wien sind insbesondere Entwicklungen in der Wohnbevölkerung und in der Arbeitsbevölkerung (PendlerInnen, Stichwort Homeoffice) sowie im Tourismus, weiters Wohlstand/Kaufkraft und sich verändernde Konsumpräferenzen. Angebotsseitig zu nennen sind, abgesehen vom Angebot an Arbeitskräften, Entwicklungen im Online-Handel oder auch der Verlagerung des Freizeitgeschehens in virtuelle Welten (was nicht nur dem Handel, sondern auch dem „stationären“ Kulturangebot zusetzt), zudem Transformationen bei Tourismus- und Konsumangeboten – wie infolge der Corona-Pandemie und vermutlich auch aufgrund des Klimawandels. In jeweils knapp gehaltenen Argumentationen wird durchgespielt, inwiefern diese Faktoren in Wien jeweils eher ein Beschäftigungsplus oder -minus in Handel und in Gastronomie/Beherbergung erwarten lassen und wie mit Blick auf die nächsten 10 bis 20 Jahre eine Bilanzierung ausfallen könnte.

6.1 Entwicklung und Struktur der Beschäftigung im Handel

Der Handel <ÖNACE G> ist in statistischer Hinsicht mit Bezug auf den Erwerbstätigenumfang die größte Branche in Wien; 2021 lag der Anteil an allen Erwerbstätigen in Wien bei 11,7%. Der Höchststand der Handelsbeschäftigung in Wien (Kfz-Handel, Großhandel, Einzelhandel) wurde gemäß Mikrozensusdaten 2019 mit ca. 125.000 Personen erreicht. Im Jahresdurchschnitt 2020 gab es coronabedingt einen markanten Einbruch auf 114.000 Personen, der 2021 mit 113.500 nochmals leicht unterschritten wurde. (In diesen Zahlen sind geringfügig Beschäftigte mit weniger als 12 Wochenstunden nicht miteingerechnet). Das Beschäftigungswachstum im Zeitraum von 2004 bis 2021 fällt mit ca. 12% moderat aus, ist zugleich nur halb so hoch wie jenes am gesamten Wiener Arbeitsmarkt (ca. 25%).

Der Einbruch durch die Corona-Pandemie zeigte sich im Wiener Handel abgesehen vom Beschäftigungsrückgang auch in den Daten zur Wertschöpfung in der Branche, wo zwischen 2019 und 2020 ein Rückgang von ca. 6% zu verzeichnen war (Stadt Wien Wirtschaft, Arbeit und Statistik 2022a, 197), von 11,3 Mrd. auf 10,7 Mrd. Euro. Bezogen auf die Bruttowertschöpfung lag der Gesamtanteil des Handels in Wien 2019 bei 12,6%. Ungeachtet eines Wachstums in absoluten Zahlen, z.B. zwischen 2015 und 2019 von 10,2 Mrd. auf 11,3 Mrd. Euro, sowie auch ungeachtet der Corona-Pandemie ist ein gewisser Bedeutungsverlust zu verzeichnen, denn beispielsweise lag 2010 der Wertschöpfungsanteil des gesamten Handels in Wien noch bei 14,3% (vgl. Tabelle 2-8). Als erstes

Fazit: Der Handel in Wien wächst zwar, nicht zuletzt dank des anhaltenden Bevölkerungswachstums, aber weniger dynamisch als andere Branchen. Inwiefern dabei der zunehmende Anteil des Online-Handels, bei dem Umsätze bzw. Wertschöpfung zu einem Gutteil ins Ausland abfließen (in erster Hinsicht zum Amazon-Konzern), eine Rolle spielen dürfte, wird weiter unten diskutiert.

Betrachtet man die Erwerbstätigenanteile der drei wesentlichen Teile des Handels für das Jahr 2019 (mit Daten aus der Abgestimmten Erwerbsstatistik gemäß Tabelle 6-1, zudem inkl. der geringfügigen Beschäftigung), so lautet das Verhältnis zwischen Einzelhandel, Großhandel und Kfz-Handel 54% vs. 37% vs. 9%. Wird nur der Einzelhandel in Wien in den Blick genommen, so liegt der Lebensmitteleinzelhandel (mit den drei dominanten Playern Rewe/Billa, Spar, Hofer) mit knapp 40% an allen EH-Beschäftigten voran. Während zwischen 2010 und 2019 sowohl der Einzelhandel als auch der Großhandel in punkto Beschäftigung zugelegt haben, ist der Kfz-Handel in Wien in diesem Zeitraum geschrumpft (um ca. 2.000 Personen gemäß Abgestimmten Erwerbsstatistik bzw. 1.000 nach Mikrozensus). Vom „Seuchenjahr“ 2020 waren im Vergleich zu 2019 der Einzel- und Großhandel mit einem Personalabbau von jeweils ca. 5.000 Erwerbstätigen gleichermaßen betroffen (gemäß Mikrozensus), wohingegen im Kfz-Handel kaum coronabedingte Einbrüche zu verzeichnen waren.¹³³

Die Tabelle 6-1 informiert über Eckdaten der Erwerbstätigen in den drei Subbranchen des Handels: Obwohl mit 8,5% aller Erwerbstätigen viele Selbständige mit oder ohne eigenen/m Laden im Handel aktiv sind, ist demgegenüber der Großteil unselbständig beschäftigt. Mit Blick auf typische Größendimensionen der Betriebe bzw. der Arbeitsstätten insbesondere im Einzelhandel zeigt sich eine ausgeprägte Filialisierung: 78% aller Einzelhandelsbeschäftigten sind an Standorten mit weniger als 50 MitarbeiterInnen tätig, in den beiden anderen Subbranchen dominieren ebenfalls kleinbetriebliche Arbeitsstätten, allerdings nicht so ausgeprägt wie im Einzelhandel. Gegenüber der oft kolportierten Wahrnehmung, der Handel sei insgesamt weiblich dominiert, trifft das in Wien (mit 63%) nur für den Einzelhandel zu. Sowohl im Kfz-Handel inkl. Reparatur als auch im Großhandel (mit vielen Beschäftigten mit Transport- und Lagerarbeiten) sind mehrheitlich Männer berufstätig.

Damit korrelieren auch die Arbeitszeitmuster im Handel. Bei insgesamt 56% Vollzeit- und 35% Teilzeitanteil (der Rest wird als „schwankend“ eingestuft) sind die Männerdomänen Kfz- und Großhandel mit 78% bzw. 74% zugleich Vollzeitbranchen, wohingegen in der Frauendomäne Einzelhandel nur 41% aller Jobs Vollzeitjobs sind. Zugleich findet sich im Einzelhandel mit 13,5% ein hoher Anteil an geringfügig beschäftigten Arbeitskräften – und ist der Einzelhandel zudem deutlich „migrantischer“ geprägt als Groß- und Kfz-Handel. Außerdem fällt auf, dass die Beschäftigten im Wiener Einzelhandel im Durchschnitt deutlich jünger sind als in den beiden anderen Subbranchen. Dazu ergeben Studien, u.a. eine eigene Erhebung mit qualitativen Interviews, dass die Ketten im Lebensmitteleinzelhandel eher auf jüngere Arbeitskräfte setzen, die noch keine eigenen Kinder haben und insofern leichter über den ganzen Tag verteilt oder am Wochenende einsetzbar sind. Ferner würden KundInnen z.B. eine Präferenz für jüngeres Personal an der Supermarktkasse äußern, weil dieses nicht nur als attraktiver, sondern auch als schneller, flexibler u.a.m. eingestuft werde (vgl. Eichmann / Zandonella / Eibl / Schönauer 2019).

¹³³ Hier sprichwörtlich nur als Fußnote: Beschäftigte in Tankstellen sind statistisch nicht im Kfz-Handel erfasst, sondern im Einzelhandel, in der Subkategorie <G473>. Gemäß der Abgestimmten Erwerbsstatistik sind in Tankstellen in Wien inkl. geringfügig Beschäftigten rund 1.000 Personen beschäftigt und es waren zwischen 2011 und 2019 kaum Veränderungen zu registrieren. Im Jahresdurchschnitt 2020 kam es mit den Lockdowns und eingeschränkter Mobilität auch hier zu einem 5%igen Einbruch bei den Erwerbstätigen.

Tabelle 6-1: Beschäftigungsstrukturen im Handel in Wien 2019

	Erwerbstätige in Wien	Selbstständige in %	Geringfügig Beschäftigte in %	Frauenanteil in %	Arbeitszeit in %			höchste abgeschlossene Ausbildung in %				Anteil Beschäftigte in Betrieben bzw. Arbeitsstätten in %			Anteil der Altersgruppen in %				Ausl. StaatsbürgerInnen in %
					Vollzeit	Teilzeit	Schwankend	Pflichtschule	Lehre	mittlere / höhere Schule	Hochschule	< 50 MA	50-250 MA	>250 MA	15-29	30-49	50-64	65+	
Gesamt (ÖNACE G)	138.222	8,5	9,9	51,2	56,3	35,1	8,5	19,9	30,1	33,3	16,7	68,1	24,1	7,8	27,0	46,3	24,5	2,2	26,3
Kfz-Handel u Reparatur (G45)	12.652	8,5	5,4	17,3	78,2	13,2	8,5	22,0	45,6	26,6	5,8	57,4	27,0	15,6	28,7	45,1	24,7	1,5	22,7
Großhandel (G46)	50.940	5,9	5,6	41,7	74,0	20,0	5,9	10,0	24,8	37,9	27,3	56,9	32,6	10,5	15,7	52,3	29,8	2,3	20,7
Einzelhandel (G47)	74.630	10,3	13,5	63,3	40,5	49,1	10,3	26,4	31,1	31,2	11,3	77,5	17,8	4,7	34,5	42,5	20,8	2,2	30,7

Quelle: Statistik Austria, Abgestimmte Erwerbsstatistik, 2019. Erwerbstätige am Arbeitsort Wien in ÖNACE G, inkl. geringfügige Beschäftigung

Tabelle 6-2: Beschäftigungsstrukturen in Beherbergung und Gastronomie in Wien 2019

	Erwerbstätige in Wien	Selbstständige in %	Geringfügig Beschäftigte in %	Frauenanteil in %	Arbeitszeit in %			höchste abgeschlossene Ausbildung in %				Anteil Beschäftigte in Betrieben bzw. Arbeitsstätten in %			Anteil der Altersgruppen in %				Ausl. StaatsbürgerInnen in %
					Vollzeit	Teilzeit	Schwankend	Pflichtschule	Lehre	mittlere / höhere Schule	Hochschule	< 50 MA	50-250 MA	>250 MA	15-29	30-49	50-64	65+	
Gesamt (ÖNACE I)	62.546	6,5	16,9	45,3	52,5	41,0	6,5	35,6	24,5	30,7	9,2	76,6	19,5	3,9	34,7	45,7	18,2	1,4	51,8
Beherbergung (I55)	12.125	1,8	5,5	52,0	76,0	22,1	1,8	28,6	24,6	34,1	12,6	48,4	41,9	9,8	37,2	43,5	18,2	1,1	47,3
Gastronomie (I56)	50.421	7,7	19,6	43,7	46,8	45,5	7,7	37,3	24,5	29,8	8,3	83,4	14,1	2,5	34,1	46,2	18,2	1,5	52,9

Quelle: Statistik Austria, Abgestimmte Erwerbsstatistik, 2019. Erwerbstätige am Arbeitsort Wien in ÖNACE I, inkl. geringfügige Beschäftigung

In punkto Ausbildung überwiegen im Handel mittlere Formalqualifikationen, d.h. der Abschluss einer Lehre sowie einer mittleren/höheren Schule. LehrabsolventInnen, v.a. im Mechanikerberuf, machen etwa im Kfz-Handel 46% aller Arbeitskräfte aus. Eine Abweichung gegenüber der Dominanz mittlerer Qualifikationen findet sich im Großhandel. Hier bzw. im Business-to-Business-Handel ist der Anteil der Beschäftigten mit akademischen Ausbildungen mit 27% ausgeprägter als in den anderen Handelsbereichen, nicht zuletzt deshalb, weil hochqualifiziertes kaufmännisches Personal für den Ein- und Verkauf bzw. für die z.T. komplexen internationalen Beschaffungs- und Distributionsprozesse benötigt wird.

Apropos Großhandel: Während das Leistungsspektrum im Einzelhandel ähnlich geläufig sein dürfte wie im Kfz-Handel, sind die Berührungspunkte mit dem Großhandel i.d.R. spärlicher. Während zum Einzelhandel und auch Kfz-Handel einprägsame Bilder kursieren, vom Supermarkt und Greißler über den Nischenhändler bis zur Kfz-Reparaturwerkstätte, und inzwischen auch die Unterschiede zwischen dem stationären und dem Online-Handel bekannt sind (sowie die Click & Collect-Abholboxen als Mittelding dazwischen), erscheint der durchaus beschäftigungsstarke Großhandel auch deshalb als unscheinbar, weil dort der Business-to-Business-Handel (gegenüber Business-to-Consumer) zusammengefasst wird, in den Otto Normalverbraucher wenig Einblick hat. Der Einkauf von Vorleistungen z.B. für die Produktion oder für den Einzelhandel fällt ebenso darunter wie der Einkauf vieler Gastronomen bei Großhändlern wie Metro, und dasselbe gilt für den Vertrieb von Medizinprodukten z.B. für niedergelassene ÄrztInnen. Vor dem Hintergrund der Zersplitterung und Internationalisierung in immer komplexere und insofern fragile Wertschöpfungsketten, Stichwort „Globalisierung“, wird nicht verwundern, dass der Großhandel mit seinen ca. 50.000 Beschäftigten in Wien ein wichtiger Wirtschaftsbereich ist. Die in der Statistik erfassten Subbranchen des Großhandels in Wien sind breit gestreut, die beschäftigungsstärksten im Jahr 2019 sind: Großhandel mit Pharma und medizinischen Erzeugnissen (10.700), mit Nahrungsmitteln und Getränken (5.100), mit Baustoffen, Holz und Metallwaren für den Bau (4.100), mit Datenverarbeitungsgeräten und elektronischen Bauteilen (4.100) sowie die Handelsvermittlung (3.900).

