ECONSTOR
Make Your Publications Visible.

A Service of
ZBW
Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
Leibniz Information Centre for Economics

Embacher, Hans; Van den Nest, Emanuel

Research Report

"Die Marketingstrategie hat sich dramatisch verändert": Hans Embacher, Geschäftsführer des Verbandes "Urlaub am Bauernhof", über die Digitalisierung und Wettbewerbsfähigkeit von bäuerlichen Betrieben im Tourismus

AMS info, No. 514

Provided in Cooperation with:
Public Employment Service Austria (AMS), Vienna

Suggested Citation: Embacher, Hans; Van den Nest, Emanuel (2021) : "Die Marketingstrategie hat sich dramatisch verändert": Hans Embacher, Geschäftsführer des Verbandes "Urlaub am Bauernhof", über die Digitalisierung und Wettbewerbsfähigkeit von bäuerlichen Betrieben im Tourismus, AMS info, No. 514, Arbeitsmarktservice Österreich (AMS), Wien

This Version is available at:
https://hdl.handle.net/10419/256833

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

WWW.ECONSTOR.EU

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

AMS info 514

Hans Embacher (Interview)

»Die Marketingstrategie hat sich dramatisch verändert«

Hans Embacher, Geschäftsführer des Verbandes »Urlaub am Bauernhof«, über die Digitalisierung und Wettbewerbsfähigkeit von bäuerlichen Betrieben im Tourismus

New-Skills-Gespräche des AMS (50)
www.ams.at/newskills

»Unser Verein ist durchaus ein Partner auf Augenhöhe mit bekannten internationalen Buchungsplattformen«, sagt Hans Embacher. Und ebenso berichtet er: »Inzwischen kommen diese sogar von sich aus auf uns zu, das war vor ein paar Jahren noch andersherum. Aber da wir jetzt über zweitausend Bauernhöfe vertreten und als nachhaltig gelten, sind wir gefragte Partner.« Embacher ist Geschäftsführer des 1991 gegründeten Vereins »Urlaub am Bauernhof«. Der Verein betreibt Marketing für über 2.200 Mitgliedsbetriebe mit rund 27.000 Gästebetten aus allen Bundesländern mit der Ausnahme Wien. Den Mitgliedsbetrieben wird neben der Buchungsplattform auch Service geboten, so zum Beispiel Hilfe beim Betreiben von Websites oder beim Ansuchen von Förderungen. Als Interessensvertretung unterstützt der Verein die Betriebe mit klassischer Lobbyarbeit in unterschiedlichen Gremien auf Bundesebene.[1]

Wie hat sich der Verein »Urlaub am Bauernhof« durch die Digitalisierung verändert?
Hans Embacher: In den ersten zehn Jahren, von 1991 bis 2000, waren unsere Mitglieder in einem klassischen Katalog vertreten, welcher verschickt oder verteilt wurde. In den nächsten zehn Jahren haben wir die Auftritte der Mitglieder auf unserer Website betrieben. Seit 2010 ist ein Kernnutzen von »Urlaub am Bauernhof« unser Channel Management. Die Mitglieder warten ihre Daten nur einmal auf unserer Plattform, sind aber auf unterschiedlichen Online-Portalen, zum Beispiel Buchungsseiten, vertreten.

Welcher Meilenstein ist Ihnen da in besonderer Erinnerung geblieben?
Hans Embacher: Die Umstellung vom analogen Katalog auf eine digitale Plattform war für uns ein Riesenthema. 1998 gab es einen EU-Ministertag, an dem alle EU-Landwirtschaftsminister einen Mitgliedsbetrieb von uns besuchten. Damals gab es für ganz Österreich die Plattform Tiscover, auf die wir zuvor alle Betriebe online gestellt hatten. Ein gewerblicher Hotelier meinte damals stolz zu unserem Obmann, dass er schon im Internet zu finden sei und *»ihr Bauern wisst ja vermutlich nicht, was das ist«*. Der ist aus allen Wolken gefallen, als er hörte, dass bereits alle unsere Vereinsmitglieder auch online vertreten waren.

