

# Wirtschaftsfaktor Gehen

## Endbericht

Dr. Anna Kleissner Econmove GmbH

DI Helmut Lemmerer TU Wien

DI Benjamin Tschugg TU Wien

### Auftraggeber:



**Österreichische Energieagentur – Austrian Energy Agency**

Mariahilfer Straße 136, 1150 Wien

### Auftragnehmer:



**Technische Universität Wien**

Forschungsbereich Verkehrsplanung und Verkehrstechnik

Karlsplatz 13/230-1, 1040 Wien



**Econmove GmbH**

Dorfplatzstraße 13, 9241 Wernberg

**Wien, Dezember 2023**

# 1. Executive Summary

Bei dieser Studie handelt es sich um die erste, österreichweite Studie zur Ermittlung der wirtschaftlichen Effekte des Gehens (inklusive des Wanderns). Das Gehen als Wirtschaftsfaktor wird nämlich deutlich unterschätzt: Zum einen, weil eine Vielzahl von Wirtschaftssektoren betroffen ist, zum anderen, weil der Fußverkehr in der Statistik noch nicht ausreichend erfasst und abgebildet wird.

Im Fokus der Studie stehen die volkswirtschaftlichen Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte, die mit dem Gehen in all seinen Dimensionen verbunden sind. Externe Effekte, darunter vor allem gesundheitsökonomische Effekte oder die – im Vergleich zu anderen Mobilitätsformen - geringeren Umweltbelastungen – werden im Rahmen dieser Studie nicht berücksichtigt. Die Ergebnisse können daher stets als Minimalwerte interpretiert werden können.

Als Bezugsjahr für die Studie wurde das Jahr 2019 gewählt. Damit ist auch die Vergleichbarkeit mit der Studie „Wirtschaftsfaktor Radfahren“ gewährleistet, welche ebenfalls für das Referenzjahr 2019 durchgeführt wurde.

Die Studie umfasst zwei Definitionsstufen:

- In **Definitionsstufe 1** wird ausschließlich das Gehen im Alltag erfasst. Als Grundlage zur Abgrenzung der betrachteten Sektoren beziehungsweise Inhalte werden hier der Masterplan Gehen 2030 beziehungsweise die darin enthaltenen Handlungsfelder und Maßnahmen herangezogen.
- In **Definitionsstufe 2** wird auch das Wandern beziehungsweise Spazieren (in der Freizeit) berücksichtigt.

Nicht Teil dieser Studie ist das Laufen, auch wenn es eng mit dem Gehen verwandt scheint. Im Gegensatz zum Gehen gibt es beim Laufen und Joggen jedoch Flugphasen, das heißt Momente, in denen sich kein Fuß am Boden befindet.

Die wichtigsten ökonomischen Effekte des Gehens im Alltag für das Jahr 2019 sind:

- **Tiefbau erzielt die höchsten Umsatzerlöse:** Die Netto-Umsatzerlöse aller durch das Gehen angeregten Sektoren belaufen sich für das Jahr 2019 auf 925,6 Millionen Euro. Der Tiefbau erzielt dabei den höchsten Umsatzerlös in der Höhe von 421,3 Millionen Euro.
- **Anteil von 0,16 Prozent an der österreichischen Wirtschaftsleistung:** Berücksichtigt man darüber hinaus die vorgelagerten, indirekten Effekte in Höhe von 227,6 Millionen Euro, und die induzierten, nachgelagerten Effekte in Höhe von 62,0 Millionen Euro, dann ergibt sich eine Bruttowertschöpfung von insgesamt 563,7 Millionen Euro im Jahr 2019.

Damit steht das Gehen für 0,16 Prozent der österreichweiten Wirtschaftsleistung. Jeder 625te Euro, der in Österreich erwirtschaftet wird, lässt sich unmittelbar oder mittelbar auf das Gehen im Alltag zurückführen.

- **Die wirtschaftlichen Gesamteffekte entsprechen etwa denen des Online-Einzelhandels:** Im Gesamteffekt (direkte, indirekte und induzierte Effekte) erreicht das Gehen eine Dimension, welche dem Online-Einzelhandel (534,1 Millionen Euro) oder mehr als dem, was jährlich in Österreichs Tankstellen erwirtschaftet wird (429,1 Millionen Euro), entspricht.
- **Jeder Euro, der in Zusammenhang mit dem Gehen im Alltag erwirtschaftet wird, löst mehr als einen Euro in weiteren Branchen aus:** Der Wertschöpfungsmultiplikator, als Maßzahl dafür, um wieviel der totale Effekt den direkten Effekt übersteigt, beläuft sich auf 2,06; das heißt, mit jedem Euro, der in Zusammenhang mit dem Gehen im Alltag unmittelbar erwirtschaftet wird, werden weitere 1,06 Euro in anderen Branchen ausgelöst.
- **Jeder 770te Arbeitsplatz in Österreich ist vom Gehen abhängig:** Ein Beschäftigungseffekt von 6.263 Arbeitsplätzen (in Köpfen) beziehungsweise 5.319 Vollzeitäquivalent-Arbeitsplätzen entspricht einem Anteil von 0,13 Prozent aller Erwerbstätigen in Österreich, das heißt, jeder 770te Arbeitsplatz in Österreich ist dem Gehen zuzuschreiben.
- **Fiskalische Effekte von 333,1 Millionen Euro:** Das Gehen im Alltag generiert Steuern und Abgaben in Höhe von insgesamt 333,1 Millionen Euro.

Die wichtigsten ökonomischen Effekte des Gehens und Wanderns für das Jahr 2019 sind:

- **21 Sektoren der Wirtschaft werden durch das Gehen und Wandern unmittelbar angeregt:** Insgesamt fließen Umsätze in Höhe von 4.247,6 Millionen Euro in die heimische Wirtschaft. Hier dominieren vier Sektoren, nämlich das Beherbergungswesen und die Gastronomie, der Einzelhandel und der Tiefbau.
- **0,93 Prozent Anteil an der österreichischen Wirtschaftsleistung:** Die totale Bruttowertschöpfung beträgt insgesamt 3.296,5 Millionen Euro im Jahr 2019. Damit stehen das Gehen und Wandern in Österreich für 0,93 Prozent der heimischen Wirtschaftsleistung. Jeder 107te Euro, der in Österreich erwirtschaftet wird, lässt sich unmittelbar oder mittelbar auf das Gehen oder Wandern zurückführen.
- **Die wirtschaftlichen Gesamteffekte entsprechen fast jenen der Metallindustrie:** Im Gesamteffekt (direkte, indirekte und induzierte Effekte) erreichen Gehen und Wandern eine Dimension, die der Metallindustrie (3.691,8 Millionen Euro) entspricht und größer als der gesamte Tiefbau (2.776,8 Millionen Euro) ist.
- Mit jedem Euro, der in Zusammenhang mit dem Gehen und Wandern erwirtschaftet wird, werden weitere 68 Cent in weiteren Branchen ausgelöst: Der

Wertschöpfungsmultiplikator beläuft sich auf 1,68; das heißt, mit jedem Euro, der in Zusammenhang mit dem Gehen und Wandern unmittelbar erwirtschaftet wird, werden weitere 68 Cent in weiteren Branchen ausgelöst.

- **Jeder 86te Arbeitsplatz in Österreich ist vom Gehen und Wandern abhängig:** Insgesamt entspricht dies einem Beschäftigungseffekt von 55.986 Arbeitsplätzen (in Köpfen) beziehungsweise 44.576 Vollzeitäquivalent-Arbeitsplätzen. Der Anteil an den Erwerbstätigen liegt bei 1,16 Prozent. Jeder 86te Arbeitsplatz in Österreich ist folglich dem Gehen oder Wandern zuzuschreiben.
- **Fiskalische Effekte von 1.389,0 Millionen Euro:** Die fiskalischen Rückflüsse, die sich aus dem Gehen und Wandern in Österreich ableiten, belaufen sich auf 1.389,0 Millionen Euro.

Der Vergleich der Wirtschaftsfaktoren Gehen und Radfahren ergibt:

- **Wertschöpfungseffekt des Gehens und des Wanderns vergleichbar mit jenen des Radfahrens:** Durch das Radfahren können 1.762,6 Millionen Euro an direkter Wertschöpfung, inklusive indirekter und induzierter Effekte 2.894,8 Millionen Euro an totaler Wertschöpfung erzielt werden. Die Bruttowertschöpfung für das Gehen und Wandern beläuft sich direkt auf 1.967,5 Millionen Euro und insgesamt auf 3.296,5 Millionen Euro und liegt damit knapp 14 Prozent über den Effekten des Radfahrens.
- **Gehen und Wandern ist beschäftigungsintensiv:** Der Beschäftigungseffekt ist im direkten Effekt rund 50 Prozent und im totalen Effekt rund 20 Prozent höher als jener der Radwirtschaft: Durch die Radwirtschaft können 30.107 Arbeitsplätze direkt, insgesamt sogar 46.143 Arbeitsplätze geschaffen werden. Durch Gehen und Wandern werden direkt 45.223 und insgesamt 55.986 Arbeitsplätze geschaffen.

Tabelle: Wirtschaftsfaktor Gehen und Radfahren im Vergleich für das Jahr 2019

Bruttowertschöpfung Gehen		Bruttowertschöpfung Gehen und Wandern		Bruttowertschöpfung Radfahren	
Direkter Effekt	274,1 Mio. €	Direkter Effekt	1.967,5 Mio. €	Direkter Effekt	1.762,6 Mio. €
Totaler Effekt	563,7 Mio. €	Totaler Effekt	3.296,5 Mio. €	Totaler Effekt	2.894,8 Mio. €
BWS-Multiplikator	2,06	BWS-Multiplikator	1,68	BWS-Multiplikator	1,64

Beschäftigung Gehen		Beschäftigung Gehen und Wandern		Beschäftigung Radfahren	
Direkter Effekt	3.927 Beschäftigte	Direkter Effekt	45.223 Beschäftigte	Direkter Effekt	30.107 Beschäftigte
Totaler Effekt	6.263 Beschäftigte	Totaler Effekt	55.986 Beschäftigte	Totaler Effekt	46.143 Beschäftigte
BWS-Multiplikator	1,59	BWS-Multiplikator	1,24	BWS-Multiplikator	1,53

# Inhalt

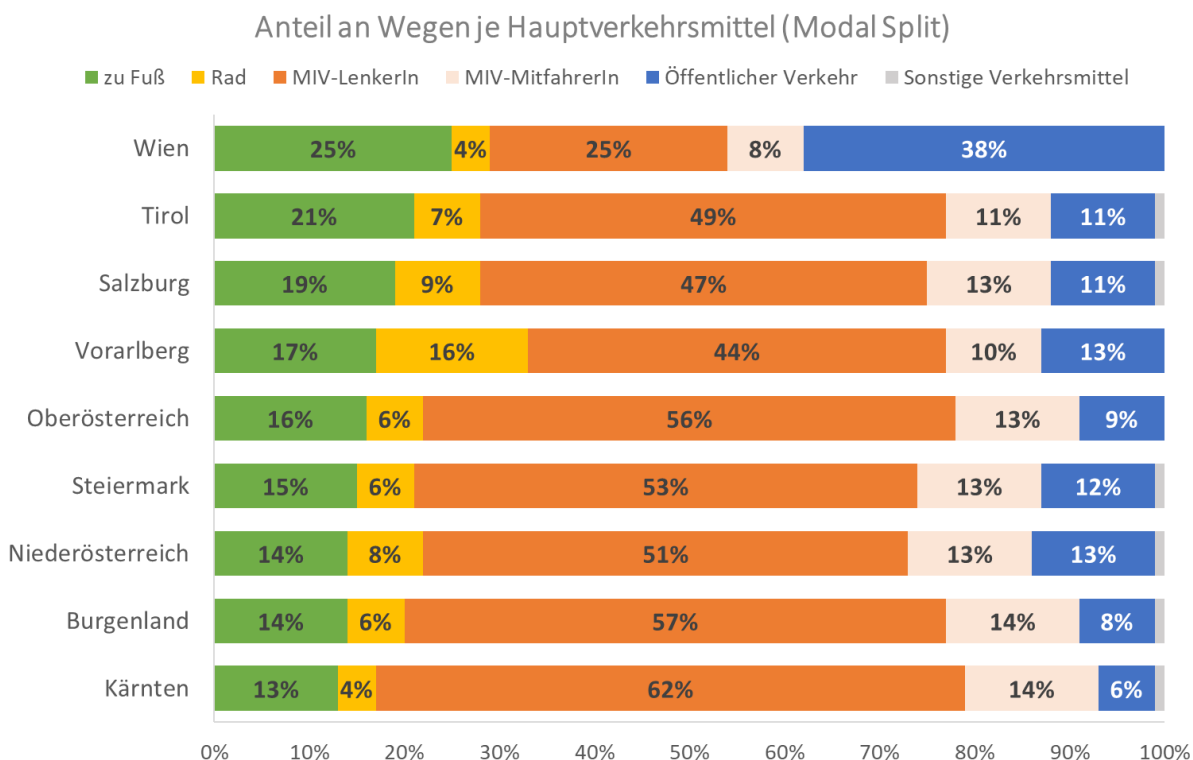
1. Executive Summary .....	2
2. Einleitung .....	6
2.1. Fußverkehr im Alltag .....	6
2.2. Wirtschaftliche Effekte von Fußgänger- und Begegnungszonen.....	8
2.3. Wandern in der Freizeit und als Reisemotiv .....	12
3. Ziel, Definition und Methode .....	15
3.1. Ziel der Studie .....	15
3.2. Definition .....	15
3.3. Untersuchte volkswirtschaftliche Kennzahlen.....	18
3.4. Input-Output-Tabellen und Input-Output-Analyse .....	19
3.5. Satellitenkonto.....	21
4. Daten .....	24
4.1. Datenquellen .....	24
4.2. Referenzjahr.....	24
4.3. Datenerfordernis .....	24
4.4. Branchendaten.....	25
5. Ökonomische Effekte des Gehens im Alltag.....	37
5.1. Umsatzerlöse .....	37
5.2. Wertschöpfungseffekte.....	37
5.3. Beschäftigungseffekte .....	40
5.4. Fiskalische Effekte .....	42
6. Ökonomische Effekte des Gehens und Wanderns .....	43
6.1. Umsatzerlöse .....	43
6.2. Wertschöpfungseffekte.....	44
6.3. Beschäftigungseffekte .....	46
6.4. Fiskalische Effekte .....	48
7. Gehen und Radfahren: Wichtige Säulen eines nachhaltigen Österreichs .....	49
8. Fazit und Ausblick .....	50

## 2. Einleitung

### 2.1. Fußverkehr im Alltag

Bei der letzten österreichweiten Erhebung des Modal Splits 2013/2014 lag der Anteil des Fußverkehrs in Österreich gesamt bei 18 Prozent aller Wege. In den Bundesländern variierte dieser Anteil deutlich – zwischen 13 Prozent in Kärnten und 25 Prozent in Wien (siehe Abbildung 1).

Abbildung 1: Modal Split in Österreich (2013/2014); eigene Darstellung <sup>1</sup>



In den letzten Jahren gewinnt der Fußverkehr beziehungsweise das Gehen im Alltag zunehmend an Bedeutung. In den drei größten österreichischen Städten Wien, Graz und Linz ist der Anteil des Fußverkehrs in den Erhebungen gestiegen. In Wien wurden im Jahr 2022 35 Prozent der Wege zu Fuß zurückgelegt, im Jahr 2019 waren es 28 Prozent.<sup>2</sup> Für Graz zeigt die Mobilitätshebung der Wohnbevölkerung einen Anstieg des Anteils der zu Fuß zurückgelegten Wege von 19 Prozent im Jahr 2018 auf 21 Prozent im Jahr 2021.<sup>3</sup> In

<sup>1</sup> Tomschy R., Herry M., Sammer G., Klementsitz R., Riegler S., Follmer R., Gruschwitz D., Josef F., Gensasz S, Kirnbauer R., Spiegel T; Österreich unterwegs 2013/2014; Ergebnisbericht zur österreichweiten Mobilitätshebung „Österreich unterwegs 2013/2014“, im Auftrag von: Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie, Autobahnen- und Schnellstraßen-Finanzierungs-Aktiengesellschaft, Österreichische Bundesbahnen Infrastruktur AG, Amt der Burgenländischen Landesregierung, Amt der Niederösterreichischen Landesregierung, Amt der Steiermärkischen Landesregierung und Amt der Tiroler Landesregierung; Herausgeber: Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie, Wien, 2016; online ([https://www.bmk.gv.at/dam/jcr:fbe20298-a4cf-46d9-bbee-01ad771a7fda/oeu\\_2013-2014\\_Ergebnisbericht.pdf](https://www.bmk.gv.at/dam/jcr:fbe20298-a4cf-46d9-bbee-01ad771a7fda/oeu_2013-2014_Ergebnisbericht.pdf)); Abruf November 2023

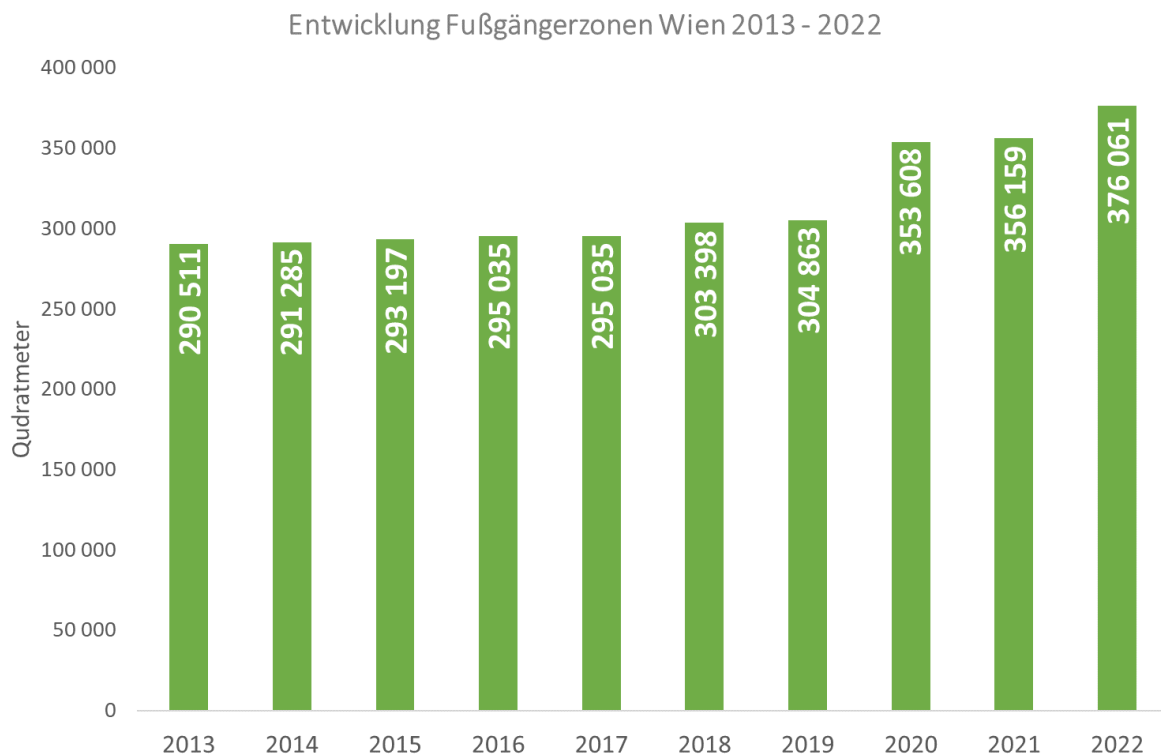
<sup>2</sup> Mobilitätsagentur Wien; online (<https://www.fahrradwien.at/2023/03/24/klimafreundlich-unterwegs>); Abruf November 2023

<sup>3</sup> Nachhaltig in Graz; online (<https://nachhaltig-in-graz.at/modal-split-verkehrsmittelaufteilung>); Abruf November 2023

Linz zeigt die Mobilitätserhebung einen Anstieg des Anteils der zu Fuß zurückgelegten Wege von 22 Prozent im Jahr 2012 auf 26 Prozent im Jahr 2022.<sup>4</sup> Aber auch gegenläufige Entwicklungen sind zu beobachten, wie in der Stadt Salzburg, wo der Anteil der zu Fuß zurückgelegten Wege seit 1995 kontinuierlich von 28 Prozent im Jahr 1995 auf 19 Prozent im Jahr 2018 gesunken ist.<sup>5</sup> Der Modal Split für das Jahr 2023 zeigt jedoch wieder einen Anstieg, der Anteil des zu Fuß Gehens in der Stadt Salzburg liegt bei 23 %.<sup>6</sup>

Dies hat vor allem in Städten Auswirkungen auf die Gestaltung des öffentlichen Raumes. Etwa in Wien konnte im vergangenen Jahrzehnt zudem ein deutliches Wachstum an Fußgänger- und Begegnungszonen verzeichnet werden (siehe *Abbildung 2* und *Abbildung 3*).