Box: Der Großmarkt Wien als „Bauch von Wien“ modernisiert weiter

Der Großmarkt Wien, soeben 50 geworden, plant bereits die nächsten Modernisierungsschritte. Um zwei Uhr morgens erwacht der Wiener Großmarkt in Inzersdorf zum Leben. Dann öffnet Österreichs größter Umschlagplatz für Frischwaren seine Tore. Es sind hauptsächlich Einzelhändler und Gastronomen, die sich um diese Tageszeit eindecken. Für viele der 1400 am Großmarkt tätigen Menschen ist zu dieser nachtschlafenen Zeit aber schon ein gutes Stück ihres Tagwerks getan: Importware wird bereits ab 22 Uhr des Vortags angeliefert und muss ausgeräumt, umgepackt und gelagert werden. 400.000 Tonnen an Obst, Gemüse, Blumen, Fleisch, Fisch und andere Frischwaren werden alljährlich hier umgeschlagen. Nicht umsonst bezeichnete ihn Wiens Handelsobfrau Margarete Gumprecht kürzlich - bei der Feier zu seinem 50. Eröffnungsjahrestag - als „Bauch von Wien“. Nicht nur das: Bei Obst und Gemüse gehen 70 Prozent der österreichweit gehandelten Menge über den Großmarkt Wien, der seit 2019 Teil der Wien Holding und somit im Besitz der Stadt Wien ist. Sonnenstrom und neue Blumenhalle, Nachhaltigkeit und Modernisierung sind auch am Großmarkt Dauerthemen. Bereits in Betrieb sind zehn Stromtankstellen, an denen Marktteilnehmer ihre E-Fahrzeuge laden können sowie ein öffentlicher Hypercharger - eine Schnellladestation, die bis zu 300 kWh Ladeleistung bietet. Weiters ist die Errichtung einer Photovoltaikanlage geplant, um künftig Sonnenstrom vor Ort erzeugen zu können. Auch baulich rüstet man für die Zukunft: Die 10.000 Quadratmeter große Blumenhalle wird durch

einen fast dreimal so großen Blumengroßmarkt ersetzt. Baustart ist bereits im Frühjahr 2023, während der Bauzeit soll der Blumengroßhandel weiterlaufen. Zusätzlich planen mehrere der über 220 ansässigen Unternehmen Betriebsvergrößerungen auf ehemaligen Freiflächen.

Der Großmarkt Wien stellt sich in Zahlen wie folgt dar:

- Eröffnet: 1972
- Gesamtfläche: 3 Hektar, davon 76.000 m² Gebäude und Hallen
- Betriebe: mehr als 220
- Beschäftigte: 1400 aus 41 Nationen
- Warenumsatz: 400.000 Tonnen/Jahr
- Logistik: 2500 Lkw täglich

www.grossmarkt-wien.at

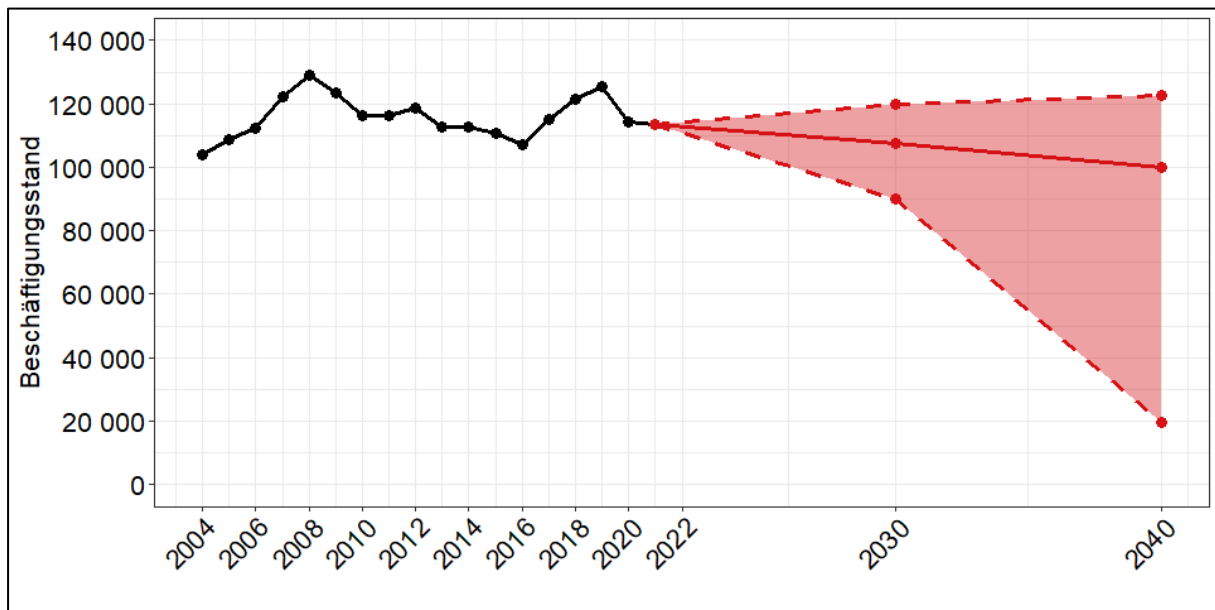
Quelle: Wiener Wirtschaft, WKO Wien, Ausgabe 20 vom 29.9.2022, S. 37

An dieser Stelle präsentieren wir die Befunde unserer Online-ExpertInnenbefragung zum Wiener Handel mit Schätzwerten zum Personalstand in den Jahren 2030 und 2040. Ohnehin sind die unterschiedlichen Subbranchen Groß-, Einzel- und Kfz-Handel bzw. die einzelnen Sparten des Einzelhandels nicht leicht auf einen Nenner zu bringen, mit z.T. gegenläufigen Tendenzen sowie sich immer wieder verändernden Konstellationen zwischen den MarktteilnehmerInnen. Beispielsweise können bereits anlässlich temporärer Störungen wie der Corona-Krise ungeahnte Dynamiken mit neuen Konkurrenzkonstellationen entstehen: So ergab sich in den Lockdown-Phasen eine de facto Aufspaltung des Einzelhandels in einen „systemerhaltenden“ und daher offenen Teil, insbesondere den Lebensmitteleinzelhandel, und einen geschlossenen, weil weniger wichtigen Teil für lebensnotwendige Bedürfnisse. Letzterer musste gleichwohl feststellen, dass Ersterer nebenbei ein „Körpergeld“ machen konnte, indem auch Produkte aus anderen, unfreiwillig geschlossenen Sparten mitverkauft wurden, etwa Utensilien für Haushalt und Garten wie z.B. Blumenerde. Ein anderes Beispiel eines Substitutionseffektes seit der Corona-Pandemie ist insbesondere der vermehrte Einkauf von Getränken im Einzelhandel, weil die Gastronomie geschlossen war. Ob und inwiefern sich die Verlagerung von geselligen Zusammenkünften in private Wohnungen wieder zugunsten eines vermehrten Lokalbesuchs verändert oder verändern lässt, wird die Zukunft weisen.

Insofern ist die in der ExpertInnenbefragung getroffene Einschränkung, lediglich einen Gesamtwert für die Entwicklung der Branchenbeschäftigung (für 2030 und 2040) benennen zu können, gerade in einer ausdifferenzierten Branche wie dem Handel in Wien suboptimal. Folgerichtig läuft ein Befund darauf hinaus, dass die Streuung der Einschätzungen zum Erwerbstätigenumfang im Handel so groß ist wie in keiner anderen Branche. Ungeachtet dessen ergibt der Durchschnitt aller Bewertungen gemäß Abbildung 6-1 in einer 20-Jahres-Perspektive eine Reduktion der Beschäftigung im Handel um ca. 10.000 Personen. Dieses Ergebnis werten wir einerseits als Befund und andererseits als Ausgangspunkt für die Ausführungen in diesem Kapitel (in Kombination mit der Entwicklung im Tourismus und der Gastronomie). Zwar sind im Zuge eines voranschreitenden Online-Handels, über den viel an Kaufkraft und Jobs ans Ausland abfließt, ebenso weitere Einbußen denkbar wie in Szenarien, in denen sich ein Gutteil des Freizeitgeschehens in die virtuellen Welten des Internets bzw. des Metaversums verlagert, wo dann in Österreich relevante Jobpotenziale v.a. bei Berufsgruppen wie Software-EntwicklerInnen zu erwarten sind. Vor allem aber wird die zukünftige

Beschäftigung im Handel einerseits vom (materiellen) Wohlstand und der damit korrespondierenden Kaufkraft und Konsumbereitschaft abhängen bzw. noch davor von der Entwicklung der Bevölkerung in Wien, die in den nächsten 20 Jahren weiter anwachsen wird. Genauer wird zwischen Wohnbevölkerung, EinpendlerInnen aus beruflichen bzw. Freizeitgründen sowie auch dem Volumen an zukünftigen Touristenströmen zu unterscheiden sein, um Einschätzungen treffen zu können.

Abbildung 6-1: Prognose Branchenbeschäftigung im Handel (<G>) in Wien 2030 u. 2040



Hinweis: ExpertInnen-Schätzung (n=272) vom Mai 2022 auf Basis einer Zeitreihe 2004-2021 lt. Mikrozensus der Statistik Austria; Darstellung der Mittelwerte 2030/2040 sowie der Unsicherheitsintervalle. Die markierte Fläche enthält 88% aller Schätzwerte, d.h., 6% der (Ausreisser-)Schätzungen am oberen und unteren Rand sind nicht mitabgebildet.

6.2 Entwicklung und Struktur der Beschäftigung in Beherbergung u. Gastronomie

Beherbergung und Gastronomie <ÖNACE I> sind in einer erstrangigen Tourismus- und zudem Kongresstourismusstadt wie Wien von eminenter Bedeutung. Bis zum Jahr 2019 mit ca. 17,6 Mio. Nächtigungen (davon 14,6 Mio. oder 83% aus dem Ausland) folgte in Wien ein Rekordjahr dem nächsten, so lange, bis die Corona-Pandemie der Entwicklung des (Over-)Tourismus im Jahr 2020 einen jähen Einschnitt zufügte, von dem sich dieser erst nach und nach wieder erholt. Mit Blick auf Nächtigungen lag Wien 2019 im europäischen Städtetourismus auf Rang 7, hinter Paris mit ca. fünfmal so vielen Nächtigungen, gefolgt von Rom, Amsterdam, Berlin und Madrid mit ungefähr doppelt so vielen Übernachtungen und ungefähr gleichauf mit Prag. Eine besonderes Stärkefeld ist der Kongresstourismus, hier liegt Wien in einem weltweiten Ranking sogar an erster Stelle (Stadt Wien Wirtschaft, Arbeit und Statistik 2022b).¹³⁴

¹³⁴ Dieses Ranking bezieht sich auf das Jahr 2021, d.h. nach dem coronabedingten Einbruch von Kongressen in Präsenz und berücksichtigt auch hybride oder virtuelle Formen.

Die Beschäftigung im Sektor <I> zeigt entlang von Mikrozensusdaten seit 2004 bis 2019 abgesehen von kleineren Ausschlägen relativ kontinuierlich in die Aufwärtsrichtung, mit 40.300 Erwerbstätigen in 2004, 45.700 in 2011 und 54.800 in 2019, was allein in den 2010er Jahren einer Steigerung von ca. 20% entspricht (und einem Anteil von knapp 6% aller Erwerbstätigen in Wien). Das Verhältnis der beiden Subbranchen <I56> Gastronomie und <I55> Beherbergung liegt 2019 (gemäß Mikrozensus bzw. ohne geringfügig Beschäftigte) bei ca. drei Viertel zu einem Viertel bzw. bei 41.000 Erwerbstätigen in der Gastronomie und 13.800 in der Beherbergung/Hotellerie. Coronabedingt ist die Beschäftigung 2020 in Wien, abgefedert durch Maßnahmen wie Kurzarbeit, nur mäßig von 54.800 auf 52.600 gefallen. Der größere Beschäftigungseinbruch erfolgte erst 2021, mit einem abermaligen Rückgang auf 45.200 Erwerbstätige. Hier spielt eine Rolle, dass infolge der Lockdown-Phasen auch im Jahr 2021 die Ressourcen (und Perspektiven) vieler Gastronomie- wie auch Beherbergungsbetriebe trotz der diversen Unternehmensförderungen zur Neige gegangen sind. Vor allem die so wichtigen internationalen Touristen sind weitgehend ausgeblieben (und außerdem viele Arbeitskräfte, die in attraktivere Jobs abgewandert sind). Vermutlich als Kombination eines reduzierten Personalbedarfs und der sogenannten „Great Resignation“ bei Jobs hat sich der Personalstand in der Wiener Gastronomie und Hotellerie entsprechend verringert.