Wie kommt diese Entwicklung bei den Bauernhöfen an?
Hans Embacher: Grob kann man sagen, dass ein Drittel der Mitglieder sehr internetaffin ist, die generellen Entwicklungen verfolgt und auch neue Funktionen von uns einfordert. Ein weiteres Drittel nutzt die Plattform so wie sie ist. Und ein Drittel ist latent überfordert und braucht Unterstützung, zum Beispiel bei Aktualisierungen. Natürlich gibt es einen Generationenunterschied, manche Mitglieder sind von Anfang an dabei, da ist die Digitalisierung eine gewaltige Herausforderung.

Wie kommuniziert der Verein mit den Bauernhöfen?
Hans Embacher: Im Bundesbüro machen wir die Basisarbeit, stellen die Tools zur Verfügung. Im Gegensatz dazu sind die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den acht Landesverbänden mit der konkreten Umsetzung und Servicierung betraut. Hierhin können sich die Bauernhöfe wenden, wenn sie Hilfe brauchen. Aktiv erreichen wir unsere Mitglieder über verschiedene Kanäle. In unserem digitalen Newsletter liefern wir zum Beispiel Infos über neue Funktionen und Anleitungen, analog dazu bieten wir unsere Mitgliederzeitschrift »Hofpost« an.

Wie hat die Digitalisierung die Tourismusbranche verändert?
Hans Embacher: Die Marketingstrategie hat sich dramatisch verändert. Wurden früher vor allem Anzeigen in Druckwerken geschaltet oder Kooperationen mit Zeitschriften geführt, fließt das Marketingbudget heute in Online-Kampagnen oder in

1 Z.B. »Österreich Werbung«, Plan T – Masterplan für Tourismus, Tourismusausschuss Landwirtschaftskammer Österreich.

Social-Media-Kanäle. Aber es braucht weiterhin einen Anteil an Werbeauftritten in analogen Medien, um alle Menschen zu erreichen. Das ist auch für die junge Generation wichtig zu verstehen. Eine kleine Anekdote: Ich habe bei einer Online-Konferenz der »Österreich Werbung« zum Thema »Zukunft« teilgenommen. Ein junger Digitalprofessor von der Wirtschaftsuniversität Wien hat in seinem Vortrag angemerkt, dass in seinem Bereich festgestellt wurde, dass es einen gewissen Anteil an analoger Kommunikation braucht. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer waren begeistert über diese fortschrittliche Erkenntnis. Ich musste schmunzeln, denn wenn das gleiche einer meiner Bauern sagt, werden diese als hoffnungslos rückständig betitelt.

Wie schaffen es kleinere Tourismusbetriebe, dass ihre Bauernhöfe wettbewerbsfähig bleiben?
Hans Embacher: Unsere Branche erlebt einen starken Strukturwandel. In Österreich geben im Schnitt täglich dreizehn Bauern ihre Höfe auf, das sind im Jahr rund fünftausend Bauern weniger als Basis für Urlaub am Bauernhof. Das Ergebnis der letzten Erhebung über die Jahre 2000 bis 2010 zeigte, dass die Anzahl der Bauernhöfe, die Urlaube angeboten hatten, von fünfzehn- auf zehntausend Betriebe zurückgegangen war. Ein Drittel hatte also aufgehört, obwohl der Markt eigentlich gut war. Die, die noch dabei sind, wirtschaften immer besser und arbeiten digital professioneller. Unser Anliegen als Verein ist, dass wir die Betriebe bei den Innovationen und Weiterentwicklungen unterstützen, dafür gibt es auch Subventionen. Unsere Bauernhöfe verfügen im Durchschnitt über zwölfeinhalb Betten. Ein kleiner Bauernhof hätte also alleine am Markt keine Chance und braucht Partner. Unser Verein ist durchaus auch ein Partner auf Augenhöhe mit bekannten internationalen Buchungsplattformen, wie zum Beispiel Booking.com oder Airbnb, mit denen wir Vereinbarungen aushandeln. Inzwischen kommen diese sogar von sich aus auf uns zu, das war vor ein paar Jahren noch andersherum. Aber da wir jetzt über zweitausend Bauernhöfe vertreten und als nachhaltig gelten, sind wir gefragte Partner.