Abbildung 2: Entwicklung der Fußgängerzonen in Wien; eigene Darstellung<sup>7</sup>



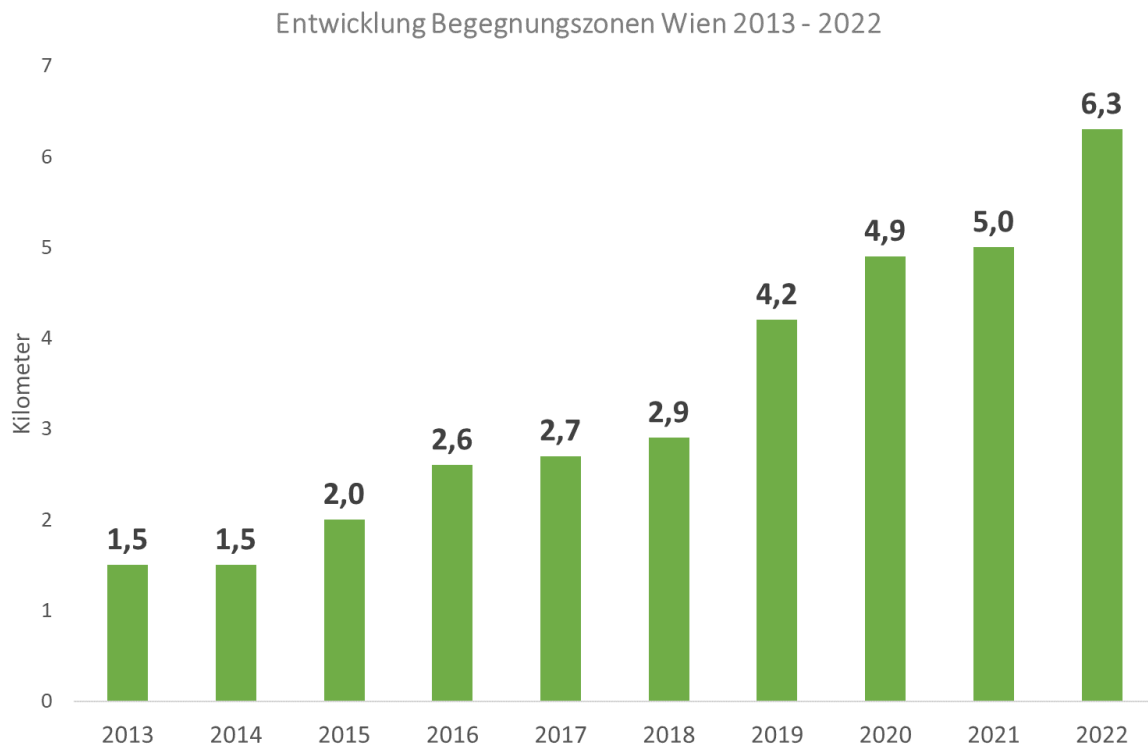
<sup>4</sup> Stadt Linz Medienservice; online ([https://www.linz.at/medienservice/2023/202307\\_121345.php](https://www.linz.at/medienservice/2023/202307_121345.php)); Abruf November 2023

<sup>5</sup> Stadt Salzburg Grundlagenbericht 2021; online ([https://www.stadt-salzburg.at/fileadmin/landingpages/stadtplanung/rek-neu/rek\\_grundlagenbericht\\_2021\\_kap7.pdf](https://www.stadt-salzburg.at/fileadmin/landingpages/stadtplanung/rek-neu/rek_grundlagenbericht_2021_kap7.pdf)); Abruf November 2023

<sup>6</sup> Stadt Salzburg; online (<https://www.stadt-salzburg.at/presseaussendungen/presseaussendungen-2023/erfreulich-schon-zwei-drittel-in-stadt-zu-fuss-per-rad-oder-oeffi-unterwegs/#:~:text=Konkret%20verteilt%20sich%20der%20Modal,Individualverkehr%20unterwegs%2C%201%20%25%20sonsfig.>); Abruf Dezember 2023

<sup>7</sup> Mobilitätsagentur Wien Entwicklung Fußgängerzonen; online (<https://www.wienzufuss.at/zu-fuss-gehen-in-zahlen/>); Abruf Februar 2023

Abbildung 3: Entwicklung der Begegnungszonen in Wien; eigene Darstellung<sup>8</sup>



## 2.2. Wirtschaftliche Effekte von Fußgänger- und Begegnungszonen

Im „Masterplan Gehen 2030“ wird im Handlungsfeld „Wirtschaftsfaktor Fußverkehr“ die Maßnahme „Positive wirtschaftliche Effekte des Fußverkehrs nutzen und Städte und Ortskerne durch Begegnungszonen und Einkaufsstrassen beleben“ angeführt. In Umgebungen mit hoher Aufenthaltsqualität profitieren Handel und Dienstleistungsbranchen vom Gehen.<sup>9</sup>

Es gibt unterschiedliche Studien, welche die wirtschaftlichen Effekte verkehrsberuhigter Zonen und Straßenzüge mit erhöhter Aufenthaltsqualität (zum Beispiel Fußgänger- oder Begegnungszonen) zeigen. In der vorliegenden Studie, in welcher die Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte für gesamt Österreich ermittelt werden, können diese lokal begrenzten Effekte beziehungsweise Umsatzsteigerungen in den Berechnungen nicht abgebildet werden. Stattdessen wird nachfolgend auf die Ergebnisse von Erhebungen und Studien, in welchen diese Thematik untersucht wurde, eingegangen.

<sup>8</sup> Mobilitätsagentur Wien Entwicklung Begegnungszonen; online (<https://www.wienzufuss.at/zu-fuss-gehen-in-zahlen/>); Abruf Februar 2023

<sup>9</sup> Thaler R., Mastny E., Angelini A., Heinfellner H., Lambert S., Stauder M.; 2022; Besser Gehen in Österreich! Masterplan Gehen 2030. Herausgeber: Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie, Wien, 2022; online (<https://www.klimaaktiv.at/service/publikationen/mobilitaet/masterplangehen2015.htm>); Abruf November 2023



### 2.2.1. Klimafitte Zollergasse (Wien)

Im Jahr 2021 wurde in der Zollergasse im 7. Wiener Gemeindebezirk zwischen der Mariahilfer Straße und der Lindengasse ein Bereich von rund 130 Meter straßenniveaugleich als Begegnungs- und Fußgängerzone verkehrsberuhigt (Abbildung 4). Die Aufenthaltsqualität wurde durch 20 konsumfreie Sitzgelegenheiten (Hocker, Pendelsitze, Sessel und Bänke), Baumpflanzungen, Pergolen, Grünflächen sowie Wasserspiel und einen Trinkbrunnen verbessert. Acht, etwa ein Vierteljahrhundert alte Zelkoven wurden gepflanzt. Die Bäume waren bei der Pflanzung bereits zehn Meter hoch und breitkronig. Die drei Meter hohen Pergolen wurden mit Rankpflanzen begrünt. Zur Verbesserung der Wasserversorgung der Bäume wurde das Schwammstadt-Prinzip angewandt. Im Bereich der Baumscheiben wurde der Boden entsiegelt. Zum verbesserten Mikroklima tragen die Verdunstung der Begrünungen, das Regenwassermanagement des Schwammstadt-Prinzips und ein aus drei Quelledüsen gespeister kleiner Bach und drei Nebeldüsen bei. Die Bodenpflasterung erfolgte mit Granitsteinen. Ein taktiles Leitsystem unterstützt sehbehinderte und blinde Menschen bei der Orientierung im Straßenraum. Weiters wurden 20 Radbügel errichtet.<sup>10</sup>

Abbildung 4: Zollergasse Wien (Foto Lemmerer/Yun 2023)



Gemäß der Bezirksvorstehung für den 7. Bezirk in Wien belaufen sich die Bruttokosten für die klimafitte Adaptierung im oben erwähnten Bereich der Zollergasse auf rund 1,12 Millionen Euro.<sup>11</sup> Die Bruttokosten teilen sich wie folgt auf (Tabelle 1).

Tabelle 1: Kostenübersicht klimafitte Zollergasse (Wien)

Kostenkategorie	Kosten [Brutto]
Straßenbau (Untergrund, Pflasterung, Baumscheiben) - davon 102.000 EUR Künetteninstandsetzung	760.000 EUR
Wasserspiel und Trinkhydrant	70.000 EUR
Schutzverrohrung Fernwärme	103.000 EUR
Verkehrszeichen	18.000 EUR
Pergolen und Möblierung	24.000 EUR

<sup>10</sup> vergleiche Stadt Wien; online (<https://www.wien.gv.at/bezirke/neubau/verkehr/neugestaltung-zollergasse.html>); Abruf November 2023

<sup>11</sup> Info via E-Mail Bezirksvorstehern Neubau vom 19.8.2023

Kostenkategorie	Kosten [Brutto]
Öffentliche Beleuchtung	12.000 EUR
Baumpflanzungen und Begrünungen Baumscheiben	80.000 EUR
Anrainer- und Stakeholderkommunikation, Beteiligung, Projektkommunikation, Medienarbeit, Renderings, Spatenstich und Eröffnungs- beziehungsweise Nachbarschaftsfest	50.000 EUR
<b>Gesamt (Brutto)</b>	<b>1.117.000 EUR</b>

### 2.2.2. Studie zu den Wiener Flaniermeilen

Die Studie wurde von einem Standortanwalt, der von der Wiener Wirtschaftskammer bestellt wurde, erstellt. Konkret wurde in der Studie berechnet, wie sich die Neugestaltung von Stephansplatz und Herrengasse wirtschaftlich ausgewirkt haben und welchen Nutzen die Arbeiten an der Rotenturmstraße sowie dem Schweden- und Michaelerplatz haben werden. Nachfolgend werden die zentralen Ergebnisse dargestellt.<sup>12</sup>

- Bereits während der Bauphase fließen zwei Drittel der Investitionen in Form von Steuern und Abgaben wieder an die Stadt zurück. Für die fünf genannten Projekte fallen zusammen 35 Millionen Euro Baukosten an, davon tragen Stadt und Bezirk mindestens 20 Millionen Euro. In der Stadt Wien generieren die Arbeiten 277 Vollzeitjobs.
- Langfristig werden sanierte beziehungsweise neu gestaltete Shoppingmeilen stärker besucht, wovon die Unternehmen und in weiterer Folge auch die öffentliche Hand profitieren. Nach der Fertigstellung bringen die fünf im ersten Bezirk untersuchten Flaniermeilen eine jährliche Bruttowertschöpfung von 9,1 Millionen Euro, Rückflüsse durch Steuern und Abgaben sowie in der Stadt Wien zusätzlich 122 neue Vollzeitjobs.
- In der Studie wird anhand von Zahlen aus dem Jahr 2014 gezeigt, dass Frequenz und Umsatz direkt zusammenhängen. Konkret bringt jede:r Passant:in auf den Wiener Einkaufsstraßen rund 27 Euro zusätzlichen Umsatz und auf der Wiener Mariahilfer Straße sind es mit 87 Euro pro Passant:in sogar dreimal so viel.

### 2.2.3. Studie zu Wertschöpfung und Verkehr in Zürich

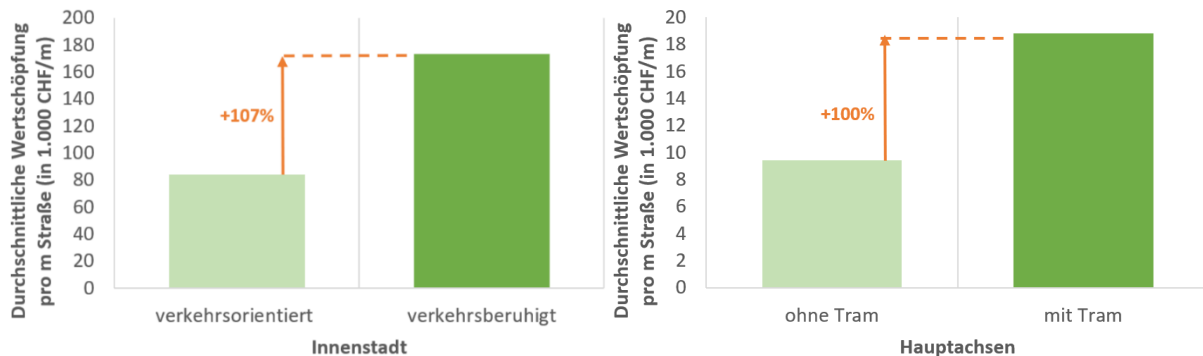
In einer Studie zu Wertschöpfung und Verkehr in Zürich (aus dem Jahr 2011)<sup>13</sup> wurden klare Zusammenhänge zwischen der Wertschöpfung und Erschließung einer Straße mit öffentlichen Verkehrsmitteln beziehungsweise im Fußverkehr (Anzahl an und Fläche für Fußgänger:innen) erkannt.

<sup>12</sup> KURIER; online (<https://kurier.at/chronik/wien/neue-studie-warum-sich-flaniermeilen-wirtschaftlich-rentieren/400651127>); Abruf Juni 2023

<sup>13</sup> Sutter et al.; 2011; Wertschöpfung und Verkehr, Schlussbericht

An verkehrsberuhigten Straßen in der Innenstadt ist die Wertschöpfung etwa doppelt so groß wie an verkehrsorientierten Straßen (siehe Abbildung 5).<sup>14</sup>

Abbildung 5: Wertschöpfung pro Meter Straße in den Branchen Detailhandel und Gastronomie in der Innenstadt (links) beziehungsweise entlang von Hauptachsen (unterschiedliche Skalen); eigene Darstellung<sup>15</sup>



### 2.2.4. Fußgängerzone Sendlinger Straße in München

Im Jahr 2013 wurde der nördliche Abschnitt der Sendlinger Straße zur Fußgängerzone umgestaltet. Diese Maßnahme wurde anschließend im Juli 2016 – im Zuge eines einjährigen Verkehrsversuches – auf den südlichen Abschnitt ausgeweitet. Die erfolgreiche Evaluierung des Verkehrsversuches führte in weiterer Folge zu einer dauerhaften Fußgängerzone, die Umbaumaßnahmen dafür wurde in den Jahren 2019 bis 2020 durchgeführt. Seitdem gilt die Sendlinger Straße als gutes Beispiel dafür, wie die Einrichtung einer Fußgängerzone zur Förderung der Aufenthaltsqualität beiträgt, die Nutzung als Flaniermeile anregt und eine positive Wirkung auf den ansässigen Einzelhandel entfaltet. So gaben 78 Prozent der Gewerbetreibenden an, dass der Umsatz im Einzelhandel auf der Sendlinger Straße beziehungsweise im Umfeld gegenüber der Zeit vor dem Verkehrsversuch gleichgeblieben sei oder sich verbessert habe.<sup>16</sup>

### 2.2.5. Flaniermeile Friedrichstraße in Berlin

Ende August 2020 wurde die Berliner Friedrichstraße im Zuge der Covid-19-Pandemie versuchsweise auf einem 500 Meter-Abschnitt für Autos gesperrt und zur „Flaniermeile“ erklärt.<sup>17</sup> Eine im April 2022 veröffentlichte Datenauswertung zeigt, dass sich die Anzahl der Gehenden von Juli bis September 2021 im Vorjahresvergleich um 51 Prozent bis 61 Prozent erhöht hat, die Anzahl der Radfahrenden im Juli und August 2021 um 31 Prozent beziehungsweise 37 Prozent. Zudem wurde beobachtet, dass die Zahl der Aufenthalte von

<sup>14</sup> Stadt Zürich, Tiefbau- und Entsorgungsdepartment; online ([https://www.stadt-zuerich.ch/ted/de/index/taz/verkehr/webartikel/webartikel\\_pp\\_innenstadt.html#:~:text=ImProzent20neuenProzent20kommunalenProzent20RichtplanProzent20Verkehr,undProzent20damitProzent20eineProzent20attraktivereProzent20Innenstadt.](https://www.stadt-zuerich.ch/ted/de/index/taz/verkehr/webartikel/webartikel_pp_innenstadt.html#:~:text=ImProzent20neuenProzent20kommunalenProzent20RichtplanProzent20Verkehr,undProzent20damitProzent20eineProzent20attraktivereProzent20Innenstadt.)); Abruf Juni 2023

<sup>15</sup> Stadt Zürich, Tiefbau- und Entsorgungsdepartment; online ([https://www.stadt-zuerich.ch/ted/de/index/taz/verkehr/webartikel/webartikel\\_pp\\_innenstadt.html#:~:text=ImProzent20neuenProzent20kommunalenProzent20RichtplanProzent20Verkehr,undProzent20damitProzent20eineProzent20attraktivereProzent20Innenstadt.](https://www.stadt-zuerich.ch/ted/de/index/taz/verkehr/webartikel/webartikel_pp_innenstadt.html#:~:text=ImProzent20neuenProzent20kommunalenProzent20RichtplanProzent20Verkehr,undProzent20damitProzent20eineProzent20attraktivereProzent20Innenstadt.)); Abruf Juni 2023

<sup>16</sup> Umweltbundesamt (D); 2020; Factsheet Sendlinger Straße München

<sup>17</sup> VCÖ; online (<https://vcoe.at/publikationen/vcoe-factsheets/detail/investitionen-ins-radfahren-rentieren-sich-vielfach>); Abruf Juni 2023

Gehenden sowie die durchschnittliche Verweildauer zugenommen haben. Ob sich dies auch positiv auf die Umsätze ausgewirkt hat, wurde im Rahmen dieser Auswertung nicht erhoben.

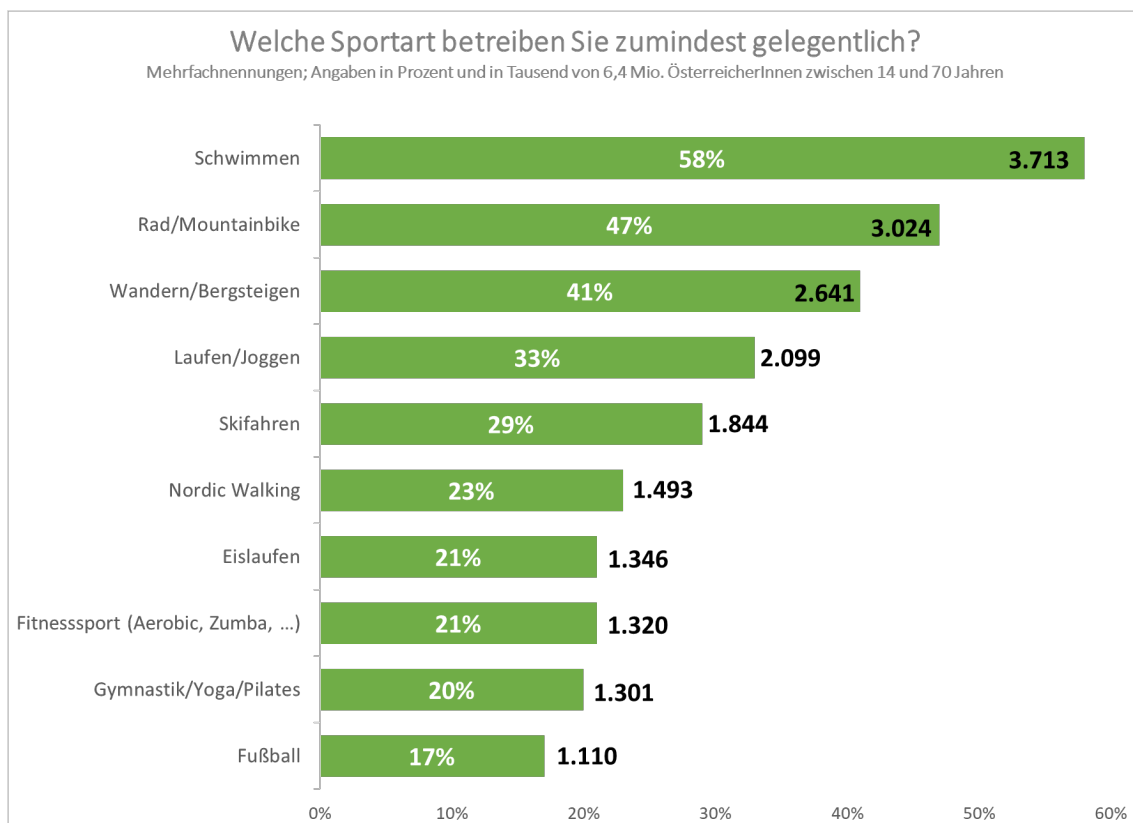
### 2.2.6. Die besten Kund:innen kommen zu Fuß

Die Fachhochschule Erfurt hat 2019 in elf deutschen Kommunen innerstädtische Kund:innen empirisch zu ihrem Einkaufsverhalten und dem genutzten Hauptverkehrsmittel befragt und deren Gesamtumsatz abgeschätzt. Es zeigt sich, dass Kund:innen, die zu Fuß unterwegs sind, den höchsten Umsatz von rund 730 EUR pro Jahr generieren. An zweiter Stelle liegen die Personen, die mit dem öffentlichen Verkehr anreisen, mit einem Umsatz von etwa 600 EUR pro Jahr, gefolgt von den Radfahrenden mit einem jährlichen Umsatz von rund 570 EUR. Mit dem Auto anreisende Kund:innen haben den geringsten Umsatz von 480 EUR pro Jahr.<sup>18</sup>

### 2.3. Wandern in der Freizeit und als Reisemotiv

Wandern zählt in Österreich nach Schwimmen und Radfahren zu den beliebtesten und am häufigsten ausgeübten Sportarten. Laut einer im Jahr 2015 durchgeführten Umfrage gehen 41 Prozent der Österreicher:innen zumindest gelegentlich wandern (siehe *Abbildung 6*).

Abbildung 6: Beliebteste Sportarten der Österreicher:innen (2015); eigene Darstellung<sup>19</sup>



<sup>18</sup> Große, C., Böhmer, J. & Lieb, S.; 2019; Mit dem Rad zum Einkauf in die Innenstadt – Konflikte und Potenziale bei der Öffnung von Fußgängerzonen für den Radverkehr, Erfurt. [https://radsam-kampagne.de/wp-content/uploads/2019/09/190925\\_Endbericht-RadverklInFuzos\\_final.pdf](https://radsam-kampagne.de/wp-content/uploads/2019/09/190925_Endbericht-RadverklInFuzos_final.pdf); Abruf August 2023

<sup>19</sup> Marktmeinungsmensch; online (<https://www.marktmeinungsmensch.at/studien/die-beliebtesten-sportarten-der-oesterreicher-2015/>); Abruf Juni 2023

Die Mitgliederentwicklung des Österreichischen Alpenvereins bestätigt den aktuellen Boom des Wanderns in Österreich (siehe *Abbildung 7*), welcher Corona-bedingt nochmals an Dynamik gewonnen hat und in den Jahren 2021 (+8,0 Prozent) und 2022 (+11,6 Prozent) zu überdurchschnittlichen Wachstumsraten geführt hat.