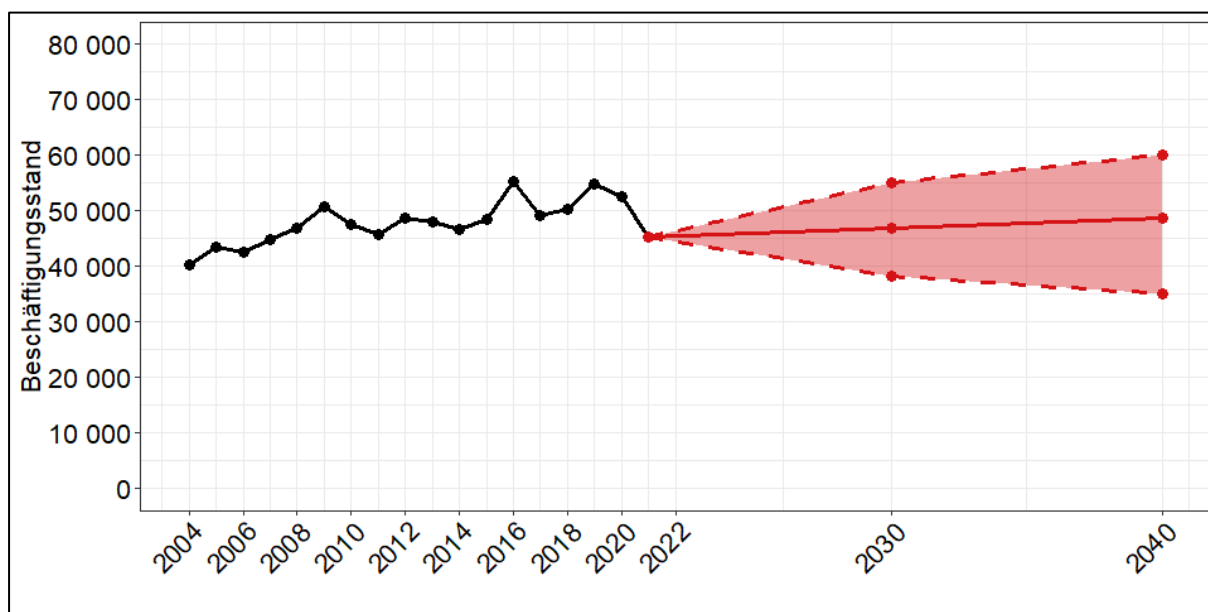
Noch deutlich eindringlicher als im Rückgang der Erwerbstätigenzahlen spiegelt sich die Corona-Krise in den Umsatz- bzw. Wertschöpfungsdaten der Branche: Zunächst lässt sich in Wien von 2010 mit 2,14 Mrd. Euro bis 2019 mit 3,42 Mrd. Euro ein markanter Anstieg der Wertschöpfung bei Beherbergung und Gastronomie belegen, der sich zudem als Steigerung des Wertschöpfungsanteils an der Wiener Gesamtwirtschaft von 3,1% auf 3,8% auswirkt. Dem steht 2020 eine Halbierung (!) der Wertschöpfung auf 1,71 Mrd. Euro gegenüber (Stadt Wien Wirtschaft, Arbeit und Statistik 2022a, 197). Abgesehen von der Zurückhaltung bei Lokalbesuchen manifestiert sich das Versiegen der Tourismusströme 2020 und auch 2021 in einer massiven Reduktion der Nächtigungen, vom Nächtigungs-Höchststand 17,6 Mio. 2019 auf 4,6 Mio. 2020 und 5 Mio. im Jahr 2021 (Stadt Wien Wirtschaft, Arbeit und Statistik 2022a, 232ff). Gemessen am Indikator „Gästekünfte“ ergibt sich für 2021 mit 2,1 Mio. Ankünften ein Wert von etwas mehr als einem Viertel gegenüber 2019 mit 7,9 Mio. Ankünften. Während die Gästekünfte aus dem Inland 2021 bereits wieder 40% des Wertes von 2019 und jene aus Nachbarländern wie Deutschland oder Italien immerhin 30% erreichten, fehlten weiterhin die Gäste aus Übersee, d.h. aus Asien und Amerika. Gemessen am Umfang von 2019 „riskierten“ aus diesem Gäste-Segment 2021 nur ca. 10% einen Städtetrip nach Wien (ebd., 234). Im statistischen Jahrbuch der Stadt Wien 2022 zeigen sich weiters ein eklatanter Rückgang der Übernachtungen aus internationalen Kongressen (von ca. 1,5 Mio. im Jahr 2018 auf 185.000 in 2021) sowie ferner ein Rückgang um ca. 2.500 Gästezimmer (von 34.300 Zimmern 2019 auf 31.800 in 2021). Das korrespondiert mit einer Schließung (oder Übernahme) von ca. 75 Beherbergungsbetrieben (von 422 in 2019 auf 347 in 2021). Ca. 40 dieser Hotellschließungen fallen in die 3-Stern-Kategorie, ferner mussten etwa 25 4-Stern-Hotels schließen (ebd. 233). Dazu passend attestiert auch die österreichische Hotelier-Vereinigung, dass 16% der Hotels in Wien die Corona-Pandemie nicht überlebt haben, darunter vor allem kleine Familienunternehmen (Standard 11.4.2022, 10).

Aus Bundesländervergleichen zu den Einbußen bei den Nächtigungszahlen geht hervor, dass der Tourismus in Wien (bzw. generell der Städtetourismus) von der Corona-Krise existenzieller betroffen war als in den übrigen Bundesländern (Burton / Ehn-Fragner / Fritz 2022). Aktuelle Nächtigungszahlen für Wien ergeben, dass in den Monaten seit Juni 2022 wieder Werte von 80 bis 85

Prozent im Vergleich zu 2019 erreicht worden sind – und das trotz des Kriegs in der Ukraine, der die Wiederbelebung des Tourismus zweifellos bremst (Kettner 2022).

Was die längerfristige Zukunft anbelangt, gehen (zumindest) die im Mai 2022 befragten ExpertInnen davon aus, dass Gastronomie und Tourismus in Wien mehr oder weniger „unverwüstlich“ sind und auch in den kommenden 10 bzw. 20 Jahren auf einem moderaten Jobwachstumspfad liegen werden, wenngleich der Mittelwert der Schätzungen für die Beschäftigung auch im entfernt liegenden 2040 noch unterhalb des Höchststandes vor der Corona-Pandemie angesiedelt ist (Abbildung 6-2).

Abbildung 6-2: Prognose Branchenbeschäftigung Beherbergung / Gastronomie (<I>) in Wien 2030 u. 2040



Hinweis: ExpertInnen-Schätzung (n=272) vom Mai 2022 auf Basis einer Zeitreihe 2004-2021 lt. Mikrozensus der Statistik Austria; Darstellung der Mittelwerte 2030/2040 sowie der Unsicherheitsintervalle. Die markierte Fläche enthält 88% aller Schätzwerte, d.h., 6% der (Ausreisser-)Schätzungen am oberen und unteren Rand sind nicht mitabgebildet.

Die soziodemografischen Eckdaten gemäß der Abgestimmten Erwerbsstatistik (Tabelle 6-2) ergeben bzw. bestätigen einige Auffälligkeiten dieser Branche in Wien. Sowohl in der Beherbergung und mehr noch in der Gastronomie findet sich ein hoher Anteil an Beschäftigten mit nicht-österreichischer Staatsbürgerschaft (47% bzw. 53%); unter Hinzunahme von österr. StaatsbürgerInnen mit Migrationshintergrund wäre der Anteil wohl noch höher.¹³⁵ Andere Daten belegen, dass (vor Corona) 12% aller nicht-österreichischen, aber nur 4% aller österreichischen Erwerbstätigen in Wien in der Gastronomie und Beherbergung arbeiten. In diesen häufig stressigen Berufsfeldern ist der Altersdurchschnitt deutlich niedriger als am gesamten Wiener Arbeitsmarkt und sind demgemäß 35% aller Branchenbeschäftigten unter 30 Jahre alt.

¹³⁵ Weiter steigen würde der Anteil, wenn auch jene Erwerbstätigen erfasst wären, die keinen festen Wohnsitz in Österreich haben, sondern z.B. als Tages- oder Wochenpendler aus dem angrenzenden Ausland kommen. Diese Gruppen sind weder im Mikrozensus noch in der Abgestimmten Erwerbsstatistik erfasst.

Gegenüber diesen Gemeinsamkeiten ergeben die Daten für Beherbergung und Gastronomie die folgenden Unterschiede: Im Vergleich zu 8% aller Erwerbstätigen mit ausgewiesener Selbständigkeit in der Gastronomie ist Selbständigkeit in Hotels und sonstigen Unterkünften mit 2% wenig verbreitet.¹³⁶ Typische Betriebe bzw. Arbeitsstätten, in denen der Berufsalltag zugebracht wird, sind in der Gastronomie kleinbetrieblich. 83% aller Beschäftigten in der Gastronomie arbeiten in Arbeitsstätten mit weniger als 50 MitarbeiterInnen. Typische Hotelbetriebe sind demgegenüber größer bzw. personalintensiver, und demzufolge finden sich hier etwas mehr als 50% aller Erwerbstätigen in Arbeitsstätten mit mehr als 50 MitarbeiterInnen.

In der Gastronomie in Wien arbeiten mit 56% mehr Männer als Frauen, in der Beherbergung findet sich mit 52% ein leichter Frauenüberhang. Inwiefern dabei (gleichsam kontraintuitiv) Frauen davon profitieren, dass in der Gastronomie nur eine Minderheit von 47% in einem Vollzeitverhältnis tätig ist, hingegen die (vergleichsweise gut planbaren) Tätigkeiten in der Hotel- und Unterkunftsbranche zu drei Viertel im Rahmen von Vollzeitjobs ausgeführt werden, lässt sich ohne vertiefende Branchendaten nicht aufklären. Auffällig ist in der Gastronomie der mit 20% hohe Anteil an geringfügig Erwerbstätigen an allen Erwerbstätigen. Außerdem: In kaum einer Wiener Branche ist das formale Qualifikationslevel der Erwerbstätigen im Durchschnitt so niedrig wie in Beherbergung und Gastronomie. Insgesamt 36% aller Branchenbeschäftigten haben abgesehen von der Pflichtschule keinen Berufs- oder Ausbildungsabschluss (37% in der Gastronomie, 29% in der Beherbergung).

6.3 Corona als Trigger für Wechselbereitschaft und Fachkräftemangel

Eine IFES-Befragung unter Wiener Hotellerie-Beschäftigten vom April 2021 ergab, dass mit 98% nahezu alle Arbeitgeber der befragten Personen Kurzarbeit genutzt hatten (Waldhauser et al. 2021). Ein Drittel der Befragten, die nach wie vor im selben Betrieb wie vor der Krise arbeiteten, waren zwischen März 2020 und April 2021 ein Jahr lang in Kurzarbeit. Darüber hinaus wurden in vielen Unternehmen Urlaubs- oder Zeitguthaben abgebaut (66%) bzw. Kündigungen vorgenommen (62%). Unter den Wiener Hotellerie-Beschäftigten war v.a. die Sorge vor dem Verlust von Einkommen verbreitet, sei dies wegen Arbeitslosigkeit, lange andauernder Kurzarbeit oder aufgrund des Verlusts von Trinkgeld, das insbesondere im Empfang und im Service einen wichtigen Gehaltsbestandteil ausmacht. Die Studie von IFES ergab außerdem, dass 38% der befragten Beschäftigten in der Wiener Hotellerie langfristig einen vollständigen Wechsel aus der Branche anstreben, was den bestehenden Personalmangel verschärfen könnte. Technologische Entwicklungen in der Hotellerie in Richtung Self-Check-in bis hin zum vollständigen „Automatenhotel“ ohne Rezeption bzw. Service sind insofern auch als Vorwegnahme bzw. Kompensation eines absehbar noch zunehmenden Fachkräftemangels zu deuten.

Die Corona-Pandemie mit den verordneten Betriebsschließungen lässt sich insbesondere für Gastronomie- und Tourismusbetriebe, abgeschwächt auch für Teile des Einzelhandels, als Verstärker eines Fachkräftemangels deuten. Obwohl die zunehmende Personalknappheit aufgrund des demografischen Wandels in vielen Branchen bereits lange vorhersehbar gewesen ist (etwa auch im

¹³⁶ Allerdings: In wie vielen Fällen z.B. Airbnb-Vermieter eine dahingehende Tätigkeit als hauptberuflich einstufen bzw. überhaupt bekannt geben, um dann in der Statistik als Selbständige in der Beherbergung verortet zu werden, lässt sich aus den herangezogenen Daten nicht beantworten.

Öffentlichen Dienst), offenbarte erst die Corona-Betroffenheit mit mehreren Lockdowns die Schwere des Problems. Einerseits wechselten viele Beschäftigte aus unattraktiven Stellen oder Branchen in Berufstätigkeiten mit besseren Arbeitsbedingungen, insbesondere mit mehr Chancen auf familienfreundlichere Arbeitszeiten. Diese Bewegung, die erst durch das ungewohnt lange pandemiebedingte Zeitfenster sowie durch die in vielen Ländern erfolgten staatlichen Unterstützungsleistungen wie Kurzarbeit zur Vermeidung von Massenarbeitslosigkeit möglich wurde, hat als „Great Resignation“ im Sinn einer großen Kündigungs- bzw. Abwanderungswelle viel Aufmerksamkeit erfahren. Für die kleinbetrieblich geprägte Gastronomie in Österreich, die spätestens seit dem Wegfall des Arbeitsmarktzugangs für osteuropäische Arbeitskräfte zu einer stark von Arbeitsmigration geprägten Branche geworden ist, kam hinzu, dass viele dieser Arbeitskräfte aus dem benachbarten Ausland ebenfalls von der „Great Resignation“ profitiert haben und in andere Betriebe, Branchen und/oder Länder gewechselt sind.¹³⁷

Mit der Pandemie, außerdem infolge der gestiegenen Energiekosten und Inflation, die von Gastronomie- und Tourismusbetrieben nur anteilig auf die KonsumentInnen überwältzt werden können, ist in nicht wenigen Fällen ein Geschäftsmodell aus Niedriglöhnen, Arbeitsmigration sowie partieller Schwarzarbeit zusammengebrochen. In Branchen wie Gastronomie, Tourismus (oder der Bauwirtschaft) konnten im Zuge der Ostöffnung auch wirtschaftlich schwache, oft kleine Betriebe mit wenig Spielraum bei der Preisgestaltung und geringer Rentabilität einigermaßen überleben. Der schon länger währende Fachkräftemangel konnte über den internationalen Zuzug oftmals kompensiert bzw. konnte die Stilllegung des eigenen Betriebs bis zum Pensionsantritt erfolgreich hinausgezögert werden. Der Prozess, dass so manches Unternehmen aus dem Markt ausscheidet und insofern eine Konsolidierung zugunsten größerer Betriebe – mit dann besseren Arbeitsbedingungen? – zu erwarten ist, wird voraussichtlich noch andauern.