Welche digital geprägten Berufe gibt es bei »Urlaub am Bauernhof«?
Hans Embacher: Inzwischen haben wir viel Know-how im Haus, welches früher bei den Agenturen lag. Im Marketing kümmert sich eine Mitarbeiterin um unsere Kampagnenmanagement, wir haben eine Spezialistin für Social Media. Ein Kollege im Haus kümmert sich um den IT-Support der Plattform, auch in Abstimmung mit unserer Agentur, die zum Beispiel für die Programmierung zuständig ist. Er ist auch unsere interne Schnittstelle zu unserem Partner im Datenbankmanagement.

Welche Ausbildungshintergründe haben Ihre Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen?
Hans Embacher: Das ist ganz unterschiedlich. Unser IT-Mitarbeiter hat eine HTL-Ausbildung, ist seit zwanzig Jahren bei uns dabei und hat sich mitentwickelt. Im Marketing haben wir eine Praktikerin, die in einer deutschen Stadt für das Stadtmarketing zuständig war und an der Uni einen Tourismuslehrgang gemacht hat. Eine weitere Kollegin hat ein Volkskundestudium abgeschlossen. Eine Kollegin hat aus einem Verlag zu uns gewechselt, hier profitieren wir von ihrer praktischen Social-Media-Erfahrung.

Bewertungen und Feedback von Kunden und Kundinnen spielen im Tourismus eine große Rolle. Über welche Kanäle kommt das Feedback bei Ihren Partnerhöfen an?
Hans Embacher: Das passiert über mehrere Ebenen. Das direkte Feedback erhalten die Bauern natürlich gleich von den Gästen. Für das Online-Feedback arbeitet unser Verein mit der Meta-Bewertungsplattform »TrustYou«[2] zusammen. Wir empfehlen unseren Höfen, die Gäste darum zu bitten, direkt dort ihr Feedback zu hinterlassen. Über »TrustYou« werden aber auch alle Bewertungen von anderen Buchungsplattformen zusammengespielt. Als unsere »Urlaub am Bauernhof«-Plattform startete, waren einige Bauernhöfe bereits auf anderen Buchungsplattformen, wie zum Beispiel HolidayCheck, Trivago oder booking.com, vertreten. Durch diese Meta-Plattform sind alle Bewertungen bequem auf einen Blick abrufbar und nichts geht verloren.

Welches Feedback bekommen Sie von den Bauerhöfen zum Bewertungsverhalten der Gäste?
Hans Embacher: Wir schulen und informieren unsere Mitglieder regelmäßig. Vor allem zu Beginn gab es große Unsicherheiten. Schlechte Bewertungen können unterschiedliche Gründe haben, zum Beispiel Missverständnisse, emotionale Reaktionen, weil sich ein Kind verletzt hat, was am Bauernhof immer passieren kann, aber auch Gäste, die mit angedrohten schlechten Bewertungen Preisnachlässe erpressen wollen. Grundsätzlich werden unsere Bauernhöfe überdurchschnittlich gut bewertet, schon wegen des persönlichen Kontaktes und der Kleinheit der Betriebe. Negatives Feedback kann es aber immer wieder geben, deshalb animieren wir unsere Höfe, aktiv ihre Gäste darum zu bitten, positive Bewertungen zu hinterlassen.

Sie sind schon lange im Tourismus tätig. Wie haben sich die geforderten Kompetenzen im Tourismus verändert?
Hans Embacher: Flexibilität ist sehr wichtig geworden. Früher war die Branche eher statisch, es gab Kataloge, man ist auf Messen gefahren und hat dort Wirtschaftskooperationen abgeschlossen. Heute ist der Tourismus sehr dynamisch, es gibt ständig neue Tools. Hier sind auch die kleineren Betriebe stärker gefordert als früher. Das Marketing wird anspruchsvoller und digitaler, aber im Vergleich zu früher auch abstrakter. Heute müssen wir den Mitgliedern in der gedruckten »Hofpost« erklären, was digitales Tracking der Zielgruppen bedeutet. Online-Plattformen sind enorm wichtig geworden. Generell ist unsere Strategie, dass wir die großen Plattformen nicht als Gegner sehen, sondern uns mit ihnen verbünden und Partnerschaften schließen. Während der Covid-19-Krise hat sich hier eine interessante Entwicklung gezeigt: Auf den großen Plattformen gab es enorme Rückgänge, die Buchungen über »Urlaub am Bauernhof« sind gestiegen. Es gibt also eine gewisse Treueklientel, die uns als heimischen Anbieter unterstützen.