Abbildung 7: Alpenverein Mitgliederstatistik (2011 bis 2021); eigene Darstellung<sup>20</sup>



Aufgrund seiner topographischen Gegebenheiten ist Österreich für Besucher:innen aus dem In- und Ausland ein beliebtes Reiseziel zum Wandern. Von allen Wanderern entfallen knapp 60 Prozent auf Übernachtungsgäste, 26 Prozent sind Tagesgäste und fast 15 Prozent Einheimische.<sup>21</sup>

Für Übernachtungsgäste zeigen die Ergebnisse der T-Mona Gästebefragung<sup>22</sup>, dass rund 35 Prozent der in Österreich urlaubenden Personen als Hauptreisemotiv im Sommer einen Wander- und Bergsteigurlaub angeben. Das entspricht fast 9 Millionen Personen mit mehr als 27,6 Millionen Übernachtungen, davon rund 8,1 Millionen durch inländische und 19,5 Millionen durch ausländische Gäste. Dabei gibt der durchschnittliche inländische Gast 136 Euro pro Person und Nacht, der ausländische Gast sogar 146 Euro (jeweils ohne Anfahrtskosten) aus, die in der Urlaubsregion wertschöpfungs- und beschäftigungswirksam

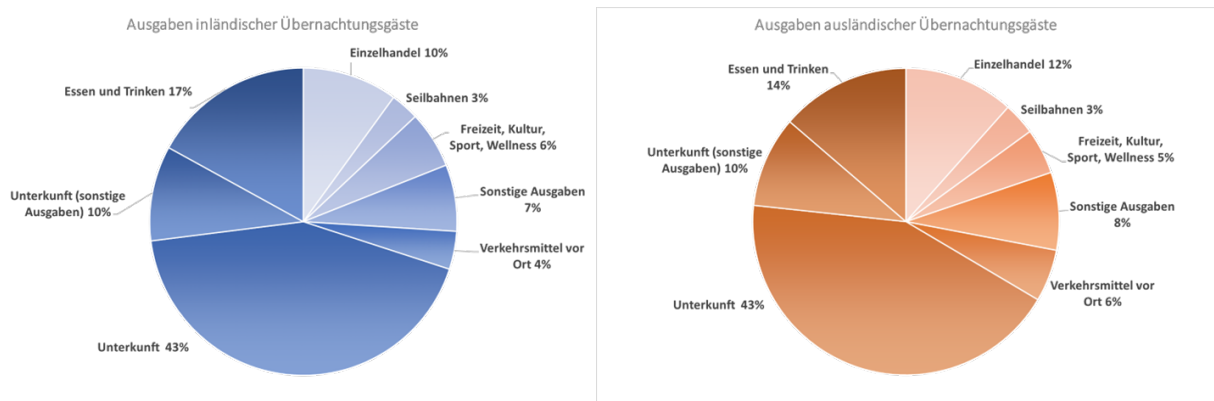
<sup>20</sup> Matt, C., Praxmarer, A.; 2023; Österreichischer Alpenverein; online ([https://www.alpenverein.at/portal/service/jahresbericht/Jahresbericht-2022\\_Ebook.pdf](https://www.alpenverein.at/portal/service/jahresbericht/Jahresbericht-2022_Ebook.pdf)); Abruf November 2023

<sup>21</sup> LOLA, 2020, Wandertourismus in Tirol; online (<https://www.lo-la.info/wer-wandert-und-wie-wandert-man-ergebnisse-wanderstudie>); Abruf Juni 2023

<sup>22</sup> Österreich Werbung; 2019; Wanderurlaub in Österreich; online (<https://www.austriatourism.com/tourismusforschung/studien-und-berichte/wanderurlauber-in-oesterreich-sommer-2019/>); Abruf November 2023

werden. Abbildung 8 zeigt eine Gegenüberstellung der Reiseausgaben von in- beziehungsweise ausländischen Übernachtungsgästen.

Abbildung 8: Reiseausgaben von Übernachtungsgästen, 2019; eigene Darstellung<sup>23</sup>



Detaillierte Daten zu den Konsumausgaben von Tagesgästen enthält eine Studie zum Wandertourismus in Tirol: Rund 40 Prozent der Gäste geben an zwischen 30 und 60 Euro bei einem Hüttenbesuch auszugeben, weitere 40 Prozent geben 16 bis 30 Euro an, die restlichen 20 Prozent liegen bei bis zu 15 Euro.

Für Tagesgäste soll für die österreichweiten Berechnungen eine vorsichtige Schätzung von 10 Euro pro Person und Tag unterstellt werden. Dadurch wird in den Berechnungen bereits berücksichtigt, dass Tirol eine Dichte an Alpenvereinshütten aufweist, die andere Bundesländer nicht aufweisen können, was zwangsläufig zu geringeren Ausgaben führt.

Nicht nur für diese Ausgaben, auch für alle anderen, den Berechnungen zugrunde gelegten Daten werden konservative Annahmen getroffen, sodass der tatsächliche, dem Wandern zurechenbare Effekt im Tourismus möglicherweise sogar noch weit darüber liegt. Zusätzlich zum Wandern und Bergsteigen im Sommer könnten nämlich noch Nordic Walking (im Sommer und Winter) sowie Schneeschuhwandern und Wandern in der Wintersaison Berücksichtigung finden. Aus Gründen der Datenverfügbarkeit musste hiervon allerdings Abstand genommen werden.

<sup>23</sup> MANOVA GmbH; 2020; Sonderauswertung



## 3. Ziel, Definition und Methode

### 3.1. Ziel der Studie

Im Fokus der Studie stehen die ökonomischen, das heißt die volkswirtschaftlichen Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte, die mit dem Gehen in all seinen Dimensionen (zur Definition: Kapitel 3.2) verbunden sind.

Externe und sogenannte sozio-ökonomische Effekte werden hingegen im Rahmen dieser Studie nicht ausgewiesen. Unberücksichtigt bleiben folglich:

- die mit dem Gehen verbundenen gesundheitsökonomischen Effekte, welchen im Masterplan Gehen 2030 ein eigenes Handlungsfeld gewidmet wird,
- die positiven, da klimaneutralen, Effekte auf die Umwelt im Vergleich zu anderen Mobilitätsformen oder
- die Bedeutung des Ehrenamts beispielsweise in der Pflege und Erhaltung des Wanderwegenetzes.

Mit den getroffenen Einschränkungen wird gewährleistet, dass die Ergebnisse auch mit der Studie zur wirtschaftlichen Bedeutung des Radfahrens in Österreich<sup>24</sup> vergleichbar sind.

Methodisch kommt die Input-Output-Analyse (Kapitel 3.4) zur Anwendung. Allerdings erfolgt die Analyse nicht – wie üblich – auf Basis der, von der Statistik Austria publizierten, Input-Output-Tabelle, sondern auf Basis einer, um ein Satellitenkonto Gehen (Kapitel 3.5) erweiterten, Tabelle. Nur so ist es möglich, die Querschnittsmaterie Gehen korrekt und ohne Doppelzählungen im Rahmen der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung abzubilden.

### 3.2. Definition

Um den Wert des Gehens berechnen zu können, bedarf es zunächst einer Definition dessen, was aus ökonomischer Perspektive dem Gehen zuzurechnen ist. An einer solchen Definition fehlt(e) es bisher, nicht nur in Österreich, auch international konnte in der Literatur keine allgemein gültige Definition des Gehens gefunden werden.

Im Rahmen dieser Studie werden das Gehen im Alltag, das Spazieren und das Wandern Berücksichtigung finden. Joggen oder Laufen werden hingegen, der Literatur folgend, nicht dem Gehen zugerechnet: Demnach ist das Hauptkriterium der Unterscheidung, dass beim Gehen immer mindestens ein Fuß im Kontakt mit dem Boden bleibt, während es beim Joggen oder Laufen Flugphasen gibt. Darüber hinaus ist Gehen weniger anstrengend und schont durch geringere Stoßbelastung die Gelenke. Auch die Herzfrequenz und der Kalorienverbrauch sind niedriger, was Gehen zu einer schonenden Bewegungsform macht,

---

<sup>24</sup> BMK; 2022; Wirtschaftsfaktor Radfahren, online unter: <https://www.klimaaktiv.at/mobilitaet/radfahren/wirtschaftsfaktor-rad.html>

die bis ins hohe Alter und auch mit gesundheitlichen Einschränkungen gut geeignet ist. Kein Unterscheidungskriterium zwischen Gehen und Laufen ist die Geschwindigkeit, mit der man sich fortbewegt.

Die Studie umfasst demnach die folgenden zwei Definitionsstufen:

- In **Definitionsstufe 1** wird ausschließlich das Gehen im Alltag erfasst. Als Grundlage zur Abgrenzung der betrachteten Sektoren beziehungsweise Inhalte werden der Masterplan Gehen 2030 beziehungsweise die darin enthaltenen Handlungsfelder und Maßnahmen herangezogen.
- In **Definitionsstufe 2** wird das Wandern beziehungsweise Spazieren (in der Freizeit) ergänzt.

Eine exakte Abgrenzung der beiden Definitionsstufen entlang der ÖNACE-Klassifikation der Wirtschaftstätigkeiten ist *Tabelle 2* zu entnehmen.



Tabelle 2: Definitionsstufen und Zuordnung zu ÖNACE-Sektoren<sup>25</sup>

ÖNACE 2008	DEFINITIONSSTUFE 1:	DEFINITIONSSTUFE 2:
	Gehen (Alltag)	Gehen und Wandern
<b>ABSCHNITT C – HERSTELLUNG VON WAREN</b>		
C 14: Herstellung von Bekleidung	Alltagsbekleidung	Outdoor- bzw. Wanderbekleidung
C 15: Herstellung von Schuhen und Lederwaren	Alltagsschuhe, Trollys, Koffer	Bergschuhe
C 25: Herstellung von Metallerzeugnissen	Verkehrszeichen	
C 30: Sonstiger Fahrzeugbau	Kinderwagen	
C 31: Herstellung von Möbeln	Bänke und Sitzgelegenheiten	
<b>ABSCHNITT D und E – ENERGIE- und WASSERVERSORGUNG</b>		
D 35: Energieversorgung	Verrohrung für Fernwärme	
E 36: Wasserversorgung	Trinkbrunnen, Hydranten	
<b>ABSCHNITT F – BAU</b>		
F 42: Tiefbau	neue Gehwege, Fußgängerzonen, Begegnungszonen, Wohnstraßen, Fahrbahnanhebungen, Gehsteigvorziehungen, FG-Ampeln, taktile Leitsysteme, etc.	Wanderwege
F 41: Hochbau		Berg-/Wanderhütten
F 43: Bauinstallations- u. sonstige Ausbauarbeiten	Straßenbeleuchtung	
<b>ABSCHNITT G – HANDEL</b>		
G 46: Großhandel	Schuhe, Bekleidung	
G 47: Einzelhandel	Schuhe, Alltagsbekleidung, Gästegaben im Tourismus	Wanderschuhe, Outdoorbekleidung
<b>ABSCHNITT H – VERKEHR UND LAGEREI</b>		
H 49: Landverkehr		Bergbahnen, Gästegaben im Tourismus (Verkehr vor Ort)
<b>ABSCHNITT I – BEHERBERGUNG UND GASTRONOMIE</b>		
I 55: Beherbergung		Übernachtungsgäste mit Reisezweck Wandern und Bergsteigen
I 56: Gastronomie		Übernachtungs- und Tagesgäste mit Reisezweck Wandern und Bergsteigen
<b>ABSCHNITT J – INFORMATION UND KOMMUNIKATION</b>		
J 58: Verlagswesen		Bücher und Zeitschriften mit Bezug zum Wandern, Wanderkarten
<b>ABSCHNITT K – FINANZ- UND VERSICHERUNGSDIENSTLEISTUNGEN</b>		
K 65: Versicherungen		Versicherung von Wanderer:innen bzw. bei geführten Touren
<b>ABSCHNITT M – FREIBERUFLICHE, WISSENSCHAFTLICHE UND TECHNISCHE DIENSTLEISTUNGEN</b>		
M 71: Ingenieurbüros	Planungen, Konzepte	
M 72: Forschung und Entwicklung	Studien	
M 73: Werbung und Marktforschung	Kampagnen	Tourismuskampagnen
<b>ABSCHNITT N – SONSTIGE WIRTSCHAFTLICHE DIENSTLEISTUNGEN</b>		
N 79: Reisebüros, Reiseveranstalter		Wanderreisen
N 81: Garten- und Landschaftsbau	Garten-/Landschaftsbau, Straßenreinigung	
N 82: Messe- u. Kongressveranstalter	Kongressveranstaltungen mit Bezug zum Gehen	
<b>ABSCHNITT O – ÖFFENTLICHE VERWALTUNG</b>		
O 84: Öffentliche Verwaltung	Personal für Planung und Konzepte im Fußverkehr, Erhaltung der Infrastruktur	
<b>ABSCHNITT P – ERZIEHUNG UND UNTERRICHT</b>		
P 85: Erziehung und Unterricht	Lehrlingsausbildung	Lehrlingsausbildung, Wanderführerausbildung
<b>ABSCHNITT R – KUNST, UNTERHALTUNG UND ERHOLUNG</b>		
R 93: Dienstleistungen des Sports, der Unterhaltung und Erholung		Bergsportvereine
<b>ABSCHNITT S – SONSTIGE DIENSTLEISTUNGEN</b>		
S 95: Reparatur von Gebrauchsgütern	Dienstleistungen von Interessensvertretungen, Schuhreparatur	Schuhreparatur

<sup>25</sup> eigene Darstellung

### 3.3. Untersuchte volkswirtschaftliche Kennzahlen

Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Gehens umfasst die Quantifizierung der wirtschaftlichen Effekte des Wirtschaftsfaktors Gehen, ausgedrückt in Beiträgen zum Bruttoproduktionswert, zur Bruttowertschöpfung und zur Beschäftigung. Die Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte werden in der Studie für die aufeinander aufbauenden Definitionsstufen separat berechnet und ausgewiesen. Die Ergebnisse auf Definitionsstufe 2 sind mit der im Jahr 2022 durchgeführten Radverkehrs-Studie vergleichbar.

Der **Bruttoproduktionswert** ist definiert als Gesamtwert aller im Produktionsprozess erzeugten Waren und Dienstleistungen. Als solcher bildet er das volkswirtschaftliche Pendant zum betriebswirtschaftlichen (Netto-)Umsatz und damit die Grundlage zur Berechnung der Bruttowertschöpfung, einer weiteren, sehr wichtigen Kenngröße.

Die **Bruttowertschöpfung** ist eine der zentralen und aussagekräftigsten Kennzahlen der Volkswirtschaft; sie berechnet sich aus der Gesamtproduktion (dem Bruttoproduktionswert) abzüglich der benötigten (in- und ausländischen) Vorleistungen. Anders ausgedrückt bemisst sie jenen Betrag, der für die Entlohnung der Produktionsfaktoren Arbeit (Personalausgaben) und Kapital (Gewinn, Abschreibungen) erforderlich ist (*Abbildung 9*).

Abbildung 9: Begriffliche Abgrenzung Umsatz – Bruttoproduktionswert – Wertschöpfung<sup>26</sup>

Brutto-Umsatz		BWL
Netto-Umsatz	= Brutto-Umsatz abzüglich Umsatzsteuer	
<hr/>		
Bruttoproduktionswert	= Gesamtwert der im Produktionsprozess erzeugten Waren und Dienstleistungen	VWL
Vorleistungen	= Wert der im Produktionsprozess verbrauchten, verarbeiteten oder umgewandelten Waren und Dienstleistungen	
Bruttowertschöpfung	= Betrag, der für die Entlohnung der Produktionsfaktoren Arbeit und Kapital zur Verfügung steht	
	Löhne & Gehälter Gewinn Abschreibungen	

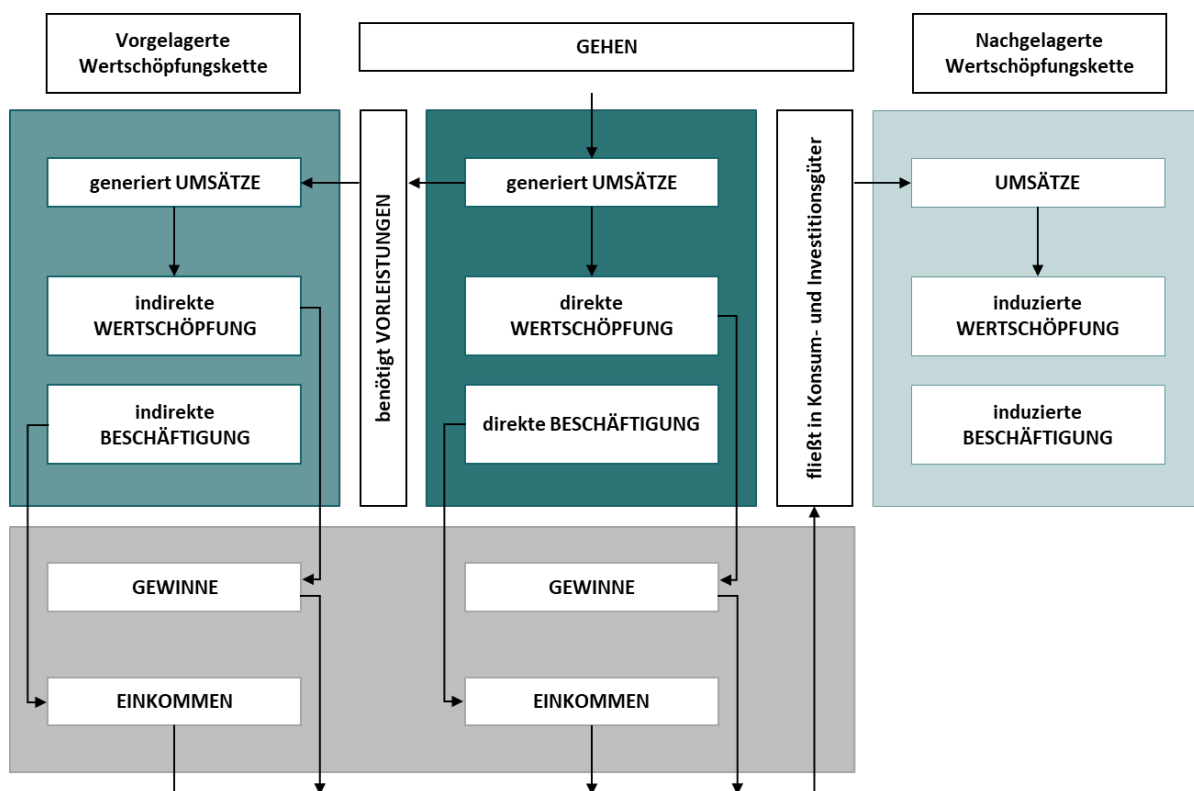
**Beschäftigungseffekte** werden sowohl in Köpfen (Beschäftigungsverhältnisse, unabhängig vom Beschäftigungsausmaß) als auch in Vollzeitäquivalenten ausgewiesen.

<sup>26</sup> eigene Darstellung

Für die genannten Kennzahlen sind stets drei Wirkungskanäle zu berücksichtigen (Abbildung 10).

- Der **direkte Wertschöpfungs- beziehungsweise Beschäftigungseffekt** umfasst jenen Wert an Bruttowertschöpfung beziehungsweise Beschäftigung, der direkt in den mit Gehen und Wandern verbundenen Sektoren erwirtschaftet beziehungsweise an Beschäftigung generiert wird.
- Der sich aus den Zulieferbeziehungen (Vorleistungsverflechtungen) entlang der gesamten Wertschöpfungskette ableitende **indirekte Wertschöpfungs- beziehungsweise Beschäftigungseffekt** bei den Zulieferbetrieben.
- Die aus der Einkommensverwendung resultierenden **induzierten Effekte**: Die geschaffenen beziehungsweise abgesicherten Arbeitsplätze generieren Einkommen, welche von den Beschäftigten wieder zu Konsum- und Investitionszwecken ausgegeben werden und damit die Endnachfrage, insbesondere im Einzelhandel, anregen.

Abbildung 10: Direkte, indirekte und induzierte Effekte<sup>27</sup>



### 3.4. Input-Output-Tabellen und Input-Output-Analyse

Im Rahmen dieser Studie kommt die Input-Output-Analyse zur Anwendung. Die Input-Output-Analyse ist das methodische Instrument, um aufbauend auf sogenannten Input-Output-Tabellen den gesamtwirtschaftlichen Beitrag des Gehens quantifizieren zu können.

<sup>27</sup> eigene Darstellung

Die Arbeit mit Input-Output-Tabellen sowie deren Analyse ist heute eine der am meisten angewandten Methoden der Ökonomie. Die Input-Output-Tabelle besteht grundsätzlich aus Zeilen und Spalten. Die Reihen geben die Verteilung eines Outputs auf die Ökonomie an, das heißt, wie viel ein Sektor an die anderen Sektoren als Input und an die Endnachfrage liefert. In weiteren zusätzlichen Reihen vermerkt man Wertschöpfung sowie Importe. Die Spalten geben an, wie viel Inputs zur Erzeugung des Outputs benötigt werden. In zusätzlichen Spalten steht die Endnachfrage. Hier werden die Verkäufe eines jeden Sektors an die verschiedenen Endnachfragekomponenten (privater Konsum, staatlicher Konsum, Investitionen, Lagerveränderungen, Exporte) notiert.

Die Input-Output-Tabelle kann in drei Quadranten unterteilt werden:

- den Vorleistungsquadranten, als eigentlichen Kern der Input-Output-Tabelle, welcher die Lieferungen und Bezüge der einzelnen Sektoren (das heißt die Vorleistungen) erfasst und die Basis zur Berechnung indirekter Effekte darstellt,
- den Endnachfrage-Quadranten sowie
- den Wertschöpfungsquadranten.

Um den Vorleistungs-Quadranten mit Daten zu füllen, benötigt man die Austauschbeziehungen von Produkten zwischen den verschiedenen Sektoren. Diese Austauschbeziehungen nennt man auch interindustrielle beziehungsweise intersektorale Ströme. Diese werden für eine bestimmte Zeitperiode (üblicherweise ein Jahr) gemessen und in Geldeinheiten angegeben. In diesem Quadranten werden auch die importierten Vorleistungen separat angegeben. Dies ist insofern wichtig, als indirekte Effekte in Österreich nur durch Güter und Dienstleistungen generiert werden, die auch in Österreich hergestellt werden.