Ein weiterer Effekt, der von Corona zumindest beschleunigt worden ist, betrifft generell „Interaktionsberufe“ mit viel KundInnenkontakt, von Gastronomie und Handel über Pflege/Gesundheit bis zur Polizei oder z.B. Lehrpersonal. Der zum Teil mühsame Umgang mit dem immer „anspruchsvolleren“ Gegenüber (seien dies KonsumentInnen, PatientInnen oder demonstrierende ImpfgegnerInnen u.a.m.) kann irgendwann so demotivierend werden, dass auch und gerade langjährige Fachkräfte ihre Stelle oder sogar das Berufsfeld wechseln möchten. Schon vor dem Phänomen der Corona-Proteste haben sich die negativen Folgen von falsch verstandener Konsumentensouveränität offenbart, die mehr und mehr in populistisches Anspruchsdenken ohne Grundlage kippt (vgl. Amlinger / Nachtwey 2022). Fraglich ist, wie der „Ungeist“ eines übertriebenen Anspruchsdenkens bei zugleich sinkender Ambiguitätstoleranz wieder in die Flasche zurückzubekommen ist. Die Attraktivität von Dienstleistungs- bzw. Interaktionsberufen – mit der Folge von Personalmangel – leidet insofern auch an den Auswüchsen von unfreundlichen KundInnen, KlientInnen oder BürgerInnen; womöglich mehr als an der teilweise unbefriedigenden Entlohnung oder an ungünstigen Arbeitszeiten. In vielen Schilderungen finden sich Hinweise für die Diskrepanz zwischen einer weiterhin ausgeprägten intrinsischen Motivation in Interaktionsberufen und der ungenügenden Einlösbarkeit u.a. aufgrund der Konflikthaftigkeit in Interaktionen.

In der Gastronomie und Hotellerie gab es bereits vor der Pandemie Personal- und Rekrutierungsprobleme. Die ausgeprägte Fluktuation und der Ausstiegswunsch von Beschäftigten werden auf oft

¹³⁷ Medien berichteten österreichweit von ca. 20.000 fehlenden Gastronomie-Beschäftigten 2021, insbesondere wurde nach Küchen-, Service- und Hilfskräften gesucht (vgl. z.B. <https://tirol.orf.at/stories/3124424/>, 5.10.2021).

schwierige Arbeitsbedingungen inkl. einem rauen Umgangston in den Betrieben sowie auf unattraktive Arbeitszeitlagen zurückgeführt. Die Beschäftigten arbeiten oft spätabends sowie am Wochenende, zudem sind geteilte Dienste verbreitet. (VIDA 2021, Krüger / Guhlemann 2018). Eine Masterarbeit an der Universität Wien zeigte, dass Arbeitsbedingungen und Arbeitsklima in der Gastronomie bereits für Lehrlinge sehr belastend sind, und dass die Befragten aufgrund ihrer Arbeitsbedingungen (insbesondere der Arbeitszeiten) einen langfristigen Verbleib in der Gastronomie in Frage stellen, auch wenn sie mit der Tätigkeit an sich zufrieden sind (Reisenzaun 2016). Insofern wird ein Job in der Gastronomie gemäß Daten aus dem Arbeitsklimaindex 2018 von vielen nur als Übergangslösung gesehen, demgegenüber streben 28% (im Vergleich zu 7% im Durchschnitt aller Berufsgruppen) einen Jobwechsel an (AKI 2018).¹³⁸

All das wird beispielsweise in einer AMS-finanzierten Trendstudie zur Zukunft von Tourismus und Freizeitwirtschaft in Österreich bestätigt (Bliem et al. 2022). Die Steigerung der Attraktivität als Arbeitgeber sowie in der Ausbildung sei sowohl auf einzelbetrieblicher Ebene wie für die gesamte Branche ein Gebot der Stunde, um nicht in einen ruinösen Wettbewerb um Fachkräfte (oder auch „nur“ Arbeitskräfte) zu geraten. Auch in dieser Studie wird ein ausführliches „Sündenregister“ aufgelistet, beginnend beim Lehrlingsschwund über fehlende Planbarkeit und Ruhephasen oder den z.T. problematischen Umgang im Miteinander (etwa gegenüber MigrantInnen) bis zur altersgerechten Gestaltung von Tätigkeiten. Erwähnenswert sind ferner drei positive Aspekte: 1. Obwohl auch im Tourismus vielfältige technologische Rationalisierungsmaßnahmen bestehen, sehen die AutoInnen diese interaktionszentrierten Berufsfelder als gut gegen Automatisierung geschützt. 2. In Gastronomie- und Tourismusbetrieben ist die Sorge um die fachlichen Fähigkeiten der eigenen MitarbeiterInnen gering ausgeprägt bzw. man traut dem Personal qualifikatorische Anpassungen grundsätzlich zu. 3. Empfehlenswert sind Ausbildungsverbünde zwischen Betrieben. Erwähnt wird dabei der „Ausbildungsverbund Corona Wien“, der als flexibles Modell zur überbetrieblichen Zusammenarbeit und Fortführung der Ausbildung in Phasen von Betriebsschließungen und Unterauslastung eingerichtet wurde (Bliem et al. 2022, 128).

Box: Magdas Hotel - Hotel mit Sinn fürs Sinnvolle

Wer mit offenen Augen durch die touristische Landschaft geht, stößt in jüngster Zeit häufiger auf einen neuen Typus von Hotel. Dieser Hotel-Typus versteht sich in erster Linie als sozialer Ort, achtet besser auf seine MitarbeiterInnen und gibt sich nicht länger als isolierter touristischer Raum, sondern als integrativer Bestandteil eines Grätzels oder eines Dorfes. Das geschieht nicht aus purem Altruismus. Vielleicht lassen sich dadurch in Zeiten akuten Fachkräftemangels einfacher Menschen finden, die wieder im Tourismus arbeiten wollen. Manche Hoteliers versuchen mit ihren Konzepten aber auch einen für die Zukunft tragfähigeren Tourismus zu finden.

Auf der Suche nach solchen Herbergen stößt man gleich einmal auf Magdas Hotel, das nun in einem ehemaligen Priesterwohnheim in der Ungargasse im dritten Bezirk, Wien-Landstraße, residiert und dort seine Pionierarbeit fortsetzt. Das Wiener Konzepthotel, das die Caritas 2012 für Menschen mit erschwertem Zugang zum Arbeitsmarkt gründete, ist erst kürzlich von seinem alten Zuhause im Prater in die Ungargasse gezogen. Ganz oben an der Fassade prangt ein schnörkelloses christliches Kreuz, ganz unten ein buntes Schaufenster

¹³⁸ Über Auswüchse und selbstverschuldeten Personalmangel in oberösterreichischen Gastronomiebetrieben informiert eine von der AK OÖ beauftragte Studie, die 2022 von Johanna Neuhauser et al. durchgeführt wurde (https://ooe.arbeiterkammer.at/service/presse/Arbeitskraeftemangel_selbst_verschuldet.html)

mit rot-weißer Markise. In seiner neuen Bleibe wirkt Magdas Hotel im zarten Alter von zehn Jahren fast schon erwachsen. Zum Glück eben nur fast.

An der grundsätzlichen Ausrichtung des Hotels hat sich am neuen Standort nichts geändert. Viele anerkannte Geflüchtete aus aller Welt werden hier ausgebildet. Elf Nationen arbeiten im Hotel, auf den Gängen hört man gut 20 Sprachen. Manche der gut 40 Beschäftigten sind nur für wenige Stunden pro Woche im Job, der Nachtportier dagegen ist 72 Jahre alt und arbeitet zwei Nachtschichten pro Woche, weil er Freude daran hat. „Unsere Welt ist in Bewegung, und dieses Hotel ist ein Spiegelbild dafür“, sagt Magdas-Chefin Gabriela Sonneleitner. Sie ist davon überzeugt, dass aufrichtige Freundlichkeit kleinere Ungenauigkeiten im Service immer wettmachen kann. Viele Menschen in einem Hotelbetrieb erforderten eben viel Koordination. „Die meisten aus dem Team kommen aus Ländern, in denen Gastfreundschaft und Respekt einen hohen Stellenwert besitzen“, sagt sie. Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen respektvoll zu behandeln reiche oft trotzdem nicht aus, um qualifizierte Fachkräfte zu finden. „Wir kämpfen genauso mit dem Fachkräftemangel. Wer bei uns arbeitet, muss auch interkulturell empathisch sein. Die Anforderungen sind also noch höher“, erklärt die Hotelchefin.

Im Grätzl verwurzelt fühlt sich das Team von Magdas schon jetzt. Als noch nicht alle Bauarbeiten abgeschlossen waren, sei eine alte Dame immer wieder mit dem Rollator vor der Auslage auf und ab gefahren, mit der vorfreudigen Frage, wann sie hier endlich zu Mittag essen könne. Nun kommt sie ebenso zum Lunch wie andere, die in der Umgebung wohnen oder arbeiten. Für die Landstraßer Bürger habe man extra ein paar Fleischgerichte auf die ursprünglich rein vegetarisch konzipierte Mittagskarte nehmen müssen, erklärt Sonneleitner schmunzelnd. „Unser Ziel ist, das verlängerte Wohnzimmer des Bezirks zu werden“, sagt sie über das neue Magdas.

Quelle: Aumüller 2022, 12

Viele Probleme in der Gastronomie und im Tourismus sind in ähnlicher bzw. abgeschwächter Form auch im Einzelhandel bekannt, vor allem in den tendenziell von Frauen geprägten Tätigkeiten an der Kassa und in der Regalbetreuung: Teilzeitbeschäftigung, unattraktive Arbeitszeiten inkl. Wochenendarbeit, eine eher niedrige Entlohnung, überdurchschnittliche Fluktuation sowie eine Wechselbereitschaft in bessere Jobs dort, wo dies möglich ist (vgl. Schönherr / Zandonella 2020, Schönauer / Stadler 2021, Menz / Nies 2021). Dem stehen einerseits ein großer und aufnahmebereiter Branchenarbeitsmarkt gegenüber sowie durchaus intrinsische Motivationsfaktoren der Arbeitskräfte. Generell üben die Beschäftigten im Einzelhandel ihre Tätigkeit diesen Studien zufolge gern aus. Dabei schätzen sie besonders den Kontakt sowohl zu KundInnen als auch zu KollegInnen. Der oft erlebte starke Zusammenhalt im Team in der Filiale wird besonders positiv hervorgehoben. Einer FORBA-Studie zufolge waren Einzelhandelsbeschäftigte in Niederösterreich je nach Bereich von verschiedenen Folgen der Corona-Pandemie betroffen (Schönauer / Stadler 2021): Im „systemrelevanten“ (offen gehaltenen) Bereich erlebten viele Beschäftigte, v.a. in der Zeit des ersten Lockdowns 2020, eine immense Arbeitsverdichtung und Mehrarbeit – und zudem Unsicherheit mit Blick auf die Infektionsrisiken, solange kaum Schutzmaßnahmen (wie Masken und Plexiglaswände) bzw. Möglichkeiten zur Impfung gegeben waren. In den nicht systemrelevanten, vorübergehend geschlossenen Einzelhandels-Bereichen kam es hingegen zu Kurzarbeit und Kündigungen. Als belastend wurde u.a. die Kontrolle der Einhaltung der Corona-Maßnahmen seitens der KundInnen empfunden. Die Beschäftigten sahen sich in einem Rollenkonflikt zwischen KundInnenorientierung und Maßregelung, teilweise sind sie Beschimpfungen oder Aggressionen ausgesetzt gewesen

(Schönauer / Stadler 2021, 59ff). Neue Services im Zuge der Digitalisierung (z.B. Onlinebestellungen, Self-Checkout-Kassen) erhöhten den Arbeitsaufwand zusätzlich (Schönauer / Stadler 2021, 63f). Durch die Corona-Pandemie haben „systemrelevante“ Berufsgruppen wie KassiererInnen und RegalbetreuerInnen vorübergehend größere Aufmerksamkeit und Wertschätzung erfahren. Dies wurde von den Beschäftigten als positiv wahrgenommen, machte ihnen jedoch auch deutlich, wie schlecht das Image von Einzelhandelsbeschäftigten bis dahin gewesen ist.

6.4 Online-Handel und die Virtualisierung des (Freizeit-)Alltags

Im dritten Kapitel weiter oben wurden Befunde zum Online-Handel aufgelistet, die wir hier nur in geraffter Form nochmals wiedergeben: Der Online-Umsatzanteil am gesamten Einzelhandel in Österreich liegt inzwischen bei mehr als zehn Prozent und variiert zwischen den Sparten, vor allem in Abhängigkeit von der Komplexität des Transports. In Produktgruppen wie Buch/Papier/Zeitschriften, Elektro/Computer/Foto, Bekleidung/Schuhe liegt der Online-Anteil bereits bei 30% oder mehr, dagegen in der relevantesten EH-Sparte Nahrungs- und Genussmittel bislang nur bei 2,5%. Österreichweit lässt sich coronabedingt ein markanter Sprung von 7,2 Mrd. Euro Online-Umsatz im Jahr 2019 auf ca. 8,9 Mrd. Euro im Jahr 2021 registrieren. Amazon ist mit großem Abstand Marktführer, mit der Folge von viel Umsatzabfluss ins Ausland. Interessanterweise sind gerade WienerInnen und hier BewohnerInnen der Innenstadtbezirke 1 bzw. 3 bis 9 besonders affin für Online-Einkäufe (dies ungeachtet der weit besser ausgebauten Infrastruktur als in weniger zentralen Lagen). Parallel zum Leerstand bei Verkaufsflächen in (zweitrangigen) innerstädtischen Einkaufsstraßen wuchern weiterhin die autogerechten Fachmarktzentren am Rand der Städte. Es ist insofern nur die halbe Wahrheit, das Geschäftssterben in Teilen des stationären Handels auf den Online-Handel zurückzuführen.