2 Die Plattform von TrustYou erfasst alle Gästebewertungen, Fragebögen, Anfragen und Nachrichten – aus sämtlichen Kanälen. www.trustyou.com/de.

Foto: Urlaub am Bauernhof Österreich

Mag. Hans Embacher, Matura in der Handelsakademie Wörgl, 1980–1985 Studium Betriebswirtschaft und Dolmetscher Universität Innsbruck, 1986 Masterstudium University of Surrey Großbritannien, 1986–1990 Unternehmensberatung im Tourismus / Innsbruck, 1991 bis heute Aufbau und Management / Geschäftsführung »Urlaub am Bauernhof«

»Urlaub am Bauernhof« wirbt damit, nachhaltigen Tourismus zu bieten. Das Thema »Nachhaltigkeit« ist vermehrt auch ein Thema in den Medien. Glauben Sie, dass sich Nachhaltigkeit zum Trendfaktor wird?
Hans Embacher: Nachhaltigkeit ist ein wichtiges Thema, aber kein Buchungsargument. Es hilft uns, dass wir als authentische, kleine, regionale, persönliche Urlaubsform gelten, aber letztlich muss man ein Urlaubserlebnis bieten. Wir studieren regelmäßig Erhebungen und Reiseanalysen und lesen heraus, was sich für unsere Betriebe ändern wird. Diese Analysen zeigen aber auch, dass die Reisenden von sich aus nicht auf Nachhaltigkeit achten. Man kann sie aber durch Marketing darauf aufmerksam machen.

Wenn Nachhaltigkeit kein Urlaubsargument ist, was denken Sie, warum gibt es so viel Zuspruch für »Urlaub am Bauernhof«?
Hans Embacher: Ungefähr sechzig Prozent unserer Gäste sind Familien. Die Eltern wollen ihren Kindern etwas Gutes tun, und die Kinder lieben es, in den Stall zu gehen, herumzusausen und Dinge zu erleben, die es in der Stadt nicht gibt. Oft wollen die Eltern den Kindern so auch vermitteln, wie sie selbst aufgewachsen sind. Grundsätzlich liegt das Naturnahe und Kleinstrukturierte im Trend. Auch Land und Leute kennenlernen kann man nirgends so gut wie auf einem Bauernhof. Vor einigen Jahren hatte zum Beispiel eine Bäuerin im Salzkammergut eine Reihe an Diplomaten zu Gast: Sie hatte in der UNO-City Wien Werbung gemacht, und die Diplomaten wollten die Österreicher kennenlernen.

Wie hat die Covid-19-Krise »Urlaub am Bauernhof« im Vergleich zu anderen Tourismusbetrieben getroffen?
Hans Embacher: Die Bauernhöfe hat die Krise sicher weniger hart getroffen als zum Beispiel größere Hoteliers, die auch noch für dutzende Angestellte die Verantwortung tragen. Wir wissen von unseren Mitgliedsbetrieben, dass sie grob ein Drittel ihres Umsatzes mit »Urlaub am Bauernhof« machen. Zum Einkommen durch die Urproduktion am Bauernhof kommt oft noch das Gehalt einer Teilzeitanstellung dazu. Die Höfe stehen auf mehreren Standbeinen, das macht sie für die Krise natürlich resilienter.