Unter Endnachfrage versteht man jene Nachfrage nach Gütern und Dienstleistungen, die nicht wieder als Inputs im Produktionsprozess verwendet werden. Man unterscheidet zwischen inländischer Endnachfrage (privater Konsum, staatlicher Konsum, Investitionen) und ausländischer Endnachfrage (Exporte).

Der Wertschöpfungsquadrant zeigt, teilweise gelesen, die Verteilung der Wertschöpfungskomponenten auf die Sektoren, spaltenweise gelesen die Zusammensetzung der Wertschöpfung eines bestimmten Sektors. Die einzelnen Komponenten der Wertschöpfungsmatrix sind insbesondere die Personalausgaben, die Gewinne und Abschreibungen.

Die der Input-Output-Analyse zugrundeliegende Fragestellung ist: Wenn die Nachfrage eines bestimmten Sektors für ein Jahr vorhergesehen werden kann, wie viel Output muss dann von den anderen Sektoren produziert werden, um diese Nachfrage zu decken?

Für die konkrete Fragestellung bedeutet dies: bei gegebener, mit dem Gehen und Wandern verbundener Endnachfrage im Jahr 2019, wie viel muss in den heimischen, zuliefernden Sektoren abseits der Sektoren, die unmittelbar betroffen sind, an Vorleistungen und Handelsgütern produziert werden, um diese Nachfrage zu decken.

Die Lösung für den Bruttooutput als Funktion der Endnachfrage berechnet sich über die sogenannte Leontief-Inverse  $(I-A)^{-1}$ :

$$X = (I - A)^{-1}Y$$

mit dem Bruttooutput  $X$ , der Endnachfrage  $Y$ , der Einheitsmatrix  $I$  und der Matrix der technischen Koeffizienten  $A$ , die angibt, wie viel Inputs pro Sektor für die Produktion eines Gutes oder einer Dienstleistung benötigt werden. Die Leontief-Inverse, deren einzelne Elemente zeigen, wie viel monetäre Einheiten Lieferwert des Zeilenvektors für eine monetäre Einheit Endnachfrage im Spaltenvektor erforderlich sind, ist damit das Kernstück der Input-Output-Analyse, um multiplikative (indirekte) Effekte berechnen zu können.

### **3.5. Satellitenkonto**

Um die gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Gehens und Wanderns abbilden und quantifizieren zu können, bedarf es zunächst der Erstellung eines „Satellitenkontos Gehen“. Satellitenkonten werden von Eurostat zur Erfassung von Querschnittsmaterien empfohlen, um eine möglichst realitätsgetreue Abbildung der wirtschaftlichen Bedeutung, ohne die Gefahr einer Doppelzählung, zu erhalten.

Satellitenkonten eignen sich für alle Fragestellungen, in welchen die Ausgangsdaten aufgrund des zu hohen Aggregationsgrades schwierig zu interpretieren sind. Um die Übersichtlichkeit der Daten auch für solche Bereiche zu gewährleisten, werden die Daten der Ausgangstabellen – etwa der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung – weiter disaggregiert. So stellt das Gehen wirtschaftsstatistisch gesehen keine klar definierte Branche dar, sondern umfasst als Querschnittsmaterie eine Vielzahl von (Teil-)Sektoren der österreichischen Wirtschaft. Diese Aktivitäten und Effekte werden mittels nationaler Input-Output-Tabelle im Rahmen der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung jedoch nicht gesondert erfasst und ausgewiesen.

Um diese, nicht im benötigten Detailgrad ausgewiesenen, Informationen sichtbar machen zu können, müssen tiefer gegliederte Input-Output-Tabellen zu spezifischen Bereichen entwickelt werden. So wurde im Rahmen der vorliegenden Studie das erste Satellitenkonto zum Gehen im Alltag beziehungsweise zum Gehen und Wandern entwickelt. Da diese Erweiterungen der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung und der Input-Output-Tabelle die Basistabelle thematisch sozusagen umkreisen, nennt man diese Satellitenkonten.

In einem vereinfachten 3-Sektoren-Modell ist dargestellt, wie die ursprüngliche Input-Output-Tabelle (Abbildung 11) in den Spalten und Zeilen um die, im Satellitenkonto Gehen erfassten (inländischen) Handelsgüter und Dienstleistungen zu erweitern ist (Abbildung 12).

Abbildung 11: Vereinfachte Darstellung einer Basis-Input-Output-Tabelle<sup>28</sup>

		Vorleistungslieferungen			Σ	Endnachfrage					Gesamtverwendung
		Gut 1	Gut 2	Gut 3		Privater Konsum	Staatlicher Konsum	Investitionen	Lagerveränderungen	Exporte	
	Gut 1	7	2	2	11	24	2	1	0	3	41
	Gut 2	5	15	4	24	5	6	3	2	10	50
	Gut 3	3	3	11	17	8	12	0	0	2	39
Σ Heimische Vorleistungen		15	20	17	52						
Vorleistungsimporte		5	8	1	14						
<b>Vorleistungen gesamt</b>		<b>20</b>	<b>28</b>	<b>18</b>	<b>66</b>						
	Personalausgaben	12	9	18	39						
	Produktionsabgaben/Subventionen	2	3	0	5						
	Abschreibungen	6	5	2	13						
	Gewinne	1	5	1	7						
<b>Σ Bruttowertschöpfung</b>		<b>21</b>	<b>22</b>	<b>21</b>	<b>64</b>						
<b>Produktionswert</b>		<b>41</b>	<b>50</b>	<b>39</b>	<b>130</b>						

Abbildung 12: Vereinfachte Darstellung einer Input-Output-Tabelle inkl. Satellitenkonto<sup>29</sup>

		Vorleistungslieferungen						Σ	Endnachfrage					Gesamtverwendung
		Gut 1	Gut 2	Gut 3	Gehen Gut 1	Gehen Gut 2	Gehen Gut 3		Privater Konsum	Staatlicher Konsum	Investitionen	Lagerveränderungen	Exporte	
Vorleistungen	Gut 1	3	1	1	1	0	1	7	21	1	1	0	1	31
	Gut 2	2	8	2	1	1	1	15	3	4	2	2	10	36
	Gut 3	2	1	4	1	1	2	11	7	8	0	0	1	29
	Gehen Gut 1	2	0	0	1	1	0	4	3	1	0	0	2	10
	Gehen Gut 2	1	2	1	1	4	0	9	2	2	1	0	0	14
	Gehen Gut 3	0	1	3	0	0	2	6	1	4	0	0	1	11
Σ Heimische Vorleistungen		10	13	11	5	7	6	52						
Vorleistungsimporte		3	7	1	2	1	0	14						
<b>Vorleistungen gesamt</b>		<b>13</b>	<b>20</b>	<b>12</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>66</b>						
	Personalausgaben	10	6	13	2	3	5	39						
	Produktionsabgaben/Subventionen	2	2	0	0	1	0	5						
	Abschreibungen	5	4	2	1	1	0	13						
	Gewinne	1	4	1	0	1	0	7						
<b>Σ Bruttowertschöpfung</b>		<b>18</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>64</b>						
<b>Produktionswert</b>		<b>31</b>	<b>36</b>	<b>28</b>	<b>10</b>	<b>14</b>	<b>11</b>	<b>130</b>						

Die Vorteile eines „Satellitenkontos Gehen“ sind vielfältig:

- Es handelt sich um eine statistische Methode mit der die gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Gehens, abgestimmt auf die Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, erfasst werden kann.
- Im Satellitenkonto wird das gesamte Wertschöpfungsnetzwerk als eigenständige Branche dargestellt.

<sup>28</sup> eigene Darstellung

<sup>29</sup> eigene Darstellung

- Mit einem Satellitenkonto wird eine einheitliche, verlässliche und aktuelle empirische Datengrundlage geschaffen.
- Über die direkten Effekte hinaus können auch multiplikative Effekte für Österreich berechnet werden.
- Intertemporale Vergleiche werden möglich.

Die Anwendungsmöglichkeiten von Satellitensystemen sind folglich vielfältig. Im Vordergrund steht meist die Darstellung des Ist-Zustandes eines Teilbereiches der Volkswirtschaft zu einem bestimmten Zeitpunkt. Darüber hinaus können Satellitensysteme aber – wenn sie regelmäßig mit den jeweils aktuellen Daten fortgeschrieben werden – auch als Prognose-, Planungs- und Kontrollinstrument eingesetzt werden. Satellitenkonten stellen damit eine leistungsstarke Erweiterung des Anwendungsspektrums der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung und ein Instrument zur Generierung politisch entscheidungsrelevanter Informationen dar.

Methodisch sind im ersten Schritt jene Güter und Dienstleistungen, die einen Bezug zum Gehen aufweisen, zu identifizieren und dem jeweiligen ÖNACE-Sektor zuzuordnen. Das heißt, für alle Güter und Dienstleistungen, die in der Definition des Gehens (vergleiche Kapitel 3.2) inkludiert sind, sind die relevanten Branchen (zum Beispiel die Herstellung von Schuhen, der Einzelhandel mit Schuhen, der Wandertourismus oder auch Bergsportvereine et cetera) zu identifizieren und deren Wertschöpfungs- und Beschäftigungsbeiträge sowie Umsatzerlöse zu erheben.

Im zweiten Schritt sind dann diese Sektoren mit Bezug zum Gehen/Wandern im Rahmen der Input-Output-Tabelle zu modellieren. Dadurch können in weiterer Folge nicht nur direkte Effekte auf Wertschöpfung und Beschäftigung, sondern auch indirekte und induzierte Effekte bestimmt werden.

## 4. Daten

Die Berechnung der volkswirtschaftlichen Bedeutung des Gehens erforderte zunächst eine umfassende Datenrecherche. Diese wurde entlang der, für das Gehen relevanten, Abschnitte der Wirtschaftstätigkeiten lt. ÖNACE 2008 (vergleiche hierzu die Abgrenzung in Tabelle 2) durchgeführt.

### 4.1. Datenquellen

Da die - für die Berechnungen benötigten - Daten in der amtlichen Statistik häufig nur auf zu hohem Aggregationsniveau verfügbar sind, wurde in der gegenständlichen Studie eine Kombination aus top-down (Makrodaten auf volkswirtschaftlicher Ebene) und bottom-up-Ansatz (Mikrodaten auf betriebswirtschaftlicher Ebene) verwendet. Ergänzt wurde die Datenrecherche um ausgewählte Expert:innen-Interviews.

Folgende Sekundärdatenquellen wurden herangezogen:

- Leistungs- und Strukturhebung, Statistik Austria
- Input-Output-Tabelle, Statistik Austria
- AMIS-Arbeitsmarktinformationssystem, Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit
- Beschäftigungsdaten, Dachverband der Sozialversicherungsträger und AMS
- T-Mona Gästebefragung, Sonderauswertung der MANOVA GmbH
- Branchendaten der Wirtschaftskammer Österreich
- Vereins- und Verbandsdaten (zum Beispiel Alpenverein, VAVÖ)
- Firmen-Compass (einzelbetriebliche Bilanzen sowie G&Vs)

### 4.2. Referenzjahr

Grundsätzlich wären zum Zeitpunkt der Studiererstellung bereits Auswertungen zum Jahr 2021 möglich gewesen. Dennoch wurde als Referenzjahr 2019 gewählt. Hierfür sprechen folgende Gründe:

1. COVID-bedingte Effekte, vor allem im Tourismus und im Einzelhandel, werden mit der Wahl des letzten Vor-Corona-Jahres ausgeschlossen.
2. Die ohnehin eingeschränkte Datenverfügbarkeit stellt sich für das 2019 noch am besten dar.
3. Die Vergleichbarkeit mit der Studie „Wirtschaftsfaktor Radfahren“, welche ebenfalls auf dem Referenzjahr 2019 basiert, ist damit gewährleistet.

### 4.3. Datenerfordernis

Als Minimumerfordernis auf volkswirtschaftlicher Ebene wurden – je Wirtschaftstätigkeit – die Umsatzerlöse, die mit dem Gehen verbunden sind, erhoben. Diese wurden für die



Berechnungen – wo immer möglich – durch Beschäftigungsdaten und wertschöpfungsrelevante Daten (Wertschöpfung in Summe oder Einzelpositionen wie Personalausgaben, Gewinne oder Abschreibungen) ergänzt. Insbesondere für die Berechnung der indirekten Effekte wurden auch Sachausgaben für Güter und Dienstleistungen sowie Importquoten erfasst.

Da für alle relevanten Sektoren nur die mit dem Gehen verbundenen Anteile auszuweisen sind, wurde der Abschätzung dieser Sektor-Anteile anhand zusätzlicher Informationen besonders große Bedeutung zugemessen.

Die Ergebnisse dieser Datenrecherche und die daraus resultierenden, zurechenbaren Umsätze werden im Folgenden – dem Aufbau der Wirtschaftstätigkeitenklassifikation folgend – überblicksmäßig dargestellt.

## 4.4. Branchendaten

### 4.4.1. Herstellung von Waren (ÖNACE Abschnitt C)

In der Sachgütererzeugung wurden die Sektoren 14 (Herstellung von Bekleidung) und 15 (Herstellung von Lederwaren und Schuhen) als relevant für das Gehen und Wandern identifiziert:

In der **Herstellung von Bekleidung (Sektor 14)** konnten für die Herstellung einschlägiger Outdoor- beziehungsweise Wanderbekleidung im Jahr 2019 die Löffler GmbH aus Ried im Innkreis sowie die MARTINI-SPORTSWEAR GmbH aus Annaberg identifiziert werden, die in Summe 33,8 Millionen Euro Umsatz erwirtschafteten.

Darüber hinaus ist für das Gehen im Alltag und Spazieren aber auch die „normale“ Alltagskleidung berechnungsrelevant. Als zurechenbare Annäherung soll hier zunächst die – über Jahre hinweg konstante – Tageswegedauer verwendet werden, welche bei 85 Minuten pro Tag (und 43 km täglich) liegt; hiervon wird die Unterwegszeit mit 70 Minuten berücksichtigt<sup>30</sup> und auf die Gesamtzeit außer Haus umgelegt; diese liegt im Wochendurchschnitt bei 10,9 Stunden (wochentags 12 Stunden, am Wochenende 8 Stunden) oder 45,4 Prozent des Tages.<sup>31</sup> Auf diesen Wert soll der Anteil des Gehens am Modal Split Verwendung finden; Dieser liegt bei 18 Prozent. Es fließt folglich ein Anteil von

---

<sup>30</sup> Tomschy R., Herry M., Sammer G., Klementschitz R., Riegler S., Follmer R., Gruschwitz D., Josef F., Gensasz S, Kirnbauer R., Spiegel T; Österreich unterwegs 2013/2014; Ergebnisbericht zur österreichweiten Mobilitätsenerhebung „Österreich unterwegs 2013/2014“, im Auftrag von: Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie, Autobahnen- und Schnellstraßen-Finanzierungs-Aktiengesellschaft, Österreichische Bundesbahnen Infrastruktur AG, Amt der Burgenländischen Landesregierung, Amt der Niederösterreichischen Landesregierung, Amt der Steiermärkischen Landesregierung und Amt der Tiroler Landesregierung; Herausgeber: Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie, Wien, 2016; online ([https://www.bmk.gv.at/dam/jcr:fbe20298-a4cf-46d9-bbee-01ad771a7fda/oeu\\_2013-2014\\_Ergebnisbericht.pdf](https://www.bmk.gv.at/dam/jcr:fbe20298-a4cf-46d9-bbee-01ad771a7fda/oeu_2013-2014_Ergebnisbericht.pdf)); Abruf November 2023

<sup>31</sup> Integral Markt- und Meinungsforschung; 2019; Endlich zuhause, Studie im Auftrag von ImmobilienScout24, online ([https://www.ots.at/presseaussendung/OTS\\_20190503\\_OTS0048/aktuelle-studie-wir-verbringen-mehr-zeit-zuhause](https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20190503_OTS0048/aktuelle-studie-wir-verbringen-mehr-zeit-zuhause)); Abruf November 2023

1,93 Prozent der „normalen“ Bekleidung in die Berechnungen ein.<sup>32</sup> Bei einem Gesamtumsatz der Branche in Höhe von 475,6 Millionen Euro entspricht dies einem zurechenbaren Anteil von knapp 9,2 Millionen Euro.

Wichtige Facts & Figures zur **Herstellung von Schuhen (ÖNACE 15.2)** sind dem Factsheet der Schuh- und Lederwarenindustrie der Wirtschaftskammer, Berufsgruppe Schuh- und Lederwarenindustrie zu entnehmen.<sup>33</sup> Demnach zählte die Berufsgruppe im Jahr 2019 30 Unternehmen. Von insgesamt 1.590 Beschäftigten waren 1.170 mit der Herstellung von Schuhen beschäftigt.

Noch höher liegen die in der Leistungs- und Strukturhebung der Statistik Austria ausgewiesenen Werte für die Schuhindustrie: demnach wurde in 90 Unternehmen von 1.490 Beschäftigten ein Umsatz von 471,6 Millionen Euro erwirtschaftet. Wie für die Alltagsbekleidung soll auch für die Schuhe nur jener, der Alltagsbewegung zurechenbare Anteil von 1,93 Prozent<sup>34</sup> Verwendung finden; dies entspricht Umsatzerlösen in Höhe von 9,1 Millionen Euro.

Aber nicht nur Schuhe, auch Taschen, Koffer, Trolleys sowie Schnürsenkel aus Leder sind anteilig dem Gehen zurechenbar. Diese Teilbereiche aus **ÖNACE 15.12 (Lederverarbeitung ohne Bekleidung)** werden – dem Anteil des Gehens am Modal Split von 18 Prozent<sup>35</sup> folgend – berücksichtigt, was bei einem Gesamtumsatz der Branche von knapp 37,1 Millionen Euro zurechenbaren 6,7 Millionen Euro entspricht.

#### **4.4.2. Bau (ÖNACE Abschnitt F)**

Daten zu den jährlichen Investitions- beziehungsweise Erhaltungskosten der Fußverkehrsinfrastruktur werden in der Statistik nicht gesondert ausgewiesen. Für den Fußverkehr im Alltag ist vor allem der Sektor Tiefbau, hierunter fallen der Bau von Straßen, Gehwegen et cetera, relevant.

Um ihn in der Studie abbilden zu können, wurde folgende Vorgehensweise als Annäherung gewählt: Der Fokus wurde generell auf das Gemeindestraßennetz gelegt, da entlang von Bundesstraßen (Autobahnen, Schnellstraßen) sowie entlang außerorts (im Freiland) geführter Landesstraßen der Fußverkehr keine beziehungsweise nur eine untergeordnete Rolle spielt. Der Neubau beziehungsweise die Erhaltung von Gehsteigen liegt damit im Zuständigkeitsbereich der Gemeinden. Daher wurde geschlussfolgert, dass die Investitions-

---

<sup>32</sup> Dieser Anteil soll – mangels vergleichbarer Daten auf internationaler Ebene – auch für alle Exporte unterstellt werden.

<sup>33</sup> WKO; online (<https://www.wko.at/branchen/industrie/textil-bekleidung-schuh-leder/schuh-lederwarenindustrie/unternehmen-der-schuhindustrie.html>); Abruf Februar 2023

<sup>34</sup> Wie auch für die Bekleidungsindustrie muss hier für die Exporte derselbe Anteil wie im Inland unterstellt werden.

<sup>35</sup> Im Gegensatz zu Bekleidung und Schuhen, die ganztägig und auch Indoor-Verwendung finden (zusätzlich zur Mobilitätsform müssen daher auch die Außerhauszeiten anteilig berücksichtigt werden), werden Koffer et cetera annahmegemäß nur dazu verwendet, um Dinge von einem Ort zu einem anderen Ort zu transportieren. Da sie folglich nur außer Haus verwendet werden, genügt es, ausschließlich auf die Mobilitätsform abzustellen.

und Erhaltungskosten der Fußverkehrsinfrastruktur vorwiegend in den Gemeindebudgets abgebildet werden. Diese können den Gebarungsübersichten der Statistik Austria<sup>36</sup> entnommen werden.

Die **österreichischen Gemeinden (ohne Wien)** gaben 2019 laut Gebarungsübersicht 6,8 Prozent der Gesamtausgaben in Höhe von 23,4 Milliarden Euro für die Abschnitte „Straßenbau“ und „Straßenverkehr“ aus. Dies entspricht insgesamt 1.596,3 Millionen Euro, welche sich mit 1.363,1 Millionen Euro auf den Bausektor und 233,2 Millionen Euro auf die öffentliche Verwaltung (zum Beispiel für die Bearbeitung und Verwaltung der Anträge im Straßenbau) aufteilen. In der **Stadt Wien** lag der Anteil für Straßenbau und Straßenverkehr geringer, bei nur 1,9 Prozent der Gesamtausgaben in Höhe von 14,4 Milliarden Euro. Das entspricht 273,6 Millionen Euro, welche sich zu 241,6 Millionen Euro auf den Bausektor und 32,0 Millionen Euro auf die öffentliche Verwaltung aufteilen.<sup>37</sup> Zum Vergleich: Laut VCÖ gaben österreichische Gemeinden im Jahr 2011 im Schnitt noch 10 Prozent des Budgets für Straßenbau, Erhaltung und Betrieb aus.<sup>38</sup>

In weiterer Folge wurde in der Stadt Wien ein Drittel und in den restlichen Gemeinden Österreichs ein Viertel des für Straßenbau/-verkehr verwendeten Budgets dem Fußverkehr zugeordnet. Für Wien wurde damit die bestehende Flächenaufteilung – mit einem Anteil der Gehsteige an der Gesamtfläche von knapp einem Drittel – herangezogen.<sup>39</sup> Insgesamt sind für das Gehen im Alltag folglich Umsätze in Höhe von 421,3 Millionen Euro der Bauwirtschaft zuzurechnen. Auf die öffentliche Verwaltung entfallen 69 Millionen Euro.