Die inzwischen gut bekannten technologischen Trends wie der Online-Handel oder auch die verbreiteten Selbstbedienungskassen, wo KundInnen Waren selbst einscannen und dann (möglichst bargeldlos) bezahlen, gelten als Faktoren, die das Personal im stationären Handel ausdünnen. Dahingehende Thesen sind plausibel, ein direkter Beweis dafür ist jedoch schwer zu erbringen, weil die Entwicklung der Beschäftigung im Einzelhandel von mehr als nur technologischen Einflussfaktoren abhängt. Gemessen an Mikrozensus-Daten zur Entwicklung der Erwerbstätigen im Einzelhandel in Wien, die für das letzte Jahrzehnt ein geringfügiges Wachstum von 68.500 (2011) auf 70.500 (2019) signalisieren, ist anzunehmen, dass die Beschäftigung im Einzelhandel ohne das Hindernis des wenig personalintensiven Online-Handels deutlicher zugelegt hätte (etwa angesichts des Bevölkerungswachstums in Wien bzw. im Großraum Wien). Der Online-Handel setzt dem stationären Handel folglich zu und zwingt Geschäftstreibende zu Adaptionen in Form multipler Vertriebswege, war allerdings nicht imstande, den gesamten Beschäftigungsumfang im Wiener Einzelhandel zu verringern, zumindest bis zur Covid19-Pandemie. Das könnte sich in Zukunft ändern, etwa als Konstellation eines anhaltend wachsenden Online-Handels, beschleunigt durch coronabedingte Modifikationen beim Konsumangebot und der Nachfrage sowie infolge des ebenfalls als Corona-Folge zu veranschlagenden Personalmangels u.a.m.

Darüber hinaus sind im großen Arbeitsmarkt Einzelhandel qualitative Beschäftigungsveränderungen als Folge der Diffusion des Online-Handels zu berücksichtigen und nicht allein quantitative Jobverluste (oder -zugewinne). In einer eigenen Studie (Eichmann / Nocker / Adam 2016) ließen

sich Belege zusammentragen, die auf eine absehbare Polarisierungstendenz der Qualifikationsprofile der Beschäftigten im Einzelhandel hinweisen: einerseits in Richtung eines Bedarfs an höherqualifiziertem Personal, das auf Basis von Spezialisierung und Hintergrundwissen KundInnen adäquat beraten kann, andererseits in Richtung Dequalifizierung in der Form, dass die (vergleichsweise guten) Jobs von VerkäuferInnen bzw. von Angestellten in den Geschäften des Einzelhandels zugunsten von wenig attraktiven Tätigkeiten in der Lagerarbeit („Picker“, „Packer“ u.a.m.) bzw. im Zustelldienst verringert werden (vgl. dazu stellvertretend Beiträge in Mayer-Ahuja / Nachtwey 2021 oder eine Literaturanalyse zu Corona-Effekten in diesen Berufen bei Eichmann / Nowak 2022).

In mittelfristiger Perspektive ist zu erwarten, dass nicht nur relevante Teile des Einzelhandels über Online-Vertriebskanäle organisiert werden, sondern ein noch wachsender Anteil der (freien) Zeit gewissermaßen ins Internet abwandert, etwa um das eigene Kontaktnetzwerk über Social-Media-Plattformen zu organisieren. Die Schienen sind bereits gelegt, um darauf aufbauend mit dem eigenen Avatar bzw. digitalen Zwilling u.a.m. viel Zeit im Metaversum zu verbringen, sei dies kommunizierend, konsumierend, spielend oder auf der Suche nach sexueller Stimulation. Anerkennt man – in der Rückschau – den durchschlagenden Erfolg der großen Social-Media-Plattformen wie Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, die viele Millionen Menschen v.a. zwecks Verkauf von Werbung an ihre Plattformen binden können – gesteuert über Algorithmen, die mit Unmengen von UserInnen-Daten gefüttert und dabei bestens über psychologische Mechanismen zur Steigerung der Abhängigkeit informiert sind (Erregung, Emotionalisierung, Polarisierung usw.) –, dann besteht wenig Zweifel daran, dass auch der Sprung in eine weitreichendere Immersion in virtuelle Welten gelingen dürfte; dies zumindest ab dem Zeitpunkt, wo Hard- und Software (etwa AR- oder VR-Brillen)¹³⁹ sowie die Rechnerleistung und Datenübertragungskapazität auf dem benötigten Level sind. Dass die mit Milliardenaufwand vorangetriebene Metaversum-Vision von Facebook-Gründer Mark Zuckerberg vorläufig einen Dämpfer erlitten hat,¹⁴⁰ sollte nicht darüber hinwegtäuschen, dass es die Verfasstheit der Gegenwartsgesellschaften selbst ist, die zur Entwicklung in diese Richtung führt: Individualisierung, Heterogenisierung, distanzierte Beziehungen, Bequemlichkeit, Eskapismus (etwa angesichts der kaum lösbar erscheinenden Klimakrise) u.a.m. Außerdem: Ist es nicht naheliegend, auch in der Freizeit viel Zeit in medialen bzw. virtuellen Welten des Internets zu verbringen, nachdem man dafür in Kindheit und Jugend, in der Ausbildung und auch in der Berufstätigkeit darauf trainiert worden ist?

Sucht man nach Belegen für das Voranschreiten von Anwendungen in Richtung Metaversum im Consumer-Kontext, landet man bei Beispielen wie 3D-Modellen z.B. für Möbel-Angebote, die mittels QR-Code am Smartphone zugänglich gemacht werden können. Nachdem ein Webbrowser Zugriff auf die Smartphone-Kamera erhalten hat, lässt sich eine digitale Kopie des Objekts in der betrachteten Umgebung, d.h. in der eigenen Wohnung, visualisieren. Der nächste Schritt ist die Visualisierungen mittels AR-Brille, um auf das in dieser Hinsicht eher unpraktische Smartphone verzichten zu können. Für solche Anwendungen werde gegenwärtig viel in Forschung und Entwicklung investiert (Retail 4/2022, 48f).¹⁴¹ Eher ernüchternd sind demgegenüber Befragungsergebnisse von

¹³⁹ Augmented Reality – Erweiterung der physischen Welt durch virtuelle Elemente wie der Einblendung von Informationen oder grafischen Darstellungen; Virtual Reality – virtuelle Umgebung, die in sich geschlossen ist und nicht zwingend die physische Welt einbezieht

¹⁴⁰ <https://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/facebook-mutter-meta-das-metaversum-verschlingt-milliarden-in-der-bilanz-a-b63238b7-c038-4b86-a12b-32d87a0152b7>

¹⁴¹ https://issuu.com/handelsverband_austria/docs/retail_2022-04

MindTake aus 2022 für den österreichischen Handelsverband zum Thema Metaversum als zukünftiges Feld der Unterhaltungsindustrie. Nur bei ca. 20% aller Befragten ist eine ungefähre Kenntnis dieses Konzepts vorhanden, bei jungen Menschen unter 27 Jahren fühlen sich zumindest 34% gut über Metaverse-Anwendungen informiert. Wenig überraschend sind es auch junge Menschen, die sich mit 53% mehrheitlich vorstellen können, in Zukunft in Metaverse-Umgebungen aktiv zu sein, sei dies für virtuelle Treffen mit Freunden (47%), virtuelle Live-Events wie Konzerte (41%), virtuelles Shopping (36%), virtuelle Reisen (29%) oder virtuelle Ausstellungen (29%). In der Zielgruppe der unter 27-Jährigen geht ferner ungefähr die Hälfte davon aus, dass sich Metaverse-Anwendungen in den kommenden zehn Jahren im Handel breitflächig durchsetzen werden (Retail 4/2022, 42-43).¹⁴²

Ein möglicher Denkfehler liegt allerdings darin, erst auf zukünftige technologische Applikationen zu warten, um bestimmte Szenarien (oder Dystopien) als verwirklicht zu sehen, während faktisch schon heute enorm viel Zeit mit vergleichbaren Anwendungen verbracht wird, etwa mit Multiplayer-Spielen im Internet (vgl. z.B. das Beispiel der südkoreanischen Metaverse-Plattform Zepeto in Kapitel 3). Ein anderes Beispiel: In einem Bericht der Tageszeitung Standard zur Dating-App Tinder wurden zwei UserInnen befragt, die jeweils bekunden, täglich an die zwei Stunden zu „swipen“, womit gemäß Google Folgendes gemeint ist: „Ein Blick auf ein Foto und ein Wisch über das Display entscheiden, ob wir jemanden kennenlernen oder nicht. Die Entscheidung fällt intuitiv. Ein Match entsteht dann, wenn zwei Personen nach rechts wischen“. Dass dabei emotionale Achterbahnfahrten beständige Begleiter sind, dürfte nicht überraschen. „Wenn Onlinedating so mühsam ist, die Erfolgchancen gering sind und man ständig verletzt wird, warum machen es dann so viele? ‚Es ist alternativlos‘, sind sich Hanna und Andreas einig. Der Job, die Hobbys und der Freundeskreis sind gefestigt. Für Menschen mit stressigem Alltag sei es die einzige Möglichkeit, neue Menschen kennenzulernen. Und: Die Apps können abhängig machen. Matches aktivieren, ebenso wie Likes auf sozialen Medien, das Belohnungszentrum im Gehirn. Man will immer mehr davon“ (Standard 24.12.2022, 11). Gemäß der Sozialpsychologin Johanna Degen, die jahrelang zum Phänomen Tinder in Deutschland geforscht hat, würden im Schnitt hunderte Swipes pro Sitzung aneinandergereiht; ab 100 zahle man als einer der 11 Millionen von weltweit insgesamt 75 Millionen Tinder-UserInnen. Neuropsychologisch handle es sich beim Swipen und beim Matching um Gamification, das führe zum Ausstoß von Dopamin und Adrenalin, einer kurzfristigen Belohnung im Gehirn.¹⁴³ Degen referiert weiters Daten, wonach allein in Deutschland drei Millionen NutzerInnen auf Tinder aktiv seien, übrigens in allen Altersgruppen. Vor allem aber: „56 Prozent aller Beziehungen, die hierzulande in den vergangenen fünf Jahren entstanden sind, kommen aus dem Online-Dating – 76 Prozent davon durch Tinder. Das ist gigantisch“ (brand eins 1/2023, 102). Degen zufolge verbringen NutzerInnen von Dating-Apps im Durchschnitt täglich ca. 90 Minuten damit zu. Die verlorene Zeit lasse sich – übrigens zulasten von Handel und Gastronomie – wieder gutmachen, weil Dating-Apps erstens ein Shopping-Erlebnis vermitteln, auf das anderweitig verzichtet werden kann. Zweitens lasse sich viel Zeit einsparen, die man ansonsten darauf verwende, sich die Nächte in Bars um die Ohren zu schlagen – auf der Suche nach einem/einer potenziellen PartnerIn.

¹⁴² https://issuu.com/handelsverband_austria/docs/retail_2022-04

¹⁴³ Die Empfehlung der Sozialpsychologin: „Nur ein Swipe pro Woche! Mehr nicht! Ich würde die Geschwindigkeit rausnehmen.“ (ebd.)

6.5 Nachfrageseitige Faktoren: KonsumentInnen, Kaufkraft, Konsumpräferenzen

Gegenüber technologischen Entwicklungen wie online Einkaufen oder Dynamiken im Arbeitskräfteangebot in Handel, Gastronomie und Hotellerie (bzw. der Freizeitwirtschaft) diskutieren wir in einem kurzen Argumentationsgang Tendenzen entlang nachfrageseitiger Einflussfaktoren. Mit welchen Trends ist in Hinblick auf die Entwicklung der KonsumentInnen sowie auf deren Kaufkraft und Konsumpräferenzen zu rechnen?

Vorneweg: Zumindest innerhalb der nächsten zwanzig Jahre werden weder der Online-Handel noch virtuelle Social-Media- oder Metaverse-Einkaufswelten imstande sein, die stationären Geschäfte im Handel und in der Gastronomie signifikant zu verdrängen. Vielmehr bleibt das Konsumenten- bzw. Gästeaufkommen an physischen Orten weiterhin maßgeblich für die Wertschöpfung und Arbeitsplätze in diesen Branchen. Ohne hier Detailanalysen auszubreiten, lassen sich für Handel, Gastronomie und Hotellerie drei Gruppen von KonsumentInnen unterscheiden: die Wohnbevölkerung, die Arbeitsbevölkerung und (v.a. internationale) BesucherInnen bzw. TouristInnen.

Mit Bezug auf die Entwicklung der Wohnbevölkerung wächst Wien den Prognosen zufolge weiter, weshalb daraus sowohl für den Handel als auch für die Gastronomie Wachstumsimpulse abzuleiten sind. Wie erwähnt, knabbern Phänomene wie der Online-Handel am Wachstumspotenzial, bringen es aber nicht zum Erliegen. Differenzierte Perspektiven auf einzelne Segmente mögen das Bild etwas modifizieren, verändern es aber nicht grundsätzlich. Nachfolgend nur einige Beispiele für die Vielzahl an Konstellationen für mehr oder weniger Konsumausgaben am Standort Wien: Ein noch steigender Migrationsanteil führt zu unterproportionalen Konsumausgaben, weil „sich eine Existenz aufbauen“ zur Sparneigung disponiert oder weil man Verwandte in der alten Heimat unterstützt – oder zu überproportionalem Konsum, weil bei einem geringen sozioökonomischen Status ohnehin wenig Mittel zum Sparen übrig bzw. manche Perspektiven außer Reichweite bleiben. Ein noch steigender Anteil älterer Menschen führt – abgesehen vom sinkenden Einkommen in der Pension – zu überproportionalem Konsum, um den Lebensabend zu genießen oder weil Sparsamkeit mangels Nachkommen wenig bringt – oder zu unterproportionalem Konsum, weil man die eigenen Kinder und Enkel unterstützen möchte. Ein weiter steigender Anteil an Singlehaushalten führt (gegenüber größeren Haushalten) zu überproportionalem Konsum, etwa für die Wohnungseinrichtung - oder zu unterproportionalem Konsum, weil Investitionen erst in Zukunft erfolgen u.a.m.