Ist der Stornoschutz in der Krise wichtiger geworden?
Hans Embacher: Während der Covid-19-Krise war das kulante Stornieren ein großes Thema. Wir haben unseren Mitgliedern empfohlen, großzügig zu sein. Ab der kommenden Herbst- und Wintersaison kehren wir auch hier wieder zu regulären Stornobedingungen zurück. Das ist für unsere kleinen Betriebe notwendig, denn wenn hier jemand zum Beispiel zwei Tage vor Reiseantritt absagt, steht das gebuchte Zimmer leer. Bei großen Hotels ist das anders, hier wird von vornherein mit Überbuchungen und Yield Management[3] gearbeitet. Es ist also wichtig, zurück zur Normalität zu kommen, auch die Preise betreffend. Viele Mitglieder fürchten einen Preiskampf nach der Krise. Sollte dieser kommen, empfehlen wir unseren Betrieben, da nicht mitzumachen. Das Interesse und die Nachfrage der Gäste an »Urlaub am Bauernhof« ist groß, und das Preis-Leistungsverhältnis ist, so wie es ist, ausgezeichnet.

Wie hat sich die Kommunikation mit Ihren Partnern und Ihren Mitgliedsbetrieben durch die Digitalisierung verändert?
Hans Embacher: Durch die Covid-19-Krise hat sich die Kommunikation noch stärker in den Online-Bereich verlagert. Das hat praktische Seiten, aber der persönliche Kontakt fehlt. Unsere Vereinsvertretung ist im Normalfall viel in Wien unterwegs, wo man auch abseits vom eigentlichen Anlass ins Gespräch kommt und sich über relevante Themen unterhält. Die Kommunikation mit den Bauernhöfen lief vor der Krise zum Großteil telefonisch, jetzt findet einiges auch online statt. Wir hatten zum Beispiel zwei Webinare mit über sechshundert Teilnehmerinnen und Teilnehmern zum Thema »Covid-19-Förderungen«.

Haben Sie einen Überblick darüber, ob eher die Bauern oder die Bäuerinnen die Kontaktpersonen zu Ihrem Verein sind?
Hans Embacher: Unsere Ansprechpartner in den Bauernhöfen sind zu fünfundachtzig Prozent Frauen. In den Regionen, in denen wir tätig sind, gibt es generell weniger Jobs. Durch »Urlaub am

3 Das Yield-Management ist ein Instrument zur simultanen und dynamischen, meist rechnergestützten Preis- und Kapazitätssteuerung.

Bauernhof« werden viele Arbeitsplätze für Frauen im ländlichen Raum geschaffen, und sie haben so die Möglichkeit, zusätzlich zum Hofbetrieb ein gutes Einkommen zu erwirtschaften. Die Kommunikation wird in der Landwirtschaft generell eher von den Bäuerinnen übernommen. Die Arbeitsgemeinschaft Österreichische Bäuerinnen[4] hat vor kurzem die Studie »Bild der Landwirtschaft in der Gesellschaft«[5] präsentiert. Bei der Pressekonferenz erzählte mir die damalige Bundesbäuerin Andrea Schwarzmann, dass sie diese Studie zwar gemeinsam mit der Landwirtschaftskammer durchgeführt hatten, die Kommunikation hatten aber die Bäuerinnen übernommen, da besonders ihnen der Dialog mit der Gesellschaft ein Anliegen sei.

Was haben die Bäuerinnen durch die Studie erfahren?
Hans Embacher: Laut dieser Studie sieht die Gesellschaft die Bauern sehr positiv. Die Hälfte der Bauern und Bäuerinnen selbst äußerten allerdings das Gefühl, von anderen eher kritisch gesehen zu werden. Hier gibt es also eine unterschiedliche Wahrnehmung. Ein interessanter Nebenaspekt war, dass die Betriebe von »Urlaub am Bauernhof« durch den Gästekontakt ein viel realistischeres Bild hatten und sich positiv wahrgenommen fühlten.

Welche digitalen Projekte stehen in Zukunft bei »Urlaub am Bauernhof« an?
Hans Embacher: Wir entwickeln aktuell eine App für unsere Mitglieder mit dem Fokus auf Usability. Mit dieser App sollen sie auch über das Handy ihre Daten, wie zum Beispiel Bettenverfügbarkeit, oder aktuelle Bilder, auf der Plattform warten können. Die Abläufe sollen für die Bäuerinnen und Bauern so einfacher und schneller gestaltet werden als über das Einloggen am PC.