In diesen Straßenbau- und Straßenverkehrsbudgets noch unberücksichtigt sind die für Fußgängerbereiche relevanten Ausgaben wie beispielsweise für Begrünung, Verkehrszeichen, Möblierung (Bänke), Beleuchtung, Trinkwasserspender oder Brunnen. Anhand eines konkreten Beispiels für die klimafitte Zollergasse (siehe Exkurs) kann dargestellt werden, dass nur rund 70 Prozent der Gesamtkosten durch das Straßenbaubudget abgedeckt sind. Rund 30 Prozent der Investitionskosten werden für diese weiteren Ausgaben getätigt, welche allerdings weder im Tiefbau noch in der öffentlichen Verwaltung, sondern in einer Vielzahl unterschiedlichster Sektoren erfasst werden. Dies sind im Wesentlichen:

- ÖNACE 81: Garten- und Landschaftsbau (Begrünung)
- ÖNACE 43: Vorbereitende Baustellenarbeiten, Bauinstallationen (Beleuchtung)
- ÖNACE 25: Herstellung von Metallerzeugnissen (Verkehrszeichen)
- ÖNACE 36: Wasserversorgung

---

<sup>36</sup> Statistik Austria; online ([https://www.statistik.at/fileadmin/publications/Gebarungsuebersichten\\_2019.pdf](https://www.statistik.at/fileadmin/publications/Gebarungsuebersichten_2019.pdf)); Abruf März 2023

<sup>37</sup> Statistik Austria; 2020; Gebarungsübersichten

<sup>38</sup> VCÖ; online (<https://vcoe.at/service/fragen-und-antworten/zahlen-und-fakten-zur-verkehrsinfrastruktur-in-oesterreich/>); Abruf März 2023

<sup>39</sup> Scherer; online (<https://www.wienschauen.at/die-vielen-vorteile-von-verkehrsberuhigung/>); Abruf März 2023

- ÖNACE 35: Energieerzeugung und -versorgung (Verrohrungen)
- ÖNACE 31: Herstellung von Möbeln (Sitzbänke et cetera)

Weitere insgesamt 210,1 Millionen Euro, die dem Gehen zugerechnet werden können, entfallen demnach wie folgt auf diese Wirtschaftssektoren:

- ÖNACE 81: 55,5 Millionen Euro
- ÖNACE 43: 8,2 Millionen Euro
- ÖNACE 25: 12,4 Millionen Euro
- ÖNACE 36: 48,3 Millionen Euro
- ÖNACE 35: 71,2 Millionen Euro
- ÖNACE 31: 14,5 Millionen Euro

#### **4.4.3. Handel (ÖNACE Abschnitt G)**

Sowohl im Großhandel (G 46) als auch im Einzelhandel (G 47) werden für das Gehen relevante Güter (zum Beispiel Bekleidung, Schuhe, Koffer) gehandelt. Von Umsatzerlösen in Höhe von insgesamt 2.031,7 Millionen Euro im Großhandel mit Bekleidung und Schuhen sowie 6.564,3 Millionen Euro im Einzelhandel mit Bekleidung und Schuhen sind – entsprechend dem zuvor berechneten Anteil von 1,93 Prozent – 39,2 Millionen Euro im Großhandel und 126,7 Millionen Euro im Einzelhandel dem Gehen im Alltag zurechenbar.<sup>40</sup>

Im Einzelhandel ebenfalls abgebildet werden die Ausgaben von Tourist:innen, die im Zuge eines Wanderurlaubs getätigt werden. Dazu zählen sowohl Ausgaben im Lebensmitteleinzelhandel, aber auch zum Beispiel für Bekleidung, Souvenirs oder sonstige Ausgaben. Diese Ausgaben beliefen sich im Jahr 2019 auf netto 620,4 Millionen Euro und werden den Umsatzerlösen der Definitionsstufe 2 zugerechnet.

Im Rahmen dieser Studie nicht abgedeckt werden jene (Mehr-)Umsätze im Einzelhandel, die auf verkehrsberuhigten Zonen und Straßen getätigt werden. Auch wenn viele Studien positive Effekte auf die Umsätze in diesen Zonen aufzeigen, so ist doch anzunehmen, dass es sich hier – österreichweit betrachtet – nicht um zusätzliche Ausgaben handelt. Vielmehr wird es sich um eine Verschiebung des Konsums (weg von anderen Einkaufsmöglichkeiten hin in diese Zonen) handeln, sodass die Ausgaben in Summe gleichbleiben.

#### **4.4.4. Verkehr (ÖNACE 49)**

Unter ÖNACE H49 (Landverkehr) wurden die Bergbahnen, welche im Zuge von Bergwanderungen genutzt werden, sowie der touristische Verkehr vor Ort (exklusive An- und

---

<sup>40</sup> Die Berechnungen mittels eines Satellitenkontos gewährleisten, dass es hier zu keinen Doppelzählungen kommt. So können beispielsweise Schuhe nicht sowohl in der Produktion als auch im Groß- und Einzelhandel gezählt werden; im Handel werden daher stets nur die Groß- und Einzelhandelsspannen berücksichtigt, während die gehandelten Waren selbst in der Produktion gezählt werden.

Abreise) berücksichtigt. Insgesamt belaufen sich die dem Gehen und Wandern zurechenbaren Nettoumsätze der Tages- und Übernachtungsgäste auf 279,1 Millionen Euro.

#### **4.4.5. Beherbergung und Gastronomie (ÖNACE Abschnitt I)**

Die Sektoren Beherbergung (ÖNACE 55) und Gastronomie (ÖNACE 56) sind in der vorliegenden Studie mit Blick auf die touristischen Reismotive „Wandern“ und „Bergsteigen“ von Relevanz.

Berücksichtigung finden hierbei nur jene Tourist:innen, deren Hauptreisemotiv sich auf Wandern und Bergsteigen bezieht. Mangels verfügbarer Daten können Nordic Walking (in der Sommer- und Wintersaison) sowie Schneeschuhwandern oder Wandern in der Wintersaison nicht berücksichtigt werden.

Insgesamt 35 Prozent aller Sommerurlauber gaben an, einen Wander- oder Bergsteiger-Urlaub verbracht zu haben. Bei 25,6 Millionen Ankünften und knapp 79 Millionen Übernachtungen in der Sommersaison 2019 entspricht dies rund 27,6 Millionen Übernachtungen beziehungsweise fast 9 Millionen Gäst:innen, die dem Wandern zurechenbar sind. Da nur 60 Prozent aller Wanderer Übernachtungsgäst:innen sind, sind weitere rund 3,9 Millionen Tagesgäst:innen zu berücksichtigen. Inländer:innen gaben an pro Übernachtung rund 136 Euro (die Kosten für An- und Abreise werden hier nicht berücksichtigt) auszugeben, bei Ausländer:innen lag der Betrag mit 146 Euro noch etwas höher. Für Tages- und Übernachtungsgäste ergeben sich daraus Ausgaben in der Hotellerie in Höhe von 1.746,5 Millionen Euro, in der Gastronomie von 560,1 Millionen Euro. Insgesamt entspricht dies Umsatzerlösen von 2.306,6 Millionen Euro an Umsätzen, die durch Übernachtungs- und Tagesgäste in den Sektoren 55 und 56 generiert wurden.

Auch im „Masterplan Gehen 2030“ wird im Handlungsfeld „Wirtschaftsfaktor Fußverkehr“ die Maßnahme „Fußverkehr als Mehrwert für das Tourismusland Österreich hervorheben“ angeführt. So sollen unter anderem Qualitätskriterien für den Fußverkehr im Konnex des Tourismus verankert, eine einheitliche Wegweisung je Tourismusregion etabliert oder fußverkehrsrelevante Informationen sowie umweltfreundliche Anreiseinformationen bereitgestellt werden. Auch die Qualitätssicherung beziehungsweise das Management von Wanderwegen und deren Einbindung in örtliche Gehwegplanungen wird angeführt.<sup>41</sup>

#### **4.4.6. Information und Kommunikation (ÖNACE Abschnitt J)**

Sowohl das Verlegen von Zeitschriften als auch das Verlegen von Büchern, konkret von Wanderkarten, kann dem Gehen und Wandern zugeordnet werden. Für Wander- und Kletterzeitschriften wurden zunächst auf der Homepage „presseshop.at“ alle Kletter-

---

<sup>41</sup> Thaler R., Mastny E., Angelini A., Heinfellner H., Lambert S., Stauder M.; 2022; Besser Gehen in Österreich! Masterplan Gehen 2030. Herausgeber: Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie, Wien, 2022; online (<https://www.klimaaktiv.at/service/publikationen/mobilitaet/masterplangehen2015.html>); Abruf November 2023

oder Laufzeitschriften aus Österreich erhoben. Weitere Zeitschriften wurden durch Online-Recherche ergänzt. Folgende österreichische Wander- und Kletterzeitschriften (siehe *Tabelle 3*) wurden berücksichtigt:

Tabelle 3: Kletterzeitschriften in Österreich<sup>42</sup>

Zeitschrift	Bundesland	Sonstiges
Bergwelten	Salzburg	Red Bull Media House GmbH, print und digital 8 Ausgaben pro Jahr / Gesamtauflage von 167.000 Exemplaren für die DACH-Region
Climax	Niederösterreich	Handels- und Werbeagentur Almberger 2 Ausgaben pro Jahr
Land der Berge	Niederösterreich	LW Werbe- und Verlags GmbH (jetzt: LWmedia GmbH & Co KG) 4 Ausgaben pro Jahr

Auch Wanderkarten wurden im Rahmen des Verlagswesens unter dem Verlegen von Büchern erfasst. Vor allem das Unternehmen Freytag&Berndt ist hier anzuführen.

Für die Umsatzerlöse aus dem Verlegen von Büchern und Zeitschriften aus dem Bereich Wandern und Klettern konnte nur eine Abschätzung über die Zahl der Mitarbeiter:innen in den Verlagen getroffen werden. Alle Bereiche, die nicht als unmittelbar relevant angesehen wurden (weitere Magazine im Verlag beziehungsweise auch TV, Musik oder digitale Inhalte), blieben unberücksichtigt. Demnach dürften in einer konservativen Abschätzung rund 4,3 Millionen Euro an Umsatzerlösen dem Gehen und Wandern (Definitionsstufe 2) zurechenbar sein.

#### **4.4.7. Finanz- und Versicherungsdienstleistungen (ÖNACE Abschnitt K)**

Das „Alpenverein Weltweit Service“ ist im Mitgliedsbeitrag aller (ca. 725.000) Mitglieder:innen bereits inkludiert.<sup>43</sup> Da diese Versicherungsleistung über die Ausgaben der Alpenvereine im indirekten Effekt Berücksichtigung finden, sind diese – um Doppelzählungen zu vermeiden – nicht separat in die Berechnungen aufgenommen worden.

#### **4.4.8. Freiberufliche, wissenschaftliche und technische Dienstleistungen (ÖNACE Abschnitt M)**

In Abschnitt M wurden als für das Gehen und Wandern relevant eingestuft: Ingenieurbüros, Forschung und Entwicklung sowie die Werbung und Marktforschung.

Unter den *Ingenieurbüros* (ÖNACE 71.12) sind vor allem Verkehrsplanungsbüros relevant. Wie viele Fußverkehrskonzepte jedoch genau im Jahr 2019 erstellt wurden, konnte im Rahmen der Studie nicht erhoben werden.

<sup>42</sup> Online (presseshop.at); Abruf März 2023

<sup>43</sup> Alpenverein; online ([https://www.alpenverein.at/portal/service/mitgliedschaft/mitgliedervorteile/0100\\_weltweit-versichert.php](https://www.alpenverein.at/portal/service/mitgliedschaft/mitgliedervorteile/0100_weltweit-versichert.php)); Abruf März 2023

Auch Teile des Sektors **Forschung und Entwicklung (ÖNACE 72)** sind für das Gehen von Relevanz. Und die Weiterführung und Intensivierung der Forschung zum Fußverkehr wird im „Masterplan Gehen 2030“ auch als eine Maßnahme angeführt. In zukünftigen Forschungsausschreibungen soll aktive, gesunde, multimodale und selbstbestimmte Mobilität thematisiert beziehungsweise intensiviert werden.<sup>44</sup>

Unter **Werbung und Marktforschung (ÖNACE 73)** sind die Leistungen der Österreich Werbung, die durch eine Vielzahl von Maßnahmen auch das Wandern in Österreich im In- und Ausland bewirbt, anteilig zu berücksichtigen. Behelfsweise wird in dieser Studie die Wertschöpfung der Österreich Werbung gemäß dem Anteil des Wanderns an allen Reisemotiven berücksichtigt werden.

Ebenfalls in die Werbemaßnahmen würde die Initiative „Platz für Wien“ fallen, welche im Frühjahr 2020 begonnen hat, sich für ein klimagerechtes, verkehrssicheres Wien einzusetzen. Eine der zentralen Zielsetzungen war die Schaffung attraktiver Straßen zum Gehen und Verweilen. Im Jahr 2022 wurde die Weiterführung von der Radlobby Wien und dem Verein „Geht-doch Wien“ übernommen.<sup>45</sup> Aufgrund des Referenzjahres 2019 der vorliegenden Studie wurde diese Kampagne allerdings nicht in den Berechnungen berücksichtigt.

Insgesamt wurden, vorsichtig geschätzt, in Sektor 71 19,6 Millionen Euro, in Sektor 72 0,1 Millionen Euro und in Sektor 73 46,9 Millionen Euro an Umsatzerlösen in Zusammenhang mit dem Gehen und Wandern ausgelöst.

#### **4.4.9. Sonstige wirtschaftliche Dienstleistungen (ÖNACE Abschnitt N)**

In Sektor 82 werden auch Kongressveranstaltungen berücksichtigt. Hierzu kann die Österreichische Fachkonferenz für Fußgänger:innen, welche jährlich an unterschiedlichen Standorten stattfindet, gezählt werden. Im Jahr 2019 fand die Konferenz an zwei Tagen im Oktober in Kufstein statt.<sup>46</sup> Die Veranstaltung, die vom Verein Walk-Space.at – der österreichische Verein für Fußgänger:innen durchgeführt wurde, ist für die Berechnungen sowohl aus Veranstaltungsperspektive (Veranstaltungsbudget), als auch touristischer Perspektive relevant. Denn als österreichweite Veranstaltung ist davon auszugehen, dass von den 180 Besucher:innen mindestens 75 Prozent nicht aus der Region stammten und mindestens eine Übernachtung benötigten.

Aufgrund des Fehlens genauerer Zahlen und der zu erwartenden geringen wirtschaftlichen Auswirkungen wurden die Effekte der Konferenz in der Studie nicht berücksichtigt.

---

<sup>44</sup> Thaler R., Mastny E., Angelini A., Heinfellner H., Lambert S., Stauder M.; 2022; Besser Gehen in Österreich! Masterplan Gehen 2030. Herausgeber: Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie, Wien, 2022; online (<https://www.klimaaktiv.at/service/publikationen/mobilitaet/masterplangehen2015.html>); Abruf November 2023

<sup>45</sup> Fairkehrswende Wien; online (<https://platzfuer.wien/>); Abruf März 2023

<sup>46</sup> Walk-Space; online (<https://www.walk-space.at/index.php/projekte/konferenz/>); Abruf März 2023



#### 4.4.10. Öffentliche Verwaltung (ÖNACE Abschnitt O)

Auch der öffentlichen Verwaltung (ÖNACE O84) kommt beim Gehen im Alltag große Bedeutung zu: Zunächst sind die Personalkosten, die seitens der Verwaltung im Rahmen der Erhaltung der Fußverkehrsinfrastruktur anfallen, zu berücksichtigen. Diese wurden zuvor (im Rahmen des Baus), um dem korrekten Sektor zugeordnet zu werden, bereits herausgerechnet und belaufen sich auf 69,1 Millionen Euro.

Ebenfalls in Sektor 84 sind Personen im Bereich der Fußverkehrsplanung in der öffentlichen Verwaltung oder auch Fußgänger:innenbeauftragte zu berücksichtigen. Eine exakte Erhebung des Personals konnte im Rahmen der Studie nicht durchgeführt werden. Einerseits sind Daten dazu nicht (öffentlich) verfügbar, andererseits ist eine genaue Zuordnung des für den Fußverkehr zuständigen Personals, vor allem in kleineren Gemeinden, nicht vorhanden beziehungsweise möglich (zum Beispiel Mehrfachzuständigkeiten).

Für die Studie wurde daher stichprobenartig das Personal

- in den Bauämtern kleinerer Gemeinden,
- in den Verkehrsplanungsabteilungen mittelgroßer Gemeinden beziehungsweise Städte und
- im Bereich der Fußverkehrsplanung in größeren Städten erhoben.

Daraus wurden für alle Gemeinden die Vollzeitäquivalente der im Bereich Fußverkehr tätigen Personen berechnet. Auch Personen, die bei den Bundesländern oder in den Ministerien tätig sind, wurden berücksichtigt. Österreichweit beläuft sich diese Zahl auf (vorsichtig abgeschätzte) 70 Vollzeitäquivalent-Arbeitsplätze. Da hier keine Umsatzerlöse angesetzt werden können, wird auf das volkswirtschaftliche Pendant zum Umsatz, den Bruttoproduktionswert, abgestellt: bei einem durchschnittlichen Bruttoproduktionswert von 110.543 Euro pro Vollzeit-Beschäftigtem ergibt sich für das Jahr 2019 ein Wert von 7,7 Millionen Euro.

Die Etablierung von Fußverkehrsbeauftragten beziehungsweise Ansprechpersonen für fußverkehrsrelevante Fragestellungen auf Landes- und Gemeindeebene wird als eine Maßnahme im „Masterplan Gehen 2030“ angeführt.<sup>47</sup>

---

<sup>47</sup> Thaler R., Mastny E., Angelini A., Heinfellner H., Lambert S., Stauder M.; 2022; Besser Gehen in Österreich! Masterplan Gehen 2030. Herausgeber: Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie, Wien, 2022; online (<https://www.klimaaktiv.at/service/publikationen/mobilitaet/masterplangehen2015.html>); Abruf November 2023



#### 4.4.11. Erziehung und Unterricht (ÖNACE Abschnitt P)

Unterschiedlichste Bereiche sind in Abschnitt P, Erziehung und Unterricht, erfasst: die Lehrlingsausbildung, die Trainer:innen-Ausbildung und der Sportunterricht sowie sonstige Kurse und Ausbildungen.

In *Tabelle 4* ist die Anzahl der **Lehrlinge** in den für die Studie relevanten Lehrberufen für den Zeitraum 2015 bis 2022 ersichtlich. Für das Jahr 2019 wurden 19 Schuhmacher:innen (100 Prozent Zurechnung), vier Schuhfertiger:innen (100 Prozent Zurechnung) und 3.698 Personen mit Lehrausbildung zum/zur Einzelhandelskaufmann/-frau (mit unterschiedlichen Schwerpunkten) gezählt. Die Zurechnung erfolgte entsprechend dem für das Gehen relevanten Anteil von 1,93 Prozent für Schuhe und Bekleidung (Einzelhandelskaufmänner und -frauen im Allgemeinen Einzelhandel). In Definitionsstufe 2 fällt die Lehrlingsausbildung zum/zur Einzelhandelskaufmann/-frau für Sportartikel. Hier wird – als Annäherung – der Anteil der Ausgaben für Wanderausrüstung an allen Sportartikeln in Höhe von 3,2 Prozent herangezogen.

Tabelle 4: Anzahl der Lehrlinge in den für Gehen relevanten Lehrberufen<sup>48</sup>

Lehrberuf	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Schuhmacher:in	19	21	21	18	19	15	11	10
Schuhfertiger:in	12	19	16	8	4	3	3	3
Einzelhandelskaufmann/-frau (Allgemeiner Einzelhandel)	3.578	3.216	2.969	2.754	2.479	2.496	2.327	2.282
Einzelhandelskaufmann/-frau (Sportartikel)	778	759	756	810	843	803	682	640
Einzelhandelskaufmann/-frau (Schuhe)	527	458	413	394	376	336	267	239

Auch für die Aus- und Weiterbildung sind Umsatzerlöse keine geeignete Größe, sodass auch hier auf den Bruttoproduktionswert abgestellt werden soll: bei einem durchschnittlichen Bruttoproduktionswert von 82.324 Euro pro Vollzeitäquivalent ergibt sich für alle mit dem Gehen verbundenen Lehrlingsausbildungen ein Wert von 8,7 Millionen Euro, wovon 2,1 Millionen Euro für den Sportartikelhandel nur Definitionsstufe 2 zuzurechnen sind.

Weitere Aus- und Weiterbildungen, wie beispielsweise die Ausbildungen für **Wanderführer:innen**, konnten im Rahmen der vorliegenden Studie aufgrund der Datenlage leider nicht erfasst werden.

Ebenso bleiben Lehrgänge wie der „**Kommunale Fußverkehrsbeauftragte**“ noch unberücksichtigt. Der beim Klimabündnis Österreich seit 2021 in allen Bundesländern angebotene Lehrgang soll künftig alle zwei Jahre stattfinden, konnte aufgrund des gewählten Basisjahres allerdings noch nicht berücksichtigt werden.<sup>49</sup> Dies gilt auch für den Lehrgang

<sup>48</sup> AMS Österreich; online (<https://www.berufslexikon.at/>); Abruf März 2023

<sup>49</sup> Information nach Anfrage beim Klimabündnis Österreich

„**Mobilitätsmanagement in Gemeinden und im Tourismus**“, welcher ebenfalls vom Klimabündnis angeboten wird, aber erst im Frühjahr 2023 gestartet hat.<sup>50</sup>

Die Maßnahme „Ausbildungsangebote zur Mobilitätsbildung mit Schwerpunkt Fußverkehr verstärken und langfristig budgetär absichern“ ist im Masterplan Gehen 2030 verankert. Die Mobilität hat sich verändert, was sich auch in einer neuen Mobilitätsbildung niederschlagen soll. Themen wie unter anderem Klimarelevanz, Gesundheitsnutzen oder Ressourcenschonung müssen verstärkt eingebracht werden. Die Angebote können sich an Schüler:innen, Eltern und Lehrer:innen als auch an Entscheidungsträger:innen richten.

#### 4.4.12. Unterhaltung und Erholung (ÖNACE Abschnitt R)

In Abschnitt R findet man in Sektor 93 unter anderem Sportvereine, zu welchen auch die alpinen Vereine gezählt werden. Der Verband alpiner Vereine Österreichs (VAVÖ) ist die Dachorganisation der bedeutendsten alpinen Vereine und vertritt elf österreichische Bergsteigervereine mit ca. 920.000 Mitgliedern (*Tabelle 5*).