Wenn es dagegen um die Entwicklung der Arbeitsbevölkerung in Wien geht – und dann insbesondere die ca. 270.000 EinpendlerInnen ins Auge gefasst werden –, dann fallen die Einschätzungen zur Stabilität auch dieses Konsumpotenzials für den Handel und die Gastronomie etwas weniger optimistisch aus. Wenn ein Teil dieses berufsbezogenen (oder studentischen) Potenzials an KonsumentInnen ausbleibt, weil Homeoffice (zumindest) an mehreren Wochentagen auch nach der Zeit der Corona-Pandemie weiterhin praktiziert wird, kommt sowohl der Tagesgastronomie als auch dem Einzelhandel ein gewisser Teil des bisherigen Publikums abhanden. Zwar mangelt es an belastbaren Befunden für dahingehende Veränderungen einerseits in den Städten und andererseits in den sie umgebenden Einpendler-Regionen. Dennoch lassen sich vage Anhaltspunkte heranziehen. Im dritten Kapitel weiter oben wurde anhand von Google-Mobilitätsdaten zu Veränderungen der Aufenthaltsfrequenz vor und nach Corona in bestimmten Bereichen wie Gastronomie oder Ar-

beitsstätten dargestellt, dass Wien etwas an Frequenz verloren hat, wohingegen sich im Burgenland und in Niederösterreich gleichsam spiegelbildlich etwas mehr „abspielt“ als in der Zeit vor Corona.¹⁴⁴

Bei den Touristenströmen – bzw. deren Ausbleiben in der Zeit der Corona-Pandemie – zeigt sich nicht nur deren große Bedeutung für Hotellerie, Gastronomie und auch den Handel in Wien, sondern darüber hinaus auch z.B. für die Kulturwirtschaft, insbesondere für die Museen und Musiktheaterbühnen. In einer Studie aus 2020 bezifferte das WIFO den geschätzten wirtschaftlichen Schaden der Covid-19-Pandemie für eine weit definierte Kultur- und Kreativwirtschaft in Österreich im Kalenderjahr 2020 mit ca. 1,5 bis 2 Mrd. Euro, was ca. einem Viertel der Wertschöpfung in diesem Sektor entsprechen würde. Analog zur Größe seines Kultursektors fällt die Hälfte der 2020 prognostizierten Einbußen auf Wien (Pitlik et al. 2020). Rückblickende Schätzungen Anfang 2022 gehen davon aus, dass die Bereiche Kunst, Kultur und Unterhaltung durch die diversen Schließungen sowie die ausgebliebenen Touristenströme besonders betroffen waren – nach der Beherbergung und Gastronomie, mit einem Einbruch von ca. 20% des Umsatzvolumens 2020/21 gegenüber den Jahren vor Corona.¹⁴⁵ Dass vor allem große „Kunsttanker“ wie Museen, Opernhäuser oder Konzertbühnen einen Gutteil ihrer BesucherInnen dem Tourismus verdanken bzw. sich darauf spezialisiert haben (hier vor allem die Bundestheater und Bundesmuseen, mit Touristenanteilen bis zu drei Viertel der BesucherInnen), offenbart die Abhängigkeit von einem prosperierenden internationalen Städtetourismus.

Unabhängig von Umfang und Dynamik bei der Wohn- und Arbeitsbevölkerung bzw. im Tourismus spielt die zukünftige Kaufkraft eine zentrale Rolle für den privaten Konsum. Spätestens seit Corona ist offenkundig, dass eine lineare Fortschreibung des Status Quo keineswegs der einzig mögliche Pfad ist, sondern dass Krisen wie Corona, Kriege oder eine hohe Inflation rasch zu wirtschaftlichen Erschütterungen führen. Ebenso offenkundig war allerdings, dass die Regierungen in den entwickelten Volkswirtschaften enorme finanzielle Mittel aufbringen, um die ökonomische (und politische) Lage zu stabilisieren bzw. Massenarbeitslosigkeit abzuwenden. Insofern ist für Wien bzw. Österreich auch im Fall von zukünftigen Wirtschaftskrisen mit erheblichen öffentlichen Unterstützungs- und Konjunkturbelebungsprogrammen zur Stabilisierung von Unternehmen und Arbeitsplätzen bzw. für maßgebliche Branchen wie den Bau oder den Handel zu rechnen – und zwar auch dann, wenn das künftige Generationen massiv belasten könnte.¹⁴⁶

Wäre demgegenüber mit einem längerfristigen Degrowth-Szenario zu rechnen (mehr im Modus „by disaster“ als „by design“), hätte das selbstredend massive Auswirkungen auf Konsumbranchen wie Handel und Gastronomie. Auch unabhängig von signifikanten Veränderungen des gesamtgesellschaftlichen Wohlstandsniveaus (nach unten) spielt die Verteilung des vorhandenen Kuchens eine maßgebliche Rolle. Kurz durchexerziert z.B. anhand unterschiedlicher Szenarien mit dem Gini-Koeffizienten, einem Maß für die Ungleichheit bei den Einkommen bzw. den Vermögen: Ein steigender

¹⁴⁴ <https://www.google.com/covid19/mobility/> (zuletzt abgerufen 4.1.2023)

¹⁴⁵ <https://www.derstandard.at/story/2000133673484/wie-oesterreich-corona-hilfen-mit-der-giesskanne-ausschuetete> (27.2.2022)

¹⁴⁶ Eine langfristige Budgetprognose des österr. Finanzministeriums ergibt, dass im Jahr 2060 bereits über 62% der gesamten Staatsausgaben für Pensionen, Pflege, Gesundheit oder Bildung ausgegeben werden. Ein strukturell größer werdendes Budgetdefizit hat auch Auswirkungen auf die Staatsverschuldung. „Die Schuldenquote steht 2028, also relativ früh im Prognosezeitraum, bereits an ihrem tiefsten Punkt bei 72,6 Prozent des BIPs, steigt ab dann bis 2040 auf 81,8 Prozent, bis 2050 auf 99,6 Prozent und bis 2060 auf 120,8 Prozent des BIPs an.“ (Quelle: <https://orf.at/stories/3300242/>, Bericht vom 5.1.2023)

bzw. stark steigender Gini-Koeffizient, demzufolge ein noch höherer Anteil des Volkseinkommens immer weniger Menschen zufließt, wäre nachteilig für die Konsumbranchen, weil Kapitaleinkommen erstens weniger konsumorientiert und zweitens leicht woanders investiert werden können, nämlich auf internationalen Finanzmärkten. Eine Verringerung des Gini-Koeffizienten, d.h. mehr Gleichheit etwa bei den Einkommen, würde sich – unter sonst identen Bedingungen, d.h. bei Aufrechterhaltung einer „Konsumgesellschaft“ (gegenüber „downshifting“ etc.) – positiv auf die Konsumbranchen auswirken, weil untere soziale Schichten bekanntlich höhere Anteile ihres Einkommens für den lebensnotwendigen Konsum aufbringen müssen.

Ein weiterer Aspekt im Kontext möglichen Veränderungen in Handel und Gastronomie ist der Wandel von Konsumpräferenzen. Zunächst ist es ebenso trivial wie komplex, dass sich die Präferenzen der KonsumentInnen permanent ändern – dies allein schon deshalb, weil eine beständige Veränderung des Angebots inklusive Werbung dazu maßgeblich beiträgt. Geht man mit Bezug auf den Wandel von Präferenzen wieder von der Differenzierung „by design“ (freiwillig) vs. „by disaster“ (unfreiwillig) aus, geraten Szenarien in den Fokus, welche die hier untersuchten Branchen zumindest mittelfristig markant verändern könnten. Beispielsweise geraten Personen bzw. Familien, die von Armut bzw. von Einkommensverlusten betroffen sind, relativ rasch in existenzielle Mangellagen. Das signalisiert etwa die vermehrte Inanspruchnahme von Sozialmärkten auch in Österreich, und das nicht erst seit dem Einschnitt infolge der Corona-Pandemie. Nach Holweg und Lienbacher (2022, 393) werden gegenwärtig rund 85 Sozialmärkte in Österreich betrieben, die Waren entgeltlos von den mit ihnen kooperierenden Hersteller- und Handelsunternehmen beziehen (z.B. knapp vor Ablauf des Mindesthaltbarkeitsdatums) und sie bei ca. 30% des üblichen Verbraucherpreises an finanziell schwache Personengruppen verkaufen.

In reichen Ländern wie den USA wurde vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie ein Revival des Barter-Tauschs festgestellt (Peer-to-Peer-Tausch ohne gesetzlich gültige Zahlungsmittel). Ohne auf die Schutzleistungen eines ausgebauten Wohlfahrtsstaatssystems wie in Österreich zurückgreifen zu können, sind die negativen Folgen von abrupter Arbeitslosigkeit in anderen Ländern existenzieller ausgefallen und waren in der Zeit des Lockdowns beispielsweise ungefähr ein Fünftel der BewohnerInnen der „Global City“ New York von ernsthafter Ernährungsunsicherheit betroffen. Gerade in Zeiten fehlender Einkommen und Ersparnisse gewinnt der Naturalientausch wieder an Bedeutung, was eigentlich nicht überraschend ist.¹⁴⁷

Andererseits finden sich mehr und mehr Personengruppen, die entweder aktiv mit der Verringerung des eigenen Konsums befasst sind (vgl. hier Studien entlang von Begriffen wie Minimalismus oder „voluntary simplicity“, z.B. Martin-Woodhead 2022, Peyer et al. 2017, Ziesemer et al. 2021), oder die sich mit anderen zusammenschließen, um im Rahmen von Sharing-Plattformen, Tauschsystemen, Baugruppen, FoodCoops, Initiativen gegen Lebensmittelverschwendung oder Genossenschaftsgründungen zum Aufbau alternativer Supermärkte (wie z.B. Mila in Wien Ottakring¹⁴⁸) finanzielle und auch materielle Ressourcen einzusparen. (Fallstudien zu alternativökonomischen Betrieben in Wien finden sich z.B. bei Jonas 2022, Eichmann / Adam / Fraundorfer / Stadler 2021 sowie

¹⁴⁷ <https://www.nytimes.com/2020/08/03/smarter-living/coronavirus-how-to-trade-barter.html?auth=login-google>,
<https://www.eater.com/21408710/how-mutual-aid-groups-plan-to-fight-food-insecurity-post-pandemic>,
<https://www.iscripts.com/blog/15-most-popular-barter-exchange-networks/>

¹⁴⁸ <https://www.mila.wien/de/>

auch im Anhang dieses Berichts). Es ist schwer abschätzbar, mit wieviel Schrumpfung der konventionelle stationäre Einzelhandel rechnen müsste, wenn sich solche tendenziell konsumkritischen Initiativen breiter durchsetzen würden.

6.6 Auswirkungen von Umwelt- und Klimawandel auf Tourismus und Handel

Die möglichen Einflüsse des Klimawandels sowie von mehr Umwelt- und Klimaschutz auf den Handel, die Gastronomie und den Tourismus in Wien sind vielfältig und nicht auf einen Nenner zu bringen. Der Schwerpunkt der einschlägigen Studien ist in Alpenländern wie Österreich (aus guten Gründen) auf den Wintertourismus fokussiert und weniger auf die Entwicklung in den Städten (vgl. z.B. Steiger et al 2020, Pröbstl-Haider et al. 2021, Smetschka / Wiedehofer 2023, Brunner 2021, Dworak et al. 2022).¹⁴⁹ Sofern auch der Städtetourismus mitthematisiert wird, hat sich die Perspektive in den letzten Jahren verändert, von Themen wie „Overtourism“ auf Bedingungen eines (nachhaltigen) Post-Corona-Revivals (z.B. UNWTO 2018, Jäggi 2021).¹⁵⁰ Abgesehen von der Prognose, wonach die abnehmende Schneesicherheit in den Alpen den österreichischen Skitourismus insbesondere in den Lagen unter 1000 bis 1500 Metern Seehöhe empfindlich treffen wird, sind klimawandelbedingte Schlussfolgerungen für Wien, die entweder auf eine sinkende oder steigende Beschäftigung im Tourismus sowie im Handel hinauslaufen, nicht leicht zu haben. Sofern die Auswirkungen von mit Corona vergleichbaren zukünftigen Pandemien nicht unmittelbar als ökologische Krise gedeutet werden, dürften die Wirkungen von Umwelt- und Klimaveränderungen auf die hier analysierten Branchen eher indirekter Natur sein – und ist für Wien sowohl mit Vorteilen als auch Nachteilen zu rechnen. Zu denken ist an die Anpassung der touristischen Angebote, wenn es wärmer wird; weiters an höhere Preise z.B. für den Flugverkehr sowie an unterschiedliche regulatorische Maßnahmen, um umweltschädigendes Verhalten einzudämmen; an die fehlende Kaufkraft von KonsumentInnen *und* geringe Attraktivität für TouristInnen, wenn z.B. eine Region an den Folgen von lokalen Extremwetterereignissen laboriert; oder an das Verbot der touristischen Nutzung größerer Gebiete, die als strikte Schutzzonen ausgewiesen werden u.a.m.

Im Anschluss deuten wir beispielhaft einige Szenarien an, die sich darin unterscheiden, ob es sich für Tourismus und Handel um kaum beeinflussbare exogene Faktoren handelt, auf die sich die gesamte Branche einzustellen hat, oder eher um gestaltbare Wettbewerbsfaktoren (Öko-Tourismus, Handel mit Bio-Produkten), entlang derer sich die Branchenakteure unterschiedlich positionieren.