Herzlichen Dank für das Gespräch!
Das Interview mit Hans Embacher führte Emanuel Van den Nest vom Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft (www.ibw.at) im Auftrag der Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation des AMS Österreich.

4 www.baeuerinnen.at.
5 www.baeuerinnen.at/keyquest-studie-bild-der-landwirtschaft-in-der-gesellschaft-april-2021+2400+2735590+1000237+1050.

Die **New-Skills-Gespräche des AMS** werden im Auftrag der Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation des AMS Österreich vom Österreichischen Institut für Berufsbildungsforschung (öibf; www.oeibf.at) gemeinsam mit dem Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft (ibw; www.ibw.at) umgesetzt. ExpertInnen aus Wirtschaft, Bildungswesen, Politik und aus den Interessenvertretungen wie auch ExpertInnen aus der Grundlagen- bzw. der angewandten Forschung und Entwicklung geben im Zuge der New-Skills-Gespräche lebendige Einblicke in die vielen Facetten einer sich rasch ändernden und mit Schlagworten wie Industrie 4.0 oder Digitalisierung umrissenen Bildungs- und Arbeitswelt.

Initiiert wurden die mit dem Jahr 2017 beginnenden New-Skills-Gespräche vom AMS Standing Committee on New Skills, einer aus ExpertInnen des AMS und der Sozialpartner zusammengesetzten Arbeitsgruppe, die es sich zum Ziel gesetzt hat, die breite Öffentlichkeit wie auch die verschiedenen Fachöffentlichkeiten mit einschlägigen aus der Forschung gewonnenen Informationen und ebenso sehr mit konkreten Empfehlungen für die berufliche Aus- und Weiterbildung – sei diese nun im Rahmen von arbeitsmarktpolitischen Qualifizierungsmaßnahmen oder in den verschiedensten Branchenkontexten der Privatwirtschaft organisiert, im berufsbildenden wie im allgemeinbildenden Schulwesen, in der Bildungs- und Berufsberatung u.v.m. verankert – zu unterstützen.
www.ams.at/newskills

www.ams-forschungsnetzwerk.at
… ist die Internet-Adresse des AMS Österreich für die Arbeitsmarkt-, Berufs- und Qualifikationsforschung

Anschrift des Interviewten

Mag. Hans Embacher
Bundesverband für Urlaub am Bauernhof in Österreich
Cluster Urlaub am Bauernhof Österreich
Gabelsbergerstrasse 19
5020 Salzburg
E-Mail: h.embacher@farmholidays.com
Tel.: +43 662 880202
Internet: www.urlaubambauernhof.at

Alle Publikationen der Reihe AMS info können über das AMS-Forschungsnetzwerk abgerufen werden. Ebenso stehen dort viele weitere Infos und Ressourcen (Literaturdatenbank, verschiedene AMS-Publikationsreihen, wie z.B. AMS report, FokusInfo, Spezialthema Arbeitsmarkt, AMS-Qualifikationsstrukturbericht, AMS-Praxishandbücher) zur Verfügung – www.ams-forschungsnetzwerk.at.

Ausgewählte Themen aus der AMS-Forschung werden in der Reihe AMS report veröffentlicht. Der AMS report kann direkt via Web-Shop im AMS-Forschungsnetzwerk oder bei der Communicatio bestellt werden. AMS report – Einzelbestellungen € 6,– (inkl. MwSt., zuzügl. Versandspesen).

Bestellungen (schriftlich) bitte an: Communicatio – Kommunikations- und PublikationsgmbH, Steinfeldgasse 5, 1190 Wien, E-Mail: verlag@communicatio.cc, Internet: www.communicatio.cc

P.b.b.
Verlagspostamt 1200, 02Z030691M

Medieninhaber, Herausgeber und Verleger: Arbeitsmarktservice Österreich, Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation/ABI, Sabine Putz, René Sturm, Treustraße 35–43, 1200 Wien

Juni 2021 • Grafik: Lanz, 1030 Wien • Druck: Ferdinand Berger & Söhne Ges.m.b.H., 3580 Horn