Tabelle 5: Österreichische Mitgliedsvereine des VAVÖ, 2022<sup>51</sup>

Mitgliedsverein	Mitglieder	Sektionen	Schutzhütten	Schlafplätze	Wege km
Österreichischer Alpenverein	724.986	195	231	10.055	25.749
Naturfreunde Österreichs	163.722	460	131	3.952	6.000
Österreichischer Touristenklub	26.129	37	47	1.893	19.320
Österreichische Bergsteigervereinigung	4.352	12	18	421	115
Österreichischer Alpenklub	338	1	1	141	6
Alpine Gesellschaft Haller	83	1	1	67	6
Alpine Gesellschaft Krummholz	35	1	1	44	56
Alpine Gesellschaft Preintaler	30	1	3	312	52
Akademischer Alpenklub Innsbruck	101	1	1	60	15
Alpine Gesellschaft Peilsteiner	31	1	1	7	-
Alpine Gesellschaft Reißtaler	41	1	1	12	40
<b>Gesamt</b>	<b>919.848</b>	<b>711</b>	<b>436</b>	<b>16.964</b>	<b>51.359</b>

Den alpinen Vereinen kommt vor allem für die Erhaltung des Wegenetzes große Bedeutung zu. Der Wegehalter ist für den ordnungsgemäßen Zustand eines Weges verantwortlich und trägt die Errichtungs- und Instandhaltungskosten. Für die Erhaltung der meisten beschilderten und markierten Bergwege sind alpine Vereine verantwortlich, manchmal auch Gemeinden oder Fremdenverkehrsverbände.<sup>52</sup> Insgesamt werden von den heimischen

<sup>50</sup> Klimabündnis Österreich; online (<https://www.klimabuendnis.at/aktuelles/tourismusbilitaetslehrgang/>); Abruf März 2023

<sup>51</sup> VAVÖ; online (<https://vavoe.at/verband/>); Abruf Februar 2023

<sup>52</sup> Alpenverein; online ([Seite 34](https://www.alpenverein.at/kaernten/Rechtliches/Zum-Thema-Wegeerhaltung.php#:~:text=Wer%20f%C3%BCr%20den%20ordnungsgem%C3%A4%C3%9Fen%20Zustand,manchmal%20auch%20Gemeinden%20oder%20Fremdenverkehrsverb%C3%A4nde); Abruf März 2023</a></p>
</div>
<div data-bbox=)

alpinen Vereinen unter der Dachorganisation VAVÖ über 50.000 km Wege erhalten. Der Österreichischer Alpenverein (ÖAV) beispielsweise ist für die Pflege eines 26.000 km langen Wegenetzes verantwortlich.

Die Grundlage für die Pflege der Wege und auch Hütten ist die ehrenamtliche Tätigkeit der Wege- und Hüttenwarte. Die ÖAV-Wege und über 200.000 Schilder werden in etwa 200 Arbeitsgebieten mit 231 Hütten, für die jeweils einzelne Alpenvereinssektionen zuständig sind, erhalten.<sup>53</sup> Beim Alpenverein engagieren sich fast 15.000 Ehrenamtliche regelmäßig. Hinzu kommen weitere rund 10.000 ehrenamtlich Tätige, welche nur bei einzelnen Veranstaltungen oder einzelnen Projekten mitwirken.<sup>54</sup>

Die jährlichen Investitionen in das Wegenetz des Alpenvereins können auf knapp 1,7 Millionen Euro geschätzt werden, wenn man die beim ÖAV-Hauptverein eingelangten Förderansuchen zugrunde legt. Dies dürfte eine Untergrenze darstellen, da nicht für jede Maßnahme eine Förderung möglich ist beziehungsweise beantragt wird.<sup>55</sup> Umgelegt auf das gesamte Wegenetz wären dies knapp 3,3 Millionen Euro an Investitionen pro Jahr.

Beim VAVÖ sind 436 Schutzhütten der elf österreichischen Bergsteigervereine verzeichnet. Die jährlichen Gesamtkosten der Investitionen bei den 231 ÖAV-Hütten liegen (auf Basis der beim ÖAV-Hauptverein eingelangten Förderansuchen) bei ca. 10 Millionen Euro.<sup>56</sup> Hochgerechnet auf alle Hütten würde dies Investitionen von 18,9 Millionen Euro entsprechen.

#### **4.4.13. Sonstige Dienstleistungen (ÖNACE Abschnitt S)**

##### **Dienstleistungen von Interessensvertretungen**

Es gibt in Österreich mehrere Vereine und Interessensgemeinschaften, welche sich mit dem Gehen beschäftigen. Beispielfhaft angeführt seien die IG Fußgänger Wien, der Österreichische Verein für Fußgänger:innen, der Unterstützungsverein Fußgängerzone Leibnitz oder die IG Innenstadt Klagenfurt.

Wirtschaftliche Details sind zu diesen Vereinen nicht bekannt. Als nicht gewinnorientierte Einheiten, die im Wesentlichen im Ehrenamt geführt werden, dürften von ihnen nur begrenzte Wertschöpfungseffekte ausgehen, sodass diese im Rahmen der Studie nicht erfasst sind.

##### **Reparatur von Gebrauchsgütern**

Insgesamt 190 Unternehmen zählt die Statistik Austria zum Sektor 95.23, Reparatur von Schuhen und Lederwaren. Insgesamt werden in diesem Sektor Umsatzerlöse in Höhe von

---

<sup>53</sup> Alpenverein; online (<https://www.alpenverein.at/portal/huetten-wege/wegenetz/index.php>); Abruf März 2023

<sup>54</sup> Alpenverein; online (<https://www.alpenverein.at/portal/der-verein/ehrenamt/index.php>); Abruf März 2023

<sup>55</sup> Information nach Anfrage beim ÖAV

<sup>56</sup> Information nach Anfrage beim ÖAV

14,1 Millionen Euro generiert. Auf diese soll – analog zur Produktion und zum Handel von Schuhen – der dem Gehen im Alltag zurechenbare Anteil von 1,93 Prozent Verwendung finden. In den folgenden Berechnungen wurden daher Umsatzerlöse von 270.000 Euro berücksichtigt.

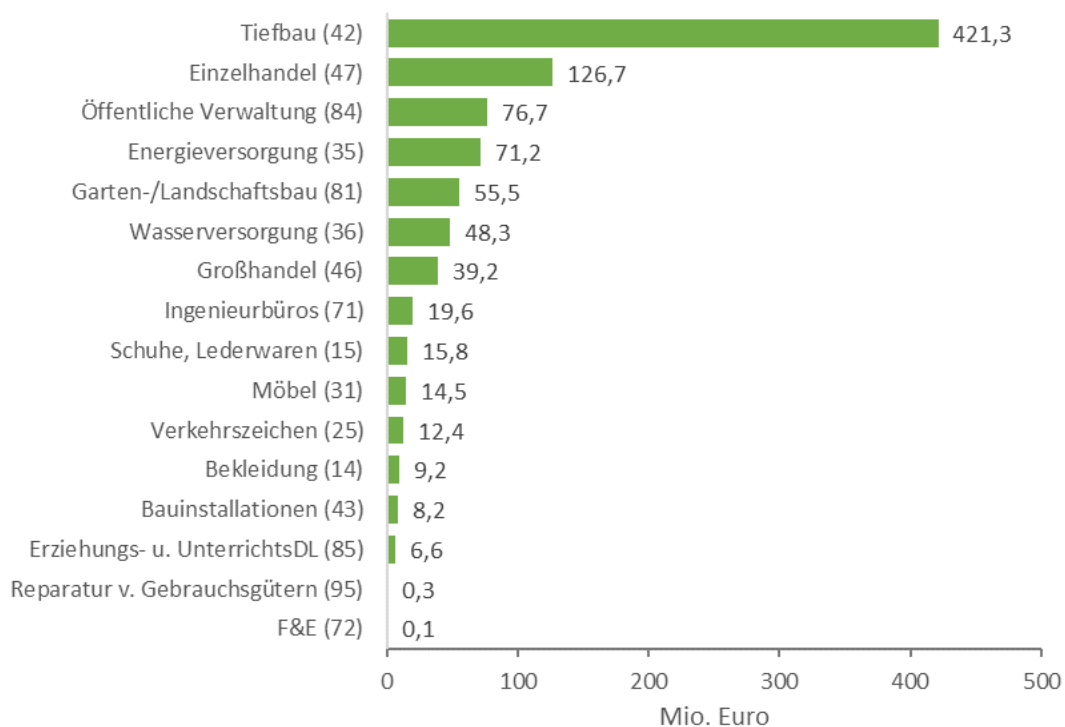
## 5. Ökonomische Effekte des Gehens im Alltag

Im Rahmen dieses Kapitels erfolgt die Darstellung der Ergebnisse für Definitionsstufe 1, das Gehen im Alltag. Die Ergebnisse für Definitionsstufe 2, welche auch das Wandern umfasst, folgen in Kapitel 6.

### 5.1. Umsatzerlöse

Ausgangspunkt aller Berechnungen sind die Netto-Umsatzerlöse aller durch das Gehen im Alltag angeregter Sektoren, wie in Kapitel 4.4 im Detail ausgeführt. Diese belaufen sich für das Jahr 2019 auf 925,6 Millionen Euro und teilen sich wie folgt auf die einzelnen Sektoren auf (Abbildung 13).

Abbildung 13: Umsatzerlöse des Gehens (Definitionsstufe 1), 2019, in Millionen Euro<sup>57</sup>



Auch wenn in insgesamt 16 Sektoren Umsätze generiert werden, so zeigt sich im direkten Effekt auf die Umsätze doch eine starke Sektorkonzentration: so werden 60 Prozent aller Umsätze in den Top-2, das heißt im Bereich des Tiefbaus und im Einzelhandel, erzielt.

### 5.2. Wertschöpfungseffekte

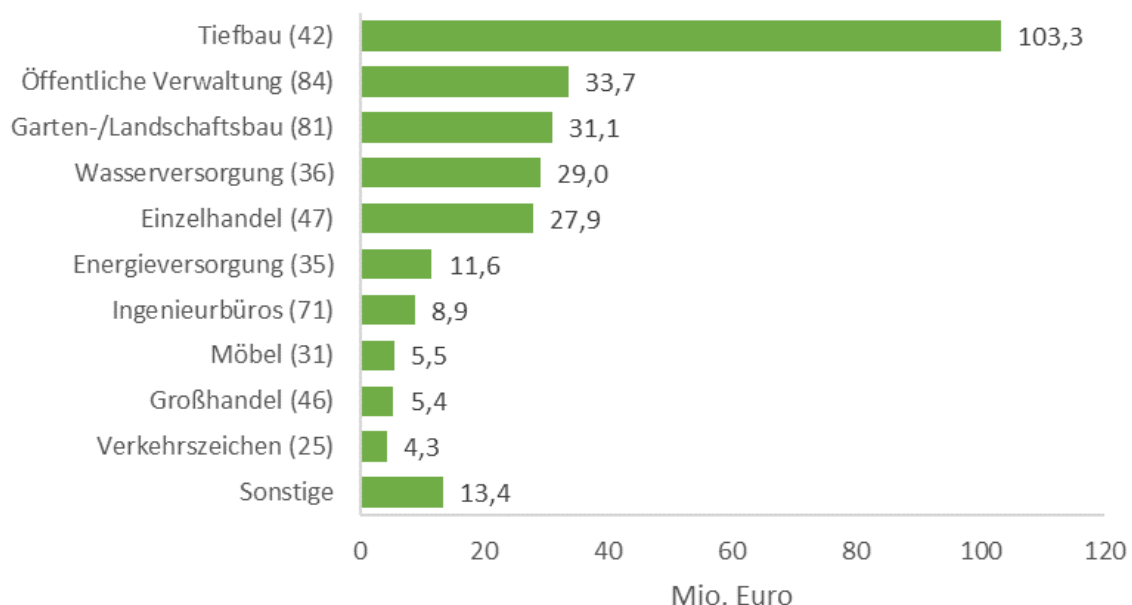
Das volkswirtschaftliche Pendant zum betriebswirtschaftlichen Umsatz ist der Brutton Produktionswert. Zieht man von diesem alle benötigten Vorleistungen ab, so erhält man die Bruttowertschöpfung, eine der wichtigsten Kennzahlen der Volkswirtschaft. Diese

<sup>57</sup> eigene Berechnungen

beläuft sich im direkten Effekt auf 274,1 Millionen Euro, was einem Anteil von 0,08 Prozent an der österreichischen Wirtschaftsleistung entspricht.

Aufgeschlüsselt nach Sektoren entfällt der größte Wertschöpfungsanteil auf den Tiefbau mit 103,3 Millionen Euro, welcher den gesamten Straßenbau umfasst. Es folgen die Öffentliche Verwaltung mit 33,7 Millionen Euro, der Garten- und Landschaftsbau mit 31,1 Millionen Euro sowie die Wasserversorgung mit 29,0 Millionen Euro und der Einzelhandel mit 27,9 Millionen Euro, wobei dieser den Einzelhandel mit (Alltags)Schuhen sowie anteilig auch Alltagsbekleidung umfasst. Rund 82 Prozent der direkt generierten Wertschöpfung werden in diesen fünf Sektoren erwirtschaftet (Abbildung 14).

Abbildung 14: Direkte Bruttowertschöpfung, Definitionsstufe 1, 2019, in Millionen Euro<sup>58</sup>



Damit wird im Zusammenhang mit dem Gehen im Alltag nicht nur mehr Wertschöpfung generiert wie im Veterinärwesen, sondern auch mehr als in Reisebüros und von Reiseveranstaltern erwirtschaftet wird.

Berücksichtigt man darüber hinaus die vorgelagerten, indirekten Effekte in Höhe von 227,6 Millionen Euro, und die induzierten, nachgelagerten Effekte in Höhe von 62,0 Millionen Euro, dann ergibt sich eine Bruttowertschöpfung von insgesamt 563,7 Millionen Euro im Jahr 2019 (Abbildung 15). Damit steht das Gehen für 0,16 Prozent der österreichweiten Wirtschaftsleistung. Anders ausgedrückt: jeder 625te Euro, der in Österreich erwirtschaftet wird, lässt sich unmittelbar oder mittelbar auf das Gehen im Alltag zurückführen. Im Gesamteffekt (direkte, indirekte und induzierte Effekte) erreicht das Gehen eine Dimension,

<sup>58</sup> eigene Berechnungen

welche dem Online-Einzelhandel (534,1 Millionen Euro) oder mehr als dem, was an Österreichs Tankstellen erwirtschaftet wird (429,1 Millionen Euro), entspricht (Abbildung 16).

Abbildung 15: Direkte, indirekte und induzierte Wertschöpfungseffekte, Definitionsstufe 1, 2019, in Millionen Euro<sup>59</sup>

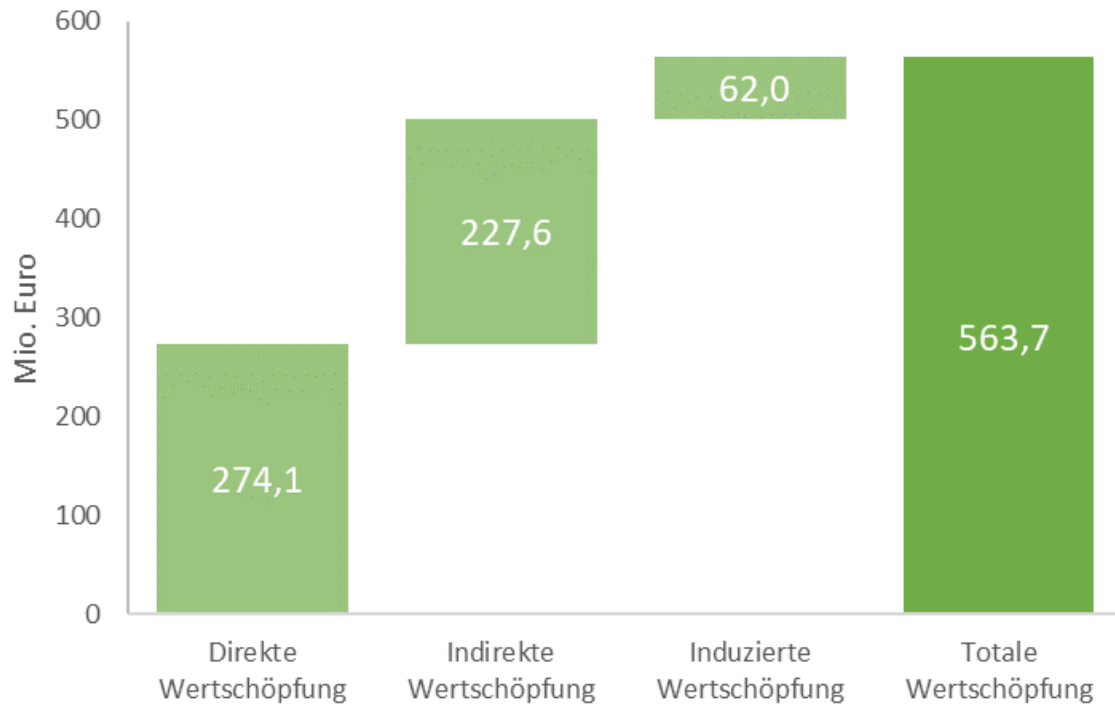
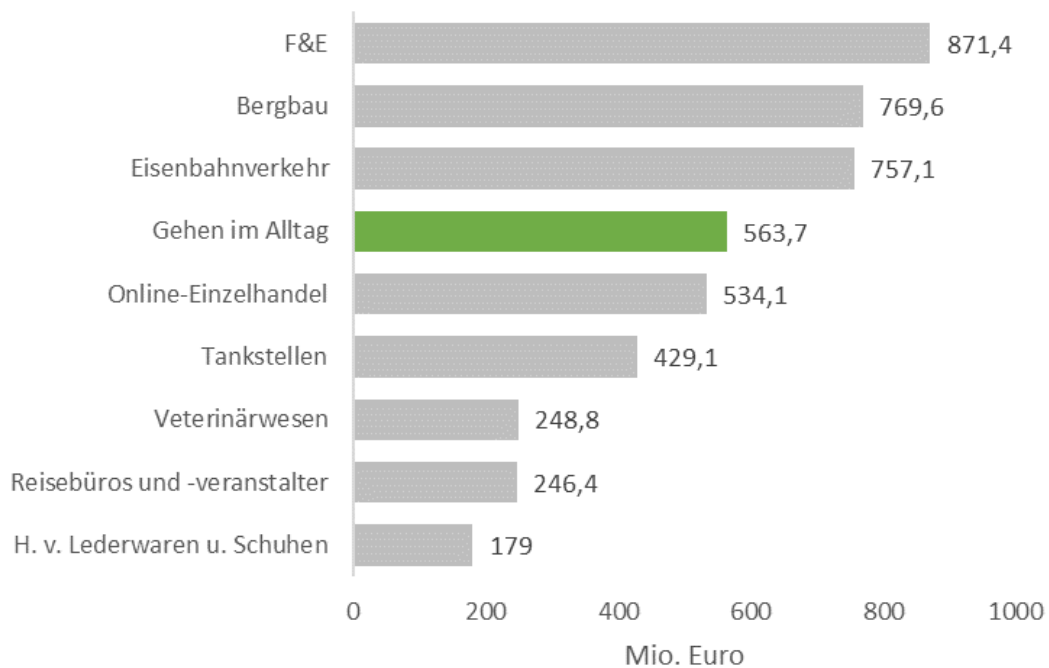


Abbildung 16: Totale Wertschöpfung des Gehens im Alltag im Sektorenvergleich, 2019, in Millionen Euro<sup>60</sup>



<sup>59</sup> eigene Berechnungen

<sup>60</sup> Statistik Austria, Leistungs- und Strukturerhebung 2019

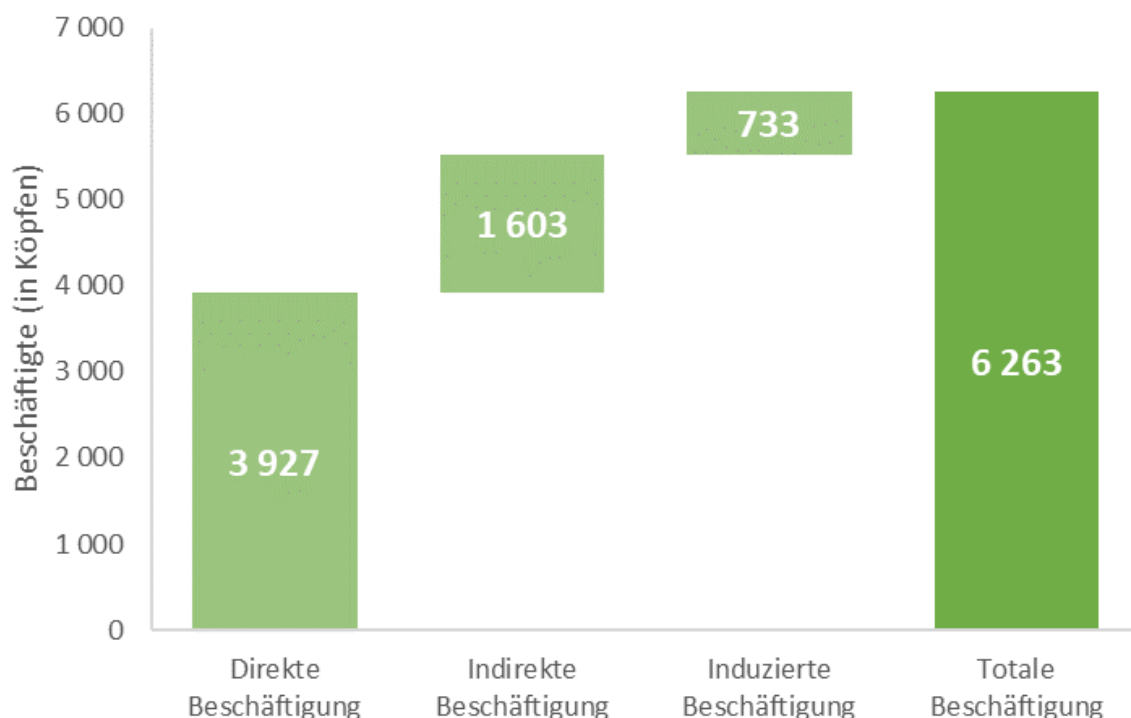
Der Wertschöpfungsmultiplikator, als Maßzahl dafür, um wieviel der totale Effekt den direkten Effekt übersteigt, beläuft sich auf 2,06; das heißt, mit jedem Euro, der in Zusammenhang mit dem Gehen unmittelbar erwirtschaftet wird, wird noch ein weiterer Euro in Branchen, die mit dem Gehen unmittelbar nichts zu tun haben, ausgelöst.