Auswirkungen von milderem Wintern auf den Städtetourismus: Ein Teil der nationalen und internationalen Wintertouristen wird mangels Schneesicherheit in den niedriger gelegenen Urlaubsdestinationen seltener Skiurlaub machen, zudem wird das Interesse daran in Ostösterreich zurückgehen, etwa deshalb, weil Schulsikikurse, die distanz- und kostenbedingt eher in Mariazell oder in Radstadt als in Sölden stattfinden, öfter ausfallen bzw. seltener werden. Weil die Aufrechterhaltung

¹⁴⁹ Zahlreiche Materialien und Studien zu Tourismus-Themen finden sich auf der Website des Bundesministeriums für Arbeit und Wirtschaft, z.B. Klimawandel und Tourismus (www.bmaw.gv.at/Themen/Tourismus/tourismuspolitische-themen/nachhaltige-entwicklung/klimawandel.html) oder Nachhaltige Entwicklung (www.bmaw.gv.at/Themen/Tourismus/tourismuspolitische-themen/nachhaltige-entwicklung.html)

¹⁵⁰ Interessante Szenarien zur Zukunft des Städtetourismus in Bayern liefern die Websites <https://bzt.bayern/jahresdi-aloge-2022-2-klimawandel-staedtetourismus/> sowie <https://bzt.bayern/szenarien-staedtetourismus-bayern/>

der touristischen Infrastruktur auch in den höher gelegenen Wintersportorten immer teurer wird, ist der Skiurlaub in Zukunft einer schrumpfenden Gruppe von EnthusiastInnen und BesserverdienerInnen vorbehalten, so wie heute schon in den USA. Während daraus nicht abzuleiten ist, dass ehemalige Wintersporturlauber ihr diesbezügliches Budget in Zukunft eins zu eins in den Städte-tourismus transferieren, erscheint die Annahme eines zusätzlichen Winter-Städtetrips anstatt des Aufenthalts in einem Wintersportort für einen Teil der internationalen TouristInnen nicht unplausibel, bis hin zu Kombiangeboten, je nach Wetterbedingungen. Freilich verändern sich durch den Klimawandel nicht nur die Wintertemperaturen, sondern auch jene im Sommer, mit immer mehr Hitzetagen in der Stadt und insofern möglichen Einbußen im Sommertourismus. Einer Prognose aus 2019 zufolge wird Wien im Jahr 2050 im heißesten Monat Temperaturen wie heute Skopje in Mazedonien aufweisen.¹⁵¹ Allerdings könnte die Hitze dem Städtetourismus z.B. in Rom oder in Barcelona noch mehr zusetzen und Wien könnte eventuell sogar profitieren – ironisch ausgedrückt am Slogan: „Bei uns hat es nie mehr als 40 Grad...“ In einer etwas saloppen Schlussfolgerung lässt sich vermuten, dass in Wien ein etwaiger hitzebedingter Rückgang der Touristenströme im Sommer durch ein vermehrtes Aufkommen in den restlichen Jahreszeiten kompensiert werden kann, etwa seitens älterer BesucherInnen, für die ein Hitzeurlaub in Mittel- oder Südeuropa unattraktiv bzw. ungesund ist. Beispielsweise ergeben Zahlen zum Tourismus in Wien im Jahr 2019, dass der Dezember nach dem August der Monat mit den meisten Nächtigungen war.¹⁵² Unter anderem sind die vielen Weihnachtsstände und Christkindmärkte als touristische Attraktionen in Wien gleichsam Ausdruck einer dahingehenden Strategie, detto Initiativen wie der Silvesterpfad u.a.m. Unabhängig vom Klimawandel dürfte der touristische Wert gerade von historischen Residenzstädten wie Wien, wo sich die innere Stadt zugleich als riesiges Museum verstehen lässt und entsprechend vermarktet wird, in Zukunft noch steigen.

Flugreisen (sowie der Schifffahrtstourismus) werden teurer: Fluggesellschaften in Europa werden im Kampf gegen den Klimawandel künftig stärker für ihre Treibhausgase zur Kasse gebeten. „Allein durch die Abschaffung der kostenlosen CO₂-Zertifikate rechnet der internationale Airlineverband IATA damit, dass sich die Klima-Kosten bis 2025 auf fünf Milliarden Euro verfünffachen. Dazu kommt eine verpflichtende Quote zur Beimischung nachhaltigen und derzeit noch sehr teuren Treibstoffs (Sustainable Aviation Fuels SAF). Ab 2025 soll eine Beimischungsquote von zwei Prozent gelten, 2030 sollen es fünf oder sechs Prozent werden, bis 2050 sind zwischen 63 und 85 Prozent geplant. Für die Branche ist klar, dass sie all das über höhere Ticketpreise wird weitergeben müssen“ (Der Standard, 5.1.2023, 10). Die Folge der steigenden Preise für (Langstrecken-)Flüge könnte sein, dass TouristInnen aus Asien und Amerika, die in Wien ca. ein Viertel aller Nächtigungen buchen, seltener nach Europa kommen. Zugleich wären dann auch europäische TouristInnen weniger oft in weit entfernten Destinationen auf Urlaub. Das könnte mit mehr Regionalbezug korrespondieren, wie etwa die Gruppenreise mit dem Rad von Wien nach Triest, begleitet von einem komfortablen Shuttledienst u.a.m. Auch unter der Annahme einer Steigerung der Transportkosten für den Personenverkehr spricht viel für die These, dass sich Menschen bzw. Mittelschichtangehörige in den Ländern, in denen Reisen erlaubt ist, die einmal „errungene“ Reisefreiheit bzw. allgemeiner die Mobilität nicht so leicht wieder wegnehmen lassen (vgl. Khanna 2021). Realistischer ist, dass deutlich steigende Preise gerade für Urlaubsflüge in Kauf genommen werden, dies zulasten anderer Konsumausgaben. Dazu passt der von Smetschka / Wiedenhofer (2023) referierte

¹⁵¹ Studie der ETH Zürich, zitiert in: <https://orf.at/stories/3129860/>

¹⁵² <https://b2b.wien.info/de/statistik/daten/ankuenfte-naechtigungen-339102>

Befund, wonach klimafreundliches Alltagsverhalten im Urlaub teilweise zugunsten einer „Was kostet die Welt“-Haltung „pausiert“ werde, weil gerade in dieser Zeit „Urlaub“ von der Alltagsdisziplin gesucht werde. Ohnehin liegt die Hauptproblematik von Klimaschutz im Kontext von Tourismus in der Beschleunigung und Intensivierung des Urlaubs, mit einer kürzeren Aufenthaltsdauer, dafür mit häufigeren Reisen. Sanfter Tourismus ist wohl das Gegenteil davon.

E-Tankstellen vergrößern die Bedeutung der Fachmärkte in den Durchzugsstraßen zulasten der Innenstädte: Nachdem der Abschied vom Verbrennungsmotor durch EU-Regulierungen langsam Wirklichkeit wird, steigt, unter den Bedingungen eines anhaltend intensiven motorisierten Individualverkehrs (bzw. gegenüber mehr Fahrten mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder Carsharing), die Relevanz von E-Ladestationen massiv an. Ungeachtet der Innovationen zur Verkürzung der Ladezeit dauert das Aufladen eines Fahrzeugs mit Strom länger als das Tanken mit Benzin oder Diesel. Auch bei einem ausgebauten Netz an Schnellladestationen (und ausreichend Strom) dürfte die Marke von 30 Minuten für die weitgehende Aufladung eines PKW-Elektromotors nicht so rasch unterschritten werden. Auch deshalb ist mit vielen E-Ladestationen in der eigenen Garage oder dem Firmenparkplatz zu rechnen, weil hier wenig Zeit durch das E-Tanken verloren geht. Mehr Ladezeit pro Fahrzeug bei einer gleichbleibenden PKW-bzw. LKW-Dichte verlangt ungeachtet dessen mehr E-Tankstellen im öffentlichen Raum als heute, wobei analog zu Parkgaragen in die Höhe und/oder in die Breite gebaut werden kann. Von dieser Entwicklung könnten besonders „Nicht-Orte“ (Marc Augé) wie „autogerechte“ Fachmarktzentren profitieren, um die herum bereits heute ein ausgebautes Parkplatzangebot vorhanden ist, zumal die längeren Wartezeiten gut mit dem Einkauf bzw. einem Gastronomiebesuch überbrückt werden können. Folglich könnte eintreten, dass die von vielen ExpertInnen kritisierte Ausdünnung der Einkaufsflächen in den innerstädtischen Lagen im Fall der breiten Durchsetzung von E-Mobilität noch zusätzlich zum Verlust der Attraktivität von innerstädtischen Einkaufsstraßen beiträgt, zugunsten des Wucherns der Fachmarktzentren an den Durchzugsstraßen.

Umweltfreundlichere Produkte, Verfahren und Infrastrukturen: Biologische Lebensmittel, regionale Produkte (geringere Transportkosten) sowie weniger Verpackung bzw. mehr Recycling sind Beispiele für die Vielzahl an Möglichkeiten, um den Konsum umweltverträglicher zu gestalten. Ein weiteres Handlungsfeld sind Events aller Art, bis hin zu mehrtägigen Großveranstaltungen – und wie dort möglichst wenig Müll anfällt bzw. CO₂ emittiert wird (Burton et al. 2021). Aus der Sicht des Arbeitsmarkts dürften die Potenziale eines nachhaltigeren Konsums, abgesehen vom Wandel bei nachgefragten Produktgruppen (z.B. weniger Kfz-Handel und Reparatur, mehr Fahrradhandel und Reparatur) eher bei den vor- und nachgelagerten Wertschöpfungsstufen (z.B. Bio-Landwirtschaft, emissionsarme und kleinteiligere Produktion, Reparatur und Wiederverwertung, auch Reinigung) als im Handel oder der Gastronomie selbst liegen. Der Handel oder die gastronomische Versorgung mit umweltfreundlichen und damit komplexeren Produkten und Verfahren benötigt nicht unbedingt mehr, dafür aber fachkundigeres bzw. besser ausgebildetes Personal, was wiederum attraktivere Arbeitsplätze nach sich ziehen dürfte als in den konventionellen Teilen dieser Branchen.

Geht es um klimafreundliche Infrastrukturen im „Green Tourism“, von der Anreise mit dem öffentlichen Verkehr anstatt mit Auto oder Flugzeug bis hin zum material- und energieeffizienten Bau und Betreiben eines Hotels, plus Verköstigung mit Bio- bzw. weniger Fleischprodukten, Vermeidung von Abfall, Verwendung ökologischer Reinigungsmittel u.a.m., dann attestieren ExpertInnen, dass in Österreich wie vermutlich überall sonst noch viel Luft nach oben vorhanden sei. Zwar sind im Jahr

2022 von den rund 400 Hotels in Wien laut Wien-Tourismus ca. 60 mit dem österreichischen Umweltzeichen oder einer vergleichbaren Auszeichnung zertifiziert und tragen insgesamt 130 touristische Betriebe in Wien solche Zertifikate (neben Unterkünften auch Gastronomie oder Museen).¹⁵³ Doch abgesehen von Pilotbetrieben wie dem Boutiquehotel Stadthalle (oder einigen Referenzbeispielen in den Bundesländern) sei Nachhaltigkeit in der Breite der Tourismusbetriebe noch kaum angekommen. „Nachhaltigkeit spielt in den wenigsten Betrieben eine ernsthafte Rolle“, findet etwa Harald Friedl von der Tourismus-Fachhochschule Joanneum.¹⁵⁴ Ein wesentlicher Grund dafür sei, dass Nachhaltigkeit in den Lehrplänen der meisten Tourismusschulen kaum vorkomme. Rasches Umdenken sei notwendig.

Damit der Tourismus insgesamt nachhaltiger wird, muss vor allem das Problem der An- und Abreise der Urlaubsgäste gelöst werden, denn hier entsteht der größte CO₂-Fußabdruck. Neuere Berechnungen des Umweltbundesamtes ergeben (für UrlauberInnen mit Wohnsitz in Österreich) erstens, dass die CO₂-Äquivalente pro Person und Tag bei einer ähnlichen Distanz sehr unterschiedlich ausfallen, je nachdem, ob man mit Bahn oder PKW anreist. Zweitens macht sowohl im Sommerurlaub als auch im Winter-Skiurlaub die Anreise den größten Anteil aus, gegenüber dem CO₂-Verbrauch in der Unterkunft und den Tagesaktivitäten. Das bedeutet (gemäß den Daten des Umweltbundesamtes), dass bei einem Skiurlaub mit PKW-Anreise pro Person und Tag insgesamt nur unwesentlich mehr CO₂ verbraucht wird als beim Sommerurlaub mit PKW-Anreise (wenn nur Personen mit Wohnsitz in Österreich miteinander verglichen werden, aber nicht dagegen z.B. Gäste, die per Flugzeug anreisen). Gegenüber dem Mehrverbrauch bei den Tagesaktivitäten (Lift, Beschneigung etc.) fallen im Skiurlaub weniger PKW-Fahrten während des Urlaubs an, weil der Tag auf der Piste zugebracht wird.¹⁵⁵

6.7 Zusammenfassung Trendprognosen zu Handel und Gastronomie / Beherbergung

Zusammenfassende Einschätzungen zur Entwicklung der Beschäftigung in den Branchen Gastronomie, Hotellerie und Beherbergung (bzw. im Tourismus) einerseits und im Handel andererseits lassen sich nicht leicht auf einen oder wenige Nenner bringen, etwa im Vergleich zu Prognosen zu Gesundheits- oder auch zu wissensintensiven Dienstleistungen, wo mit hoher Wahrscheinlichkeit von einem weiteren Wachstum auszugehen ist, analog zur Entwicklung der letzten Jahrzehnte. Eine thesenhafte Auflistung zielt insofern auf Annäherungen ab. Dabei müssen positive oder negative Tendenzen bei den Umsätzen bzw. der Wertschöpfung nicht mit der Beschäftigungsentwicklung Hand in Hand gehen. Schlussfolgerungen zur Zukunft der Beschäftigung funktionieren dennoch weitgehend so, weil von der Entwicklung der Nachfrage nach einem bestimmten Spektrum an Produkten und Dienstleistungen auf eine damit korrespondierende Veränderung bei der Beschäftigung geschlussfolgert wird; dies unter Berücksichtigung von Rationalisierungseffekten u.a.m.

In der Gesamtschau gehen wir mehr oder weniger d'accord mit den Einschätzungen in der Wiener ExpertInnenbefragung, wonach in einer bis zu 20-jährigen Vorausschau im (erwerbswirtschaftlich organisierten) Handel tendenziell mit Beschäftigungseinbußen zu rechnen sein wird, wohingegen die Gastronomie bzw. der Tourismus den krassen coronabedingten Einbruch überwinden können

¹⁵³ Der Standard, 2.12.2022, 14

¹⁵⁴ Der Standard, 18.12.2022, 10

¹⁵⁵ <https://orf.at/stories/3296493/>, 5.1.2023

und perspektivisch wieder auf den Wachstumspfad zurückkehren, auch in Bezug auf den Umfang der Erwerbstätigkeit. In den nachfolgenden Trendprognosen geht es um Differenzierungen und Nuancierungen.

In der geläufigen Dreiteilung des Handels in Großhandel (Business-to-Business), Einzelhandel (Business-to-Consumer) und Kfz-Handel ist beim Großhandel von einer stabilen bis wachsenden Tendenz auszugehen, v.a. infolge der hohen Komplexität vieler Liefer- und Wertschöpfungsketten, die Zwischenhändler auch dann erforderlich macht, wenn es nach Jahrzehnten von Outsourcing und Offshoring teilweise wieder in Richtung Re-Shoring bzw. Nearshoring gehen sollte.