### 5.3. Beschäftigungseffekte

Mit dem Gehen im Alltag werden auch Arbeitsplätze geschaffen und gesichert: 3.927 Erwerbstätige (in Köpfen) entsprechen einem Anteil von 0,08 Prozent aller Erwerbstätigen in Österreich, der damit in der gleichen Größenordnung wie der Wertschöpfungsanteil liegt (Abbildung 17). Ausgedrückt in Vollzeitäquivalenten entspricht dies einem Beschäftigungseffekt von 3.398 Arbeitsplätzen.

Vergleicht man diesen direkten Beschäftigungseffekt mit anderen Wirtschaftssektoren, so liegt der Wert in der Größenordnung der Herstellung von Lederwaren und Schuhen (3.577 Beschäftigte) oder der Herstellung von Bekleidung (4.494 Beschäftigte). Damit liegt der direkte Beschäftigungseffekt auch in der Größenordnung der Einwohnerzahl ganzer Gemeinden wie beispielsweise Kössen, Straden oder Lieboch.

Abbildung 17: Direkter, indirekter und induzierter Beschäftigungseffekt, Definitionsstufe 1, 2019, in Köpfen<sup>61</sup>



An indirekten Effekten kommen in der vorgelagerten Wertschöpfungskette weitere 1.603 geschaffene beziehungsweise gesicherte Arbeitsplätze (1.319 Vollzeitäquivalente) hinzu. An induzierten beziehungsweise Einkommenseffekten sind weitere 733 Arbeitsplätze (602

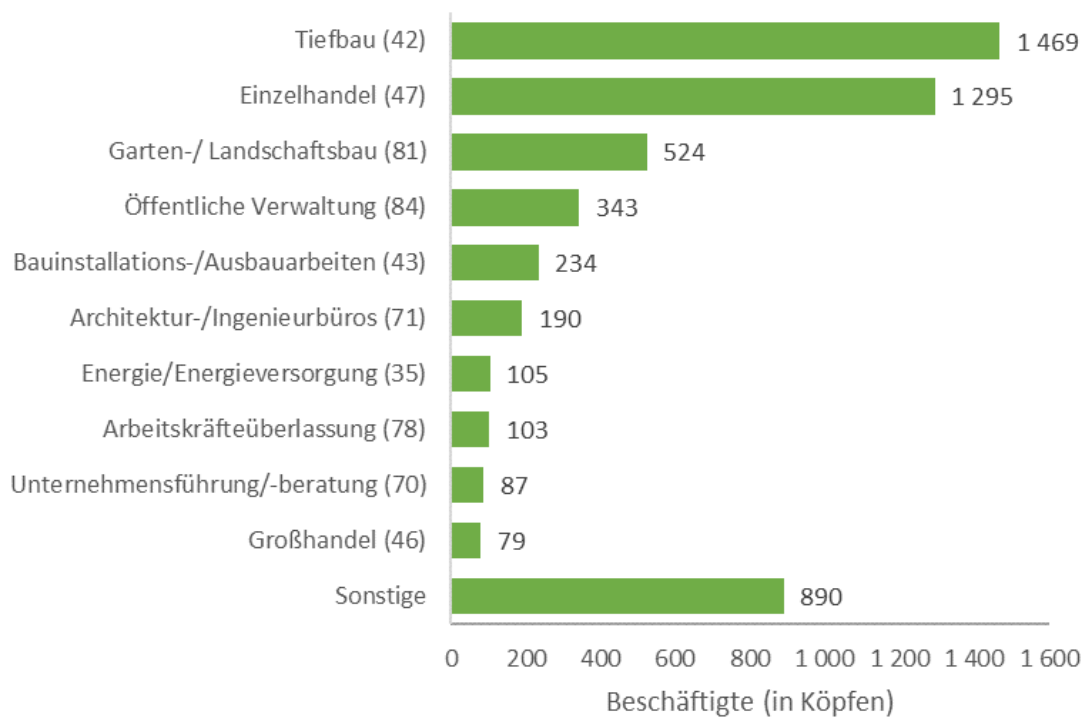
<sup>61</sup> eigene Berechnungen



Vollzeitäquivalente) zu verbuchen. Insgesamt entspricht dies einem Beschäftigungseffekt von 6.263 Arbeitsplätzen (in Köpfen) beziehungsweise 5.319 Vollzeitäquivalent-Arbeitsplätzen. Dies entspricht einem Anteil von 0,13 % aller Erwerbstätigen in Österreich; das heißt, jeder 770te Arbeitsplatz in Österreich ist folglich unmittelbar dem Gehen zuzuschreiben. Die sektorale Aufteilung des totalen Beschäftigungseffekts findet sich in *Abbildung 18*.

Der Beschäftigungsmultiplikator, berechnet als Quotient aus totalem und direktem Effekt, beläuft sich auf 1,59.

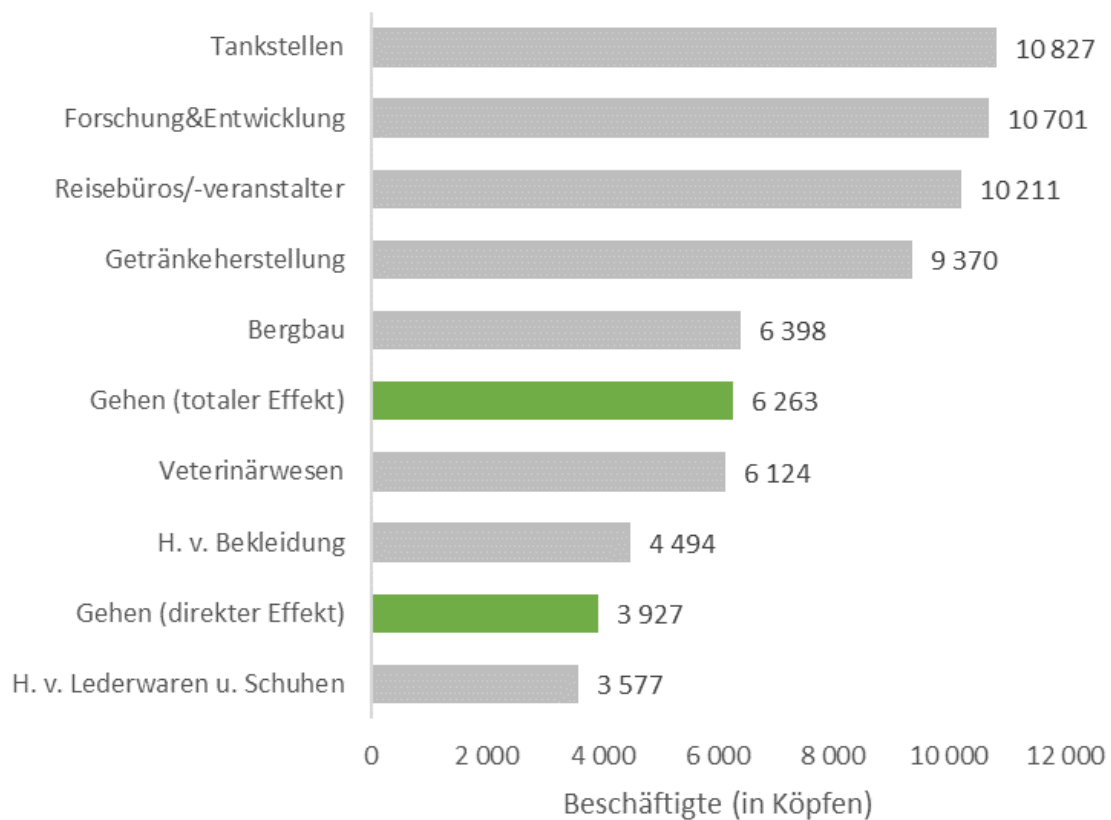
Abbildung 18: Sektorale Aufteilung des totalen Beschäftigungseffekts, Definitionsstufe 1, 2019, in Köpfen<sup>62</sup>



Inklusive der indirekten und induzierten Effekte erreicht das Gehen mit 6.263 Beschäftigten eine Größenordnung des Veterinärwesens (6.124 Beschäftigte) oder des Bergbaus (6.398 Beschäftigte) und schafft so viel Beschäftigung wie Mattersburg oder Hartberg Einwohner haben. Der sektorale Vergleich der Beschäftigungseffekte findet sich in *Abbildung 19*.

<sup>62</sup> eigene Berechnungen

Abbildung 19: Beschäftigungseffekte im sektoralen Vergleich, Definitionsstufe 1, 2019, in Köpfen



#### 5.4. Fiskalische Effekte

Mit der generierten Wertschöpfung und den Beschäftigungseffekten sind stets auch fiskalische Rückflüsse verbunden. Diese belaufen sich für das Gehen auf insgesamt 333,1 Millionen Euro, davon mit 178,8 Millionen Euro der größte Teil an Umsatzsteuer, 49,7 Millionen Euro an Einkommenssteuer, 36,9 Millionen Euro an Körperschaftssteuer, 36,8 Millionen Euro an Sozialversicherungsbeiträgen sowie 30,9 Millionen Euro an Lohnsteuern.

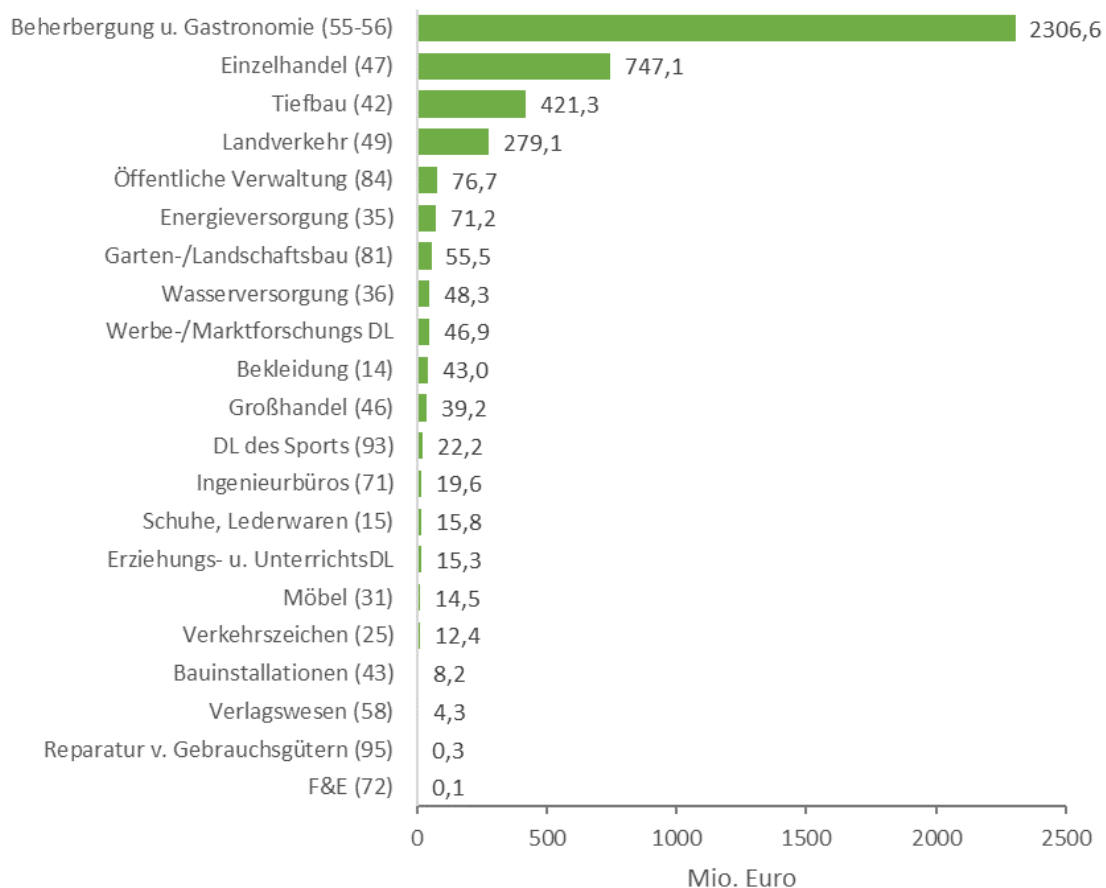
## 6. Ökonomische Effekte des Gehens und Wanderns

Dieses Kapitel widmet sich den Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekten sowie den daraus resultierenden fiskalischen Rückflüssen des Gehens und Wanderns (Definitionsstufe 2).

### 6.1. Umsatzerlöse

Insgesamt 21 Sektoren – das heißt fast jeder dritte Sektor der Wirtschaft – werden durch das Gehen und Wandern unmittelbar angeregt. In Summe sind es 4.247,6 Millionen Euro, welche an Umsätzen in die heimische Wirtschaft fließen. Hier dominieren drei Sektoren, nämlich der das Beherbergungswesen und die Gastronomie (2.306,6 Millionen Euro), der Einzelhandel (747,1 Millionen Euro) und der Tiefbau (421,3 Millionen Euro). Diese drei Sektoren stehen für insgesamt 82 Prozent aller mit dem Gehen und Wandern verbundenen Umsätze (*Abbildung 20*).

Abbildung 20: Umsatzerlöse des Gehens und Wanderns (Definitionsstufe 2), 2019, in Millionen Euro<sup>63</sup>



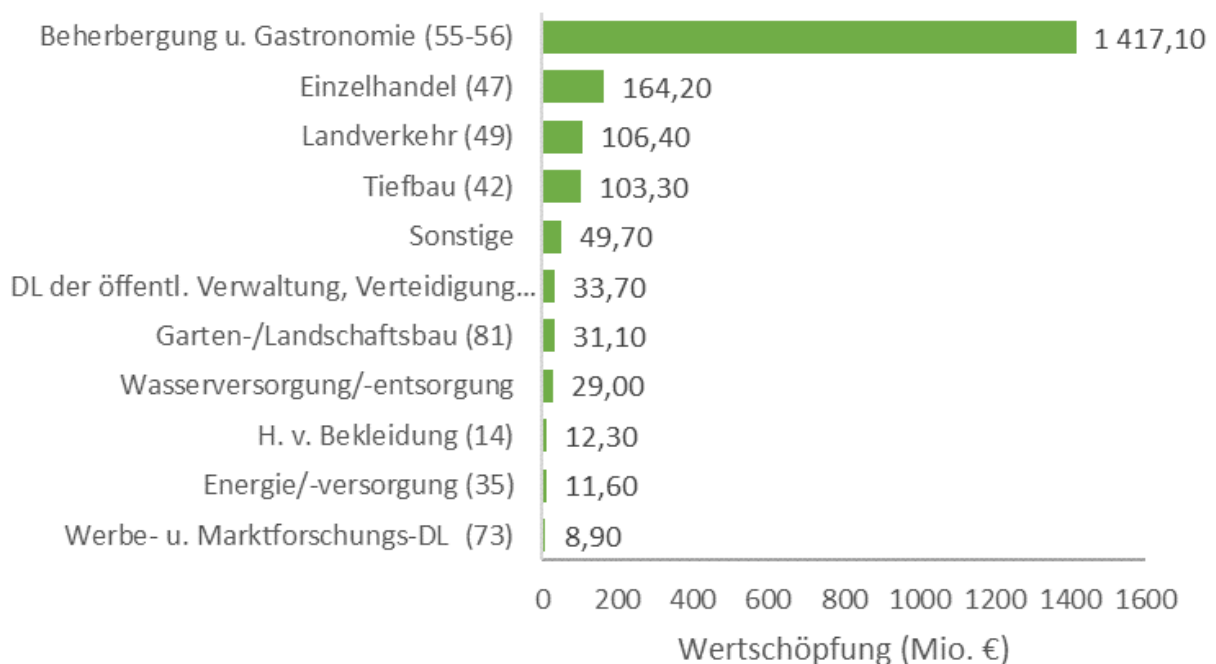
<sup>63</sup> eigene Berechnungen

## 6.2. Wertschöpfungseffekte

Der direkte Wertschöpfungseffekt durch das Gehen und Wandern in Österreich beläuft sich auf 1.967,5 Millionen Euro. Dies entspricht einem Anteil von 0,55 Prozent der österreichischen Wirtschaftsleistung.

Aufgeschlüsselt nach Sektoren entfällt der größte Wertschöpfungsanteil auf die Beherbergung und Gastronomie (1.417,1 Millionen Euro), gefolgt vom Einzelhandel, mit 164,2 Millionen Euro, wobei dieser nicht nur den Einzelhandel mit Schuhen und Bekleidung, sondern auch die Ausgaben der Tourist:innen im Einzelhandel (Lebensmitteleinzelhandel, Bücher, Souvenirs et cetera) umfasst. Es folgen der Landverkehr mit 106,4 Millionen Euro sowie der Tiefbau mit 103,3 Millionen Euro. Rund 91 Prozent der direkt generierten Wertschöpfung werden in diesen vier Sektoren umgesetzt (Abbildung 21).

Abbildung 21: Direkte Bruttowertschöpfung des Gehens und Wanderns, Definitionsstufe 2, 2019, in Millionen Euro<sup>64</sup>



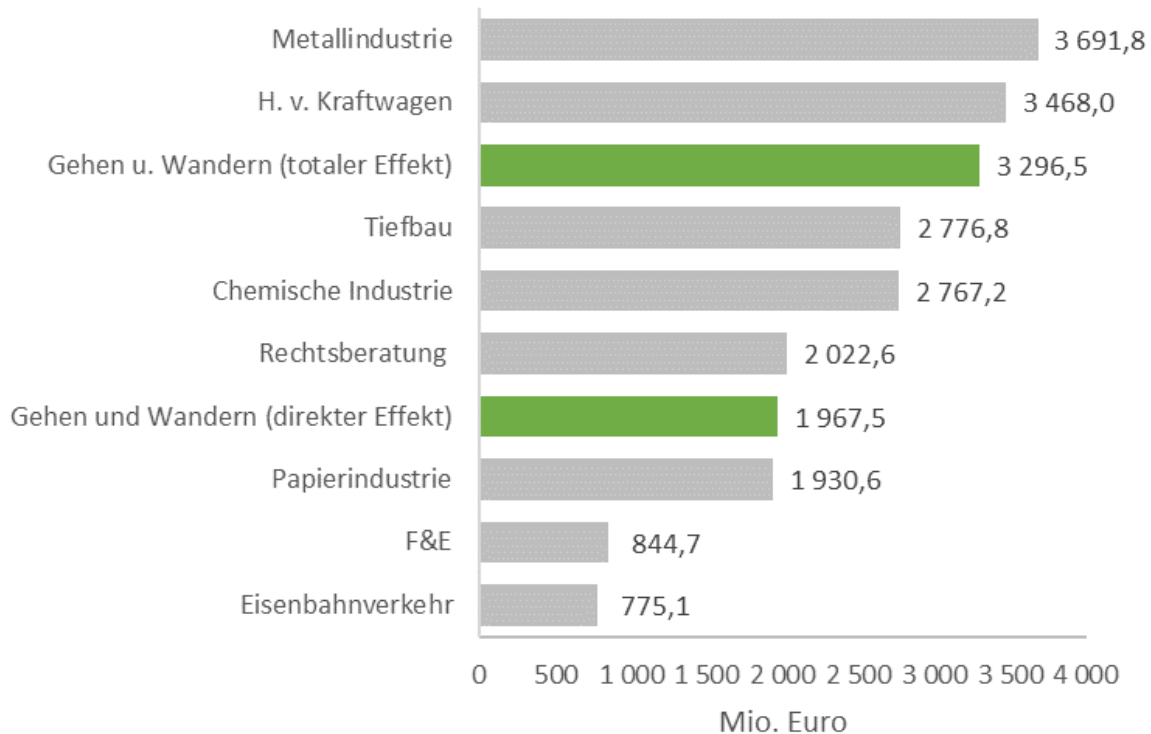
Damit wird im Zusammenhang mit dem Gehen und Wandern unmittelbar genauso viel Wertschöpfung generiert wie in der Papierindustrie (1.930,6 Millionen Euro) oder der Rechtsberatung (2.022,6 Millionen Euro).

Zusätzlich zu den direkten Effekten werden österreichweit indirekte Effekte in Höhe von 1.036,0 Millionen Euro und induzierte Effekte in Höhe von 293,0 Millionen Euro ausgelöst. Daraus resultiert eine totale Bruttowertschöpfung von insgesamt 3.296,5 Millionen Euro im Jahr 2019 (Abbildung 23). Damit stehen das Gehen und Wandern in Österreich für 0,93

<sup>64</sup> eigene Berechnungen

Prozent der heimischen Wirtschaftsleistung. Anders ausgedrückt: jeder 108te Euro, der in Österreich erwirtschaftet wird, lässt sich unmittelbar oder mittelbar auf das Gehen oder Wandern zurückführen. Im Gesamteffekt (direkte, indirekte und induzierte Effekte) erreichen Gehen und Wandern eine Dimension, die der Herstellung von Kraftwagen (3.468,0 Millionen Euro), dem Tiefbau (2.776,8 Millionen Euro) oder der Chemischen Industrie (2.767,2 Millionen Euro) entspricht (*Abbildung 22*).