Im heute ca. 12.000 Erwerbstätige umfassenden Kfz-Handel, dem quantitativ kleinsten Teil der Handelsbranche in Wien, ist dagegen eher von Beschäftigungseinbußen auszugehen. Zu veranschlagen sind nicht nur das geringere Interesse an (sowie die Leistbarkeit) von Autos seitens der jüngeren GroßstadtbewohnerInnen (die in Wien ein gut ausgebautes öffentliches Verkehrsnetz vorfinden), sondern vermutlich auch die Transformation des Antriebs auf Elektro-Motoren. Ähnlich wie bei der Herstellung von E-Autos, die insgesamt weniger Komponenten haben als Verbrennungsmotoren und insofern weniger beschäftigungsintensiv sind, dürfte dies für zukünftige Kfz-Reparaturen gelten. Auswege im Kfz-Handel sind z.B. Leistungen in Richtung „mobility as a service“, z.B. ein eigenes Angebot an Carsharing-Flotten, oder die noch bessere Integration von E-Tankstellen mit Einzelhandel und Gastronomie – zudem die Ladezeit bei E-Autos länger dauert und die Zeit dazwischen überbrückt werden will.

Für die Beschäftigung im Einzelhandel sind verschiedene Einflussfaktoren in Betracht zu ziehen. Gravierende Auswirkungen sind v.a. von technologischen Entwicklungen wie dem noch weiter vorschreitenden Online-Handel zu erwarten, wo etwa der Technologie-Gigant Amazon kontinuierlich viel Umsatz vom heimischen stationären Handel abzieht. Der Online-Handel hat in der Zeit der Corona-Pandemie einen zusätzlichen Schub erhalten, in einer pessimistischen Diktion mutieren so viele Handels-Angestellte zu Lager-ArbeiterInnen. In mittelfristiger Perspektive wird dazukommen, dass ausgehend von den bestehenden Social-Media-Plattformen immer mehr Kommunikations- und auch Konsumanlässe in virtuelle Welten transferiert werden. Wenngleich die Metaversum-Visionen à la Mark Zuckerberg 2022 einen Dämpfer erhalten haben, gibt es schon längst Anwendungen, die dem nahe kommen und Millionen von UserInnen in den Bann ziehen. Ob und inwiefern technologische Innovationen den Beschäftigungszuwachs im Wiener Einzelhandel zum Erliegen bringen, ist eine Rechnung mit vielen Gleichungen. Dass dadurch sowohl das Umsatz- als auch Jobwachstum gebremst werden, dürfte allerdings außer Frage stehen.

Weiterhin entscheidend sind sowohl für den Handel als auch für die Gastronomie und Hotellerie (Tourismus) das physische Gästeaufkommen bzw. die Entwicklung des KäuferInnen-Potenzials. Während die Wiener Wohnbevölkerung auch in den nächsten Jahrzehnten weiter wächst und damit ein Garant für eine steigende Nachfrage sein sollte, verhält es sich mit der Arbeitsbevölkerung in Wien anders. Hier dürfte der Homeoffice-Trend, der vermutlich unumkehrbar ist, dazu führen, dass sich Teile der ca. 270.000 EinpendlerInnen nach Wien an mehreren Wochentagen den Pendelaufwand ersparen und damit sowohl in der Tagesgastronomie als auch im Einzelhandel fehlen.

Was die Entwicklung des Tourismus betrifft, ist erstens mit einer kontinuierlichen Erholung des privaten Städtetourismus nach dem Einbruch im Kontext der Corona-Pandemie zu rechnen. Die touristische Attraktivität der historischen Residenzstadt mitsamt dem „klassischen“ Kulturangebot wird auch in Zukunft für stabile Umsätze sorgen. Etwas anders ist die Situation bei beruflichen

Reisen bzw. im Kongresstourismus, wo vermutlich kaum an die Zahlen vor Corona angeschlossen werden kann, weil Betriebe und Hochschulen etc. auf die Einsparungspotenziale durch Online-Konferenzen nicht mehr verzichten werden, wenngleich klar ist, dass eine virtuelle Konferenz eine reale nie ganz ersetzen kann.

Von beachtlicher Relevanz für den Tourismus in Wien werden zukünftige klimabedingte Veränderungen bzw. die anstehenden Regulierungen zur vermehrten CO₂-Einsparung sein. Wenn der Flugverkehr signifikant teurer wird, dürften asiatische und amerikanische Touristen vermehrt ausbleiben, die heute für knapp ein Viertel der Nächtigungen in Wien verantwortlich sind. Inwiefern andererseits der Städtetourismus davon profitieren kann, dass viele Skisport-Fans dieses Hobby mangels Schneesicherheit in den niedriger gelegenen Wintersportorten in Zukunft seltener betreiben, ist ebenso offen wie die Frage, ob und inwiefern die zunehmende Anzahl an Hitzetagen dem Wiener Tourismus schaden wird – wenn Wien im Sommer des Jahres 2050 einer Studie zufolge so heiß sein wird wie heute Skopje in Mazedonien.¹⁵⁶

Relevante Beschäftigungszugewinne im Rahmen des an Bedeutung zunehmenden Handels mit umweltfreundlichen Produkten und Dienstleistungen sowie des Öko-Tourismus sind fraglich. Wahrscheinlicher ist eine Transformation nach Sparten und Produktgruppen, z.B. weniger Kfz-Handel und Reparatur, mehr Fahrradhandel und Reparatur. Benötigt wird nicht mehr, sondern (noch) qualifizierteres Personal, womit attraktivere Arbeitsbedingungen einhergehen sollten. Beschäftigungszuwächse in diesem Kontext sind eher in den vor- und nachgelagerten Wertschöpfungsstufen zu erwarten (Bio-Landwirtschaft, „smarte“ Produktion, Recycling im Sinn von Kreislaufwirtschaft u.a.m.).

In dieser resümierenden Auflistung von Einflussfaktoren für die Beschäftigung in Handel, Gastronomie und Tourismus ist die zukünftige Kaufkraft der KonsumentInnen mitzubedenken. Im Fall von gravierenden Wirtschaftseinbrüchen ist ähnlich wie bei den Abmilderungspaketen in der Corona-Pandemie von umfangreichen öffentlichen Unterstützungsprogrammen auszugehen, um Stabilität in jeder Hinsicht zu gewährleisten. Dennoch würden mehrere aufeinander folgende Wirtschaftskrisen oder Phasen mit einer mehrjährigen Rezession (etwa infolge eines lang andauernden Russland-Konflikts) gerade in den Konsumbranchen tiefe Spuren hinterlassen. Gegenüber diesem Szenario im Sinn von „degrowth by disaster“ ist an die wachsenden alternativen Segmente gerade im urbanen Kontext zu denken, die ihren Konsum in den unterschiedlichsten Spielarten im Modus „degrowth by design“ einschränken bzw. in unzähligen Initiativen Sharing- und Tauschformate oder sonstige Varianten der Peer-to-Peer-Selbstversorgung praktizieren. Die Beschäftigung im herkömmlichen Handel würde markant schrumpfen, sollten sich dahingehende Initiativen auf breiter Ebene durchsetzen – die Arbeit selbst würde dagegen nicht wegfallen, sondern unter DIY-Bedingungen abseits der Erwerbsarbeit zu organisieren sein.

Ein letzter hier zu nennender Aspekt ist der seit der Corona-Pandemie offenkundig gewordene Fachkräfte- bzw. Arbeitskräftemangel gerade in Branchen wie dem Handel und im Tourismus. Viele Beschäftigte haben die erzwungene Nachdenk-Pause in den Lockdowns für Umorientierungen genutzt, dasselbe gilt für ArbeitsmigrantInnen aus den Nachbarländern. Die Arbeitsbedingungen müssten in vielen Betrieben attraktiver gestaltet werden, um das Personal bei der Stange zu halten. Vor allem die besonders ungünstigen Arbeitszeiten in der Gastronomie sowie die generellen Anforderungen in Interaktionsberufen (Dienst leisten, Umgang mit schwierigen Kunden) sind Anlässe für

¹⁵⁶ <https://orf.at/stories/3129860/>

Job- und Berufswechsel. Es könnte folglich eintreten, dass eine chronisch ungünstige Entwicklung im Handel und im Tourismus nicht so sehr auf die mangelnde Nachfrage zurückzuführen ist, sondern auf ein dünner werdendes Arbeitskräfteangebot. Technologien wie die Selbstbedienungskassen in größeren Geschäften könnten sich in dieser Hinsicht eher als Kompensation für fehlendes Personal denn als Jobkiller erweisen.

Tabelle 6-3: Trendprognosen zum Handel in Wien

	Risiken	Chancen
Quantitative Beschäftigungseffekte	<ul style="list-style-type: none"> - Einzelhandel: Rückgang durch Online-Handel und Virtualisierung des Konsums im Metaversum - Einzelhandel: Rückgang des Konsums von EinpendlerInnen wegen Homeoffice-Optionen - Einzelhandel: Rückgang durch Sharing-Praktiken - Einzelhandel: Fachkräftemangel - KfZ-Handel: weniger Reparaturen durch E-Fahrzeuge, Carsharing 	<ul style="list-style-type: none"> - Einzelhandel: Wachstumspotenziale wg. wachsender Wohnbevölkerung - Einzelhandel: Jobpotenziale durch höherpreisige umweltfreundliche Produkte: z.B. Fahrräder, Bio-Produkte, generell Reparatur anstatt Kauf u.a.m.
Qualität der Beschäftigung	<ul style="list-style-type: none"> - Mäßig attraktive Beschäftigungsbedingungen, insb. Arbeitszeitlagen bzw. Teilzeit, hohe Wechselbereitschaft - Transformation von der/dem Handelsangestellten zum/zur LagerarbeiterIn 	<ul style="list-style-type: none"> - großer Arbeitsmarkt erlaubt Jobwechsel bei Unzufriedenheit - Fachkräftemangel zwingt Arbeitgeber zur Steigerung der Attraktivität der Arbeitsplätze und Beschäftigungsbedingungen
Strukturelle Veränderungen	<ul style="list-style-type: none"> - Transformation von Kommunikation und Konsum in virtuelle Welten - Konsumreduktion wegen konsumkritischer Werte bzw. Klimabewusstsein - Verödung von Einkaufsstraßen (zugunsten von „autogerechten“ Fachmärkten) 	<ul style="list-style-type: none"> - Virtualisierung: Chancen für Software- und Spieleentwickler etc., Konsum nicht-materieller Produkte / DL reduziert potenziell Umweltbelastungen - Klimaneutralität: Konsum umweltfreundlicher Produkte, Vermeidung von Abfall bzw. Recycling in der Kreislaufwirtschaft - Umnutzung von leeren Geschäftsflächen: mehr öffentlicher Raum in Innenstadtlagen ohne Konsumzwang (z.B. Soziokultur)
Wild Cards	<ul style="list-style-type: none"> - Wirtschaftskrisen à la Corona-Pandemie sowie Wohlstandseinbußen bei länger dauernden Rezessionen mit Einbußen im Einzelhandel und Business-to-Business-Handel („Lieferkettenprobleme“) 	<ul style="list-style-type: none"> - Reduktion des individualistischen Einkaufsverhaltens zugunsten gemeinschaftsorientierter Sharing- bzw. Peer-to-Peer-Versorgung, Revival von Nachbarschaft, Communities

Tabelle 6-4: Trendprognosen zu Gastronomie und Beherbergung in Wien

	Risiken	Chancen
Quantitative Beschäftigungseffekte	<ul style="list-style-type: none"> - Rückgang der EinpendlerInnen wegen Homeoffice-Optionen - Rückgang des Konferenztourismus wegen Online-Konferenzen - Rückgang der Ferntouristen wg. Verteuerung des Personenverkehrs zwecks CO₂-Einsparungen, insbes. Flugverkehr - Fachkräftemangel 	<ul style="list-style-type: none"> - Wachstumspotenziale in der Gastronomie durch steigende Wohnbevölkerung - Nach Corona-Krise Revival des Tourismus in Wien; insb. in Kombination mit dem „klassischen“ Kulturangebot bzw. für Zielgruppen wie reisefreudige „Best Ager“ - Städtetourismus in Wintersaison ev. Profiteur des klimabedingten Rückgangs des Skitourismus
Qualität der Beschäftigung	<ul style="list-style-type: none"> - oft wenig attraktive Beschäftigungsbedingungen, insbesondere Arbeitszeitlagen, hohe Wechselbereitschaft - ausgeprägter Anteil an geringfügiger Beschäftigung in der Gastronomie 	<ul style="list-style-type: none"> - Fachkräftemangel zwingt Arbeitgeber zur Steigerung der Attraktivität der Arbeitsplätze und Beschäftigungsbedingungen - Gastronomie/Hotellerie als Branchen mit wenig Einstiegshürden Chancen für Personen mit geringem Bildungsabschluss bzw. für MigrantInnen bzw. AsylbewerberInnen
Strukturelle Veränderungen	<ul style="list-style-type: none"> - Veränderung des touristischen Angebots, z.B. Überangebot an Advent- und Weihnachtsmärkten, die das Stadtbild verkitschen - Überangebot an klassischer Kultur (Oper, Theater, Museen) für ältere TouristInnen bei zugleich abnehmendem Interesse der Wohnbevölkerung daran 	<ul style="list-style-type: none"> - Chancen für Öko-Tourismus in Kombination mit regionalen Öko-Produkten, Bewerbung von Wien als klimaneutraler Tourismus-Hotspot etc.
Wild Cards	<ul style="list-style-type: none"> - Wirtschaftskrisen à la Corona-Pandemie sowie Wohlstandseinbußen bei länger dauernden Rezessionen sowohl in Österreich als auch in Herkunftsländern von Touristen - Terrorismusgefahr lässt Touristenströme ausbleiben 	<ul style="list-style-type: none"> - Groß-Events in Wien wie Fußball-WM bzw. EM oder Sommer-Olympiade (gemeinsam mit Nachbarländern)