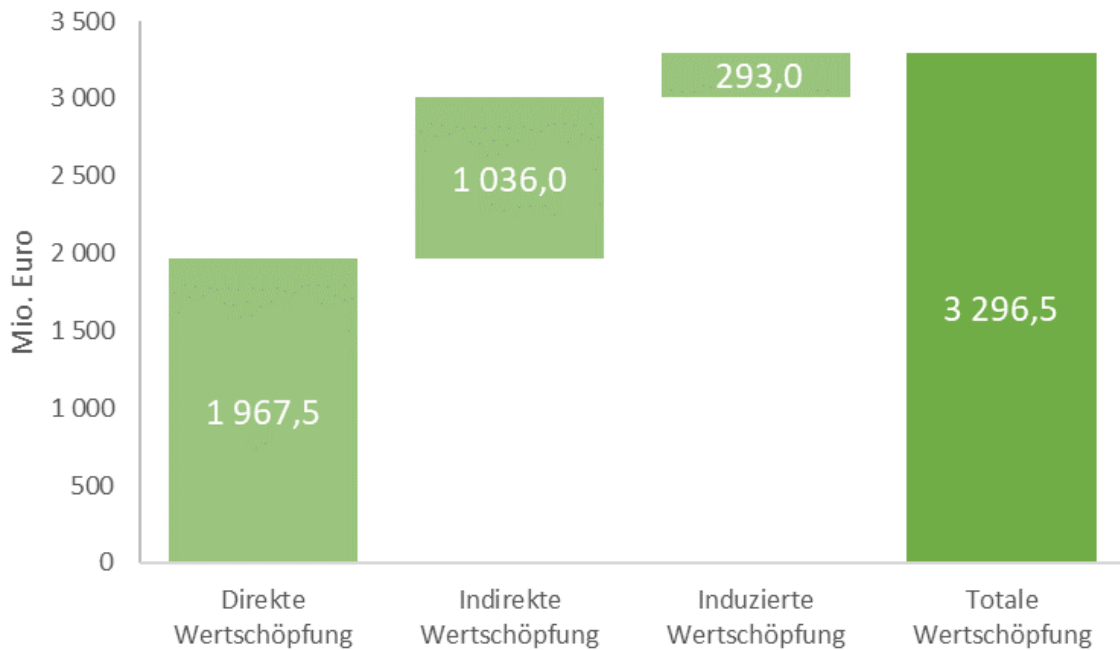
Abbildung 22: Wertschöpfung des Gehens und Wanderns im Sektorenvergleich, 2019, in Millionen Euro<sup>65</sup>



Der Wertschöpfungsmultiplikator beläuft sich auf 1,68; das heißt, mit jedem Euro, der in Zusammenhang mit dem Gehen und Wandern unmittelbar erwirtschaftet wird, werden weitere 68 Cent in weiteren Branchen ausgelöst.

<sup>65</sup> Statistik Austria, Leistungs- und Strukturerhebung 2019

Abbildung 23: Direkte, indirekte und induzierte Wertschöpfungseffekte, Definitionsstufe 2, 2019, in Millionen Euro<sup>66</sup>



### 6.3. Beschäftigungseffekte

Durch die Erweiterung der Definition um das Wandern, welches auch den Wandertourismus und mit Beherbergung und Gastronomie besonders beschäftigungsintensive Sektoren einschließt, erhöht sich der Beschäftigungsanteil nochmals enorm: 45.223 Personen (35.724 Vollzeitäquivalente) finden durch das Gehen und Wandern unmittelbar einen Arbeitsplatz in Österreich (Abbildung 24). Dies entspricht 0,94 Prozent aller Erwerbstätigen in Österreich. Die Gemeinde Zwettl, der 17. oder 18. Wiener Gemeindebezirk zählen so viele Einwohner, wie unmittelbar Arbeitsplätze durch das Gehen und Wandern geschaffen beziehungsweise gesichert werden.

<sup>66</sup> eigene Berechnungen

Abbildung 24: Direkter, indirekter und induzierter Beschäftigungseffekt, Definitionsstufe 2, 2019, in Köpfen<sup>67</sup>

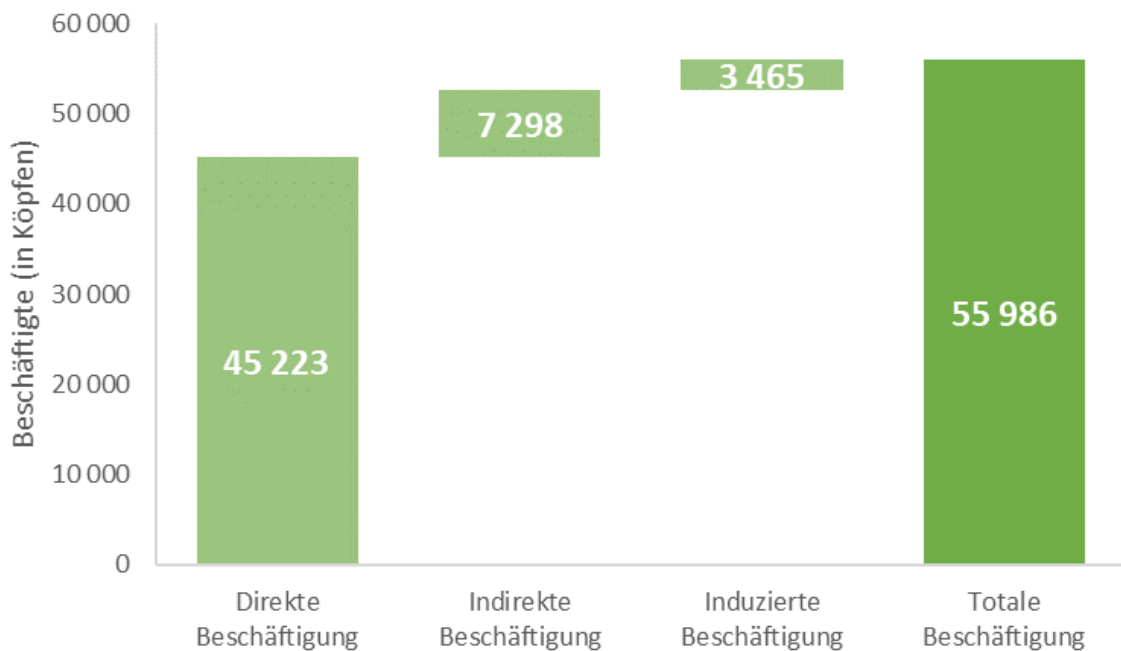
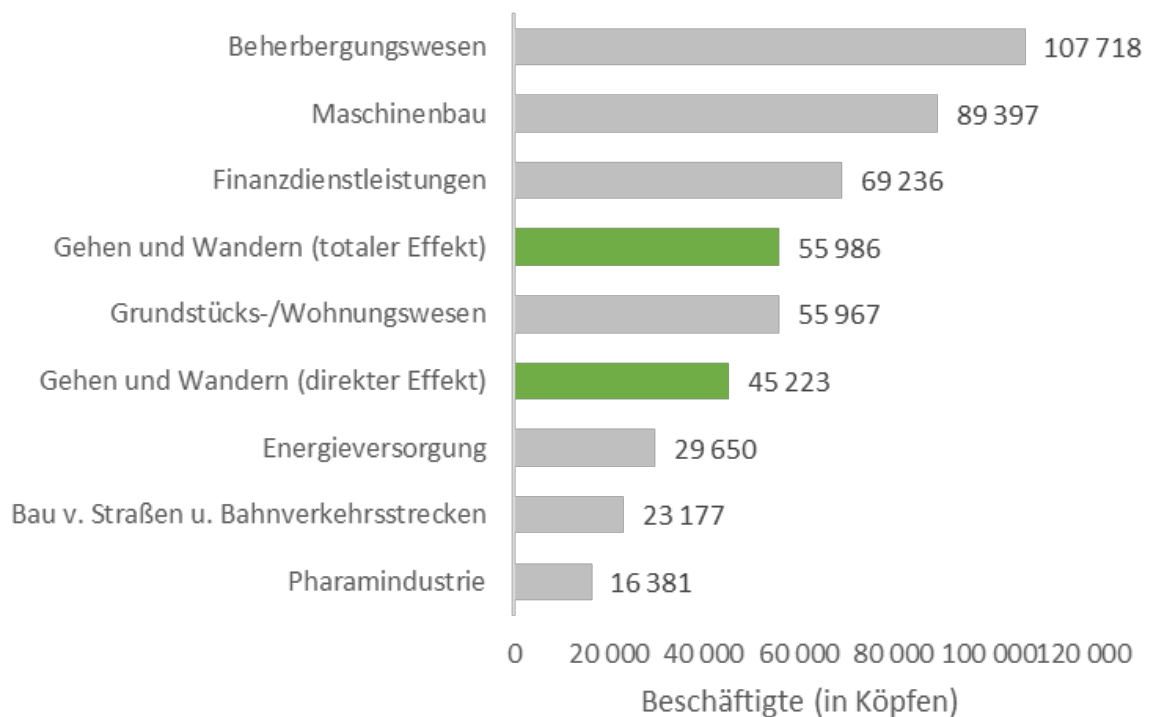


Abbildung 25: Beschäftigungseffekte des Gehens und Wanderns im sektoralen Vergleich, 2019, in Köpfen<sup>68</sup>



Zu den 45.223 direkten Arbeitsplätzen kommen weitere 7.298 Jobs in der vorgelagerten Wertschöpfungskette (indirekte Effekte) sowie 3.465 Arbeitsplätze in der nachgelagerten Wertschöpfungskette (induzierte Effekte beziehungsweise Einkommenseffekte) hinzu.

<sup>67</sup> eigene Berechnungen

<sup>68</sup> Statistik Austria, Leistungs- und Strukturerhebung 2019

Insgesamt entspricht dies einem Beschäftigungseffekt von 55.986 Arbeitsplätzen (in Köpfen) beziehungsweise 44.576 Vollzeitäquivalent-Arbeitsplätzen. Damit erhöht sich der Anteil an den Erwerbstätigen auf 1,16 Prozent. Jeder 86te Arbeitsplatz in Österreich ist folglich dem Gehen oder Wandern zuzuschreiben.

Inklusive der indirekten und induzierten Effekte erreicht das Gehen mit 55.986 Beschäftigten eine Größenordnung des Grundstücks- und Wohnungswesens (55.967) sowie das Doppelte der Energieversorger (29.650) (*Abbildung 25*).

#### **6.4. Fiskalische Effekte**

Die fiskalischen Rückflüsse, die sich aus dem Gehen und Wandern in Österreich ableiten, belaufen sich auf 1.389,2 Millionen Euro. Mit 783,1 Millionen Euro stammt der größte Teil aus der Umsatzsteuer, 157,4 Millionen Euro aus Körperschaftssteuer, 85,9 Millionen Euro aus der Lohnsteuer, 217,2 Millionen Euro aus der Einkommenssteuer sowie 145,6 Millionen Euro aus Sozialversicherungsbeiträgen.



## 7. Gehen und Radfahren: Wichtige Säulen eines nachhaltigen Österreichs

Systemabgrenzung, Methodik, Bezugsjahr und Datenauswahl der vorliegenden Studie wurde bewusst so gewählt, dass ein direkter Vergleich mit den Ergebnissen der Studie „Wirtschaftsfaktor Radfahren“ zur ökonomischen Bedeutung des Radfahrens gezogen werden kann.<sup>69</sup>

In der Studie Wirtschaftsfaktor Radfahren wurde ein hoher Wertschöpfungs- und Beschäftigungsbeitrag aufgezeigt. Durch Produktion, Handel, Infrastruktur und vor allem auch durch den – an Bedeutung stetig zunehmenden – Radtourismus können 1.762,6 Millionen Euro an direkter Wertschöpfung, inklusive indirekter und induzierter Effekte 2.894,8 Millionen Euro an totaler Wertschöpfung erzielt werden. 30.107 Arbeitsplätze können direkt, insgesamt sogar 46.143 Arbeitsplätze geschaffen werden.

Diese beeindruckenden Zahlen können durch das Gehen und Wandern noch einmal mehr als verdoppelt werden: Denn sowohl der direkte Wertschöpfungseffekt des Gehens und Wanderns mit 1.967,5 Millionen Euro als auch der totale Effekt mit 3.296,5 Millionen Euro liegen leicht über den Werten des Radfahrens. Noch deutlicher fällt der Unterschied im Beschäftigungseffekt aus, der im direkten Effekt rund 50 Prozent und im totalen Effekt rund 20 Prozent höher als jener der Radwirtschaft liegt (Tabelle 6).

Tabelle 6: Wirtschaftsfaktor Gehen und Radfahren im Vergleich, 2019<sup>70</sup>

Bruttowertschöpfung Gehen		Bruttowertschöpfung Gehen und Wandern		Bruttowertschöpfung Radfahren	
Direkter Effekt	274,1 Mio. €	Direkter Effekt	1.967,5 Mio. €	Direkter Effekt	1.762,6 Mio. €
Totaler Effekt	563,7 Mio. €	Totaler Effekt	3.296,5 Mio. €	Totaler Effekt	2.894,8 Mio. €
BWS-Multiplikator	2,06	BWS-Multiplikator	1,68	BWS-Multiplikator	1,64

Beschäftigung Gehen		Beschäftigung Gehen und Wandern		Beschäftigung Radfahren	
Direkter Effekt	3.927 Beschäftigte	Direkter Effekt	45.223 Beschäftigte	Direkter Effekt	30.107 Beschäftigte
Totaler Effekt	6.263 Beschäftigte	Totaler Effekt	55.986 Beschäftigte	Totaler Effekt	46.143 Beschäftigte
BWS-Multiplikator	1,59	BWS-Multiplikator	1,24	BWS-Multiplikator	1,53

<sup>69</sup> Tschugg, B., Lemmerer, H., Kleissner, A., Keplinger, D., & Pfaffenbichler, P. ;2022; Wirtschaftsfaktor Radfahren; Aktualisierung und Erweiterung der Kurzstudie "Wirtschaftsfaktor Radfahren" aus dem Jahr 2009; Österreichische Energieagentur

<sup>70</sup> eigene Berechnungen

## 8. Fazit und Ausblick

Im Rahmen der vorliegenden Studie wurde erstmals für Österreich der Versuch unternommen, die wirtschaftliche Bedeutung des Gehens quantitativ zu erfassen. Ausgangspunkt ist eine Systemabgrenzung des Gehens: Gehen als Mittel der Fortbewegung, um von A nach B zu gelangen oder Spazieren als Freizeitgestaltung erscheinen naheliegend. Auch das Wandern folgt den gleichen Bewegungsabläufen, im Gegensatz zum Laufen, das sich vom Gehen schon dadurch unterscheidet, dass die Bewegung eine Flugphase aufweist, in der kein Fuß mehr den Boden berührt.

Um das Gehen als Alltagsbewegung von der Freizeitaktivität Wandern abgrenzen zu können, wurden im Rahmen der Studie zwei Definitionsstufen – nur das Gehen (Definitionsstufe 1) beziehungsweise Gehen und Wandern (Definitionsstufe 2) – gebildet und untersucht.

Darauf aufbauend wurden die durch das Gehen und Wandern beeinflussten wirtschaftlich relevanten Aktivitäten identifiziert. Entlang der Klassifikation der Wirtschaftstätigkeiten wurde hier eine detaillierte Abgrenzung für beide Definitionsstufen erarbeitet. Es lässt sich für fast ein Drittel aller Wirtschaftssektoren ein unmittelbarer Bezug zum Gehen und Wandern aufzeigen. In verschiedenen Bereichen ist die Datenverfügbarkeit aber eingeschränkt, denn in der offiziellen Statistik finden sich nur wenige Informationen zum Gehen. Daher wurden durch umfassende Recherchen, Primärdatenerhebungen und Sonderauswertungen die Datenlücken näherungsweise geschlossen. Mit der Entwicklung des ersten Satellitenkontos für das Gehen und Wandern in Österreich wurden die direkten – unmittelbaren – Effekte des Gehens und Wanderns, aber auch die vor- und nachgelagerten Effekte entlang der Wertschöpfungskette quantifiziert. Dadurch ist gewährleistet, dass es zu keinen Doppelzählungen kommen kann.

Und die Ergebnisse zeigen eindrucksvoll: Gehen und Wandern sind für einen wirtschaftlichen Beitrag von 0,93 Prozent der Wertschöpfung verantwortlich – und spielen damit in einer Größenordnung, die beinahe der Metallindustrie oder mehr als dem, was der Tiefbau an Wirtschaftsleistung generiert, entspricht. Jeder 86te Arbeitsplatz in Österreich ist unmittelbar oder mittelbar mit dem Gehen oder Wandern verbunden – knapp 45.000 Jobs und damit mehr als im Kraftfahrzeug-Handel werden durch Gehen und Wandern gesichert. Davon profitiert auch der Fiskus: knapp 1,4 Milliarden Euro fließen jährlich an Steuern und Abgaben an die Gebietskörperschaften und Sozialversicherungsträger retour. In diesen eindrucksvollen wirtschaftlichen Effekten finden die sozio-ökonomischen und ökologischen Dimensionen des zu Fuß Gehens noch gar keine Berücksichtigung: Dazu zählen die positiven Effekte auf viele Krankheitsbilder (sogenannte Zivilisationskrankheiten), die damit

verbundene Reduktion der Gesundheitsausgaben sowie der Krankenstandskosten.<sup>71</sup> Ebenfalls nicht enthalten sind die positiven Effekte, die das Spaziergehen und/oder Wandern auf das Wohlbefinden haben – diese Wellbeing-Effekte können auch in Produktivitätsverbesserungen Ausdruck finden und wären daher ebenso zu quantifizieren. Ebenso sind die gegenüber anderen Mobilitätsformen geringeren Emissionen hier noch nicht bewertet. Diese Liste ließe sich fortführen, um in der Folge den Social Return on Investment des Gehens und Wanderns berechnen zu können.

Viele Zeichen deuten darauf hin, dass dieser Wirtschaftsfaktor künftig sogar noch an Bedeutung gewinnen könnte: So hat vor allem das Wandern seit der Corona-Pandemie einen enormen Boom mit einem zuletzt zweistelligen Anstieg der Mitgliederzahlen verzeichnet, welcher auch post-Corona anhält. Der anhaltende Trend hin zum Individualsport führt nicht nur zu jährlich neuen Übernachtungsrekorden, er beschert auch den Ausrüstern höhere Umsätze mit Outdoorbekleidung und –schuhen. Geänderte Ansprüche an die Nutzbarkeit und Aufenthaltsqualität, aber auch zur Anpassung an die Klimakrise verändern das Erscheinungsbild des Öffentlichen Raums in den Städten und Gemeinden und sollten zum Gehen einladen.

---

<sup>71</sup> Unter anderen: SpEA; 2015; Der volkswirtschaftliche Nutzen von Bewegung, Wien.

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Modal Split in Österreich (2013/2014); eigene Darstellung .....	6
Abbildung 2: Entwicklung der Fußgängerzonen in Wien; eigene Darstellung .....	7
Abbildung 3: Entwicklung der Begegnungszonen in Wien; eigene Darstellung .....	8
Abbildung 4: Zollergasse Wien (Foto Lemmerer/Yun 2023) .....	9
Abbildung 5: Wertschöpfung pro Meter Straße in den Branchen Detailhandel und Gastronomie in der Innenstadt (links) beziehungsweise entlang von Hauptachsen (unterschiedliche Skalen); eigene Darstellung .....	11
Abbildung 6: Beliebteste Sportarten der Österreicher:innen (2015); eigene Darstellung .....	12
Abbildung 7: Alpenverein Mitgliederstatistik (2011 bis 2021); eigene Darstellung .....	13
Abbildung 8: Reiseausgaben von Übernachtungsgästen, 2019; eigene Darstellung .....	14
Abbildung 9: Begriffliche Abgrenzung Umsatz – Bruttoproduktionswert – Wertschöpfung ....	18
Abbildung 10: Direkte, indirekte und induzierte Effekte .....	19
Abbildung 11: Vereinfachte Darstellung einer Basis-Input-Output-Tabelle .....	22
Abbildung 12: Vereinfachte Darstellung einer Input-Output-Tabelle inkl. Satellitenkonto .....	22
Abbildung 13: Umsatzerlöse des Gehens (Definitionsstufe 1), 2019, in Millionen Euro .....	37
Abbildung 14: Direkte Bruttowertschöpfung, Definitionsstufe 1, 2019, in Millionen Euro .....	38
Abbildung 15: Direkte, indirekte und induzierte Wertschöpfungseffekte, Definitionsstufe 1, 2019, in Millionen Euro .....	39
Abbildung 16: Totale Wertschöpfung des Gehens im Alltag im Sektorenvergleich, 2019, in Millionen Euro .....	39
Abbildung 17: Direkter, indirekter und induzierter Beschäftigungseffekt, Definitionsstufe 1, 2019, in Köpfen .....	40
Abbildung 18: Sektorale Aufteilung des totalen Beschäftigungseffekts, Definitionsstufe 1, 2019, in Köpfen .....	41
Abbildung 19: Beschäftigungseffekte im sektoralen Vergleich, Definitionsstufe 1, 2019, in Köpfen .....	42
Abbildung 20: Umsatzerlöse des Gehens und Wanderns (Definitionsstufe 2), 2019, in Millionen Euro .....	43
Abbildung 21: Direkte Bruttowertschöpfung des Gehens und Wanderns, Definitionsstufe 2, 2019, in Millionen Euro .....	44

Abbildung 22: Wertschöpfung des Gehens und Wanderns im Sektorenvergleich, 2019, in Millionen Euro .....	45
Abbildung 23: Direkte, indirekte und induzierte Wertschöpfungseffekte, Definitionsstufe 2, 2019, in Millionen Euro .....	46
Abbildung 24: Direkter, indirekter und induzierter Beschäftigungseffekt, Definitionsstufe 2, 2019, in Köpfen .....	47
Abbildung 25: Beschäftigungseffekte des Gehens und Wanderns im sektoralen Vergleich, 2019, in Köpfen .....	47

### **Tabellenverzeichnis**

Tabelle 1: Kostenübersicht klimafitte Zollergasse (Wien).....	9
Tabelle 2: Definitionsstufen und Zuordnung zu ÖNACE-Sektoren.....	17
Tabelle 3: Kletterzeitschriften in Österreich .....	30
Tabelle 4: Anzahl der Lehrlinge in den für Gehen relevanten Lehrberufen .....	33
Tabelle 5: Österreichische Mitgliedsvereine des VAVÖ, 2022 .....	34
Tabelle 6: Wirtschaftsfaktor Gehen und Radfahren im Vergleich, 2019 .....	49