

Bericht

über die Lage der Tourismus- und
Freizeitwirtschaft in Österreich 2013



Impressum:

Herausgeber:
Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft
Stubenring 1, 1010 Wien
Sektion Tourismus und Historische Objekte

Für den Inhalt verantwortlich:
Sektionschefin Mag. Elisabeth Udolf-Strobl

Redaktion: Claudia Priglhuber, Abteilung III/1, BMWFW

Layout: Herbert Stadler, 1060 Wien

Foto: BMWFW/Hans Ringhofer

Coverbild: Kaisergebirge bei Going in Tirol / Wilder Kaiser
© Österreich Werbung/Niederstrasser

Druck: Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft
April 2014

Lagebericht 2013

Bericht über die Lage der Tourismus- und
Freizeitwirtschaft in Österreich 2013



Vorwort

Der neue Bericht zur Lage der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Österreich liefert einen umfassenden Überblick über die Entwicklung des Jahres 2013, das wiederum ein Rekordjahr für den Tourismus war. Die Nächtigungen sind um 1,2 Prozent auf 132,6 Millionen gestiegen, die Ankünfte um 1,8 Prozent auf 36,8 Millionen, was jeweils neuen Bestwerten entspricht.

Österreichs wichtigster ausländischer Herkunftsmarkt Deutschland legte im Vorjahr bei den Nächtigungen mit 2,4 Prozent wieder deutlich zu. Im langfristigen Trend steigen die Gästezahlen aus dem zentral- und osteuropäischen Raum besonders schnell, die jährliche Wachstumsrate liegt laut Statistik Austria im Schnitt bei acht Prozent. Die in den vergangenen Jahren auf Basis der Tourismusstrategie verstärkte Internationalisierung ist auf einem guten Weg und kompensiert damit auch die zwischenzeitlichen Rückgänge in manchen traditionellen Märkten. Positiv bemerkbar machen sich auch die von uns unterstützten Investitionen der Branche in Kultur-, Wander- und Gesundheitstourismus. Das belebt die Nebensaisonen und erhöht die Auslastung der Betriebe. Weiter auf der Überholspur ist auch der Städtetourismus, wie das starke Nächtigungsplus zum Beispiel in Wien zeigt.

Diese Fakten unterstreichen, dass der Tourismus eine wichtige Konjunkturstütze ist, die Wachstum und Arbeitsplätze im Land sichert. Aufgrund des härter werdenden weltweiten Wettbewerbs müssen wir aber gemeinsam daran arbeiten, auch in Zukunft erfolgreich zu sein. Dafür ist es erforderlich, neue Herkunftsmärkte zu erschließen und den Tourismusbetrieben ein Arbeiten in einem wirtschaftsfreundlichen Umfeld zu ermöglichen. Wie wichtig das ist, zeigt auch die Entwicklung der Tourismuseinnahmen, die laut einer aktuellen WIFO-Prognose noch nicht mit dem Anstieg der Nächtigungen mithalten kann. Wenn sich die positiven Konjunkturprognosen bewahrheiten, ist aber zumindest mittelfristig wieder eine Steigerung der Ausgaben unserer Gäste zu erwarten.

Im Regierungsprogramm hat sich die Bundesregierung zum Ziel gesetzt, 140 Millionen Nächtigungen im Jahr 2018 zu erreichen. Damit die Tourismusbetriebe in neue Angebote investieren können, sind für Tourismusprojekte heuer wieder 50 Millionen Euro für zinsgünstige ERP-Kredite reserviert. Zusätzlich bieten wir erneut ERP-Kleinkredite an, die mit einer Bandbreite von 10.000 bis 100.000 Euro Kreditvolumen auf den Bedarf kleinerer Betriebe zugeschnitten sind. Als neues Angebot wollen wir über die Österreichische Hotel- und Tourismusbank (ÖHT) eine neue Kooperation mit der Europäischen Investitionsbank eingehen, um zusätzliche Mittel für den Tourismus zu sichern.

Mit Blick auf das erneute Rekordergebnis möchte ich der gesamten Tourismusbranche für ihren großen Einsatz danken. Unsere Tourismusbetriebe und ihre Beschäftigten sind Weltspitze und haben sich daher auch von der zähen Konjunkturlage und zahlreichen weiteren Herausforderungen, wie zum Beispiel dem Jahrhunderthochwasser, nicht unterkriegen lassen. Ich wünsche der gesamten Branche ein erfolgreiches Jahr 2014.



Dr. Reinhold Mitterlehner
Bundesminister für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft

Inhalt

1 TOURISMUSPOLITIK.	5
Tourismusausschuss	7
Strategieprozess	7
2 TOURISMUSBILANZ 2013	9
Bericht über die Entwicklung und Struktur der österreichischen Tourismus- und Freizeitwirtschaft im Jahr 2013	10
Die internationale Entwicklung	10
Die Situation in Österreich	13
Internationaler Vergleich	18
Reisebürobranche	22
3 ARBEITSMARKT	23
Der touristische Arbeitsmarkt im Überblick	24
Arbeitskreis Tourismus	25
EURES-Aktivitäten	26
Arbeitsmarktpolitisches Projektbeispiel „RegioVitalis“	26
Ausbildung und Beschäftigung im Tourismus	27
4 THEMENFELDER	31
Ethik und CSR im Tourismus	32
Europäisches Tourismusindikatorensystem ETIS.	33
Tourismus für Alle.	33
Mobilität im Tourismus	35
Radtourismus in Österreich	37

Europäische Kulturstraßen	38
Visapolitik	39
Alpenkonvention – 4. Alpenzustandsbericht „Nachhaltiger Tourismus“	40
Wintersport.	40
Nachhaltigkeit	41
Zweitwohnsitze	42
E-Tourismus	43
Rechtliche Neuerungen	44
FISA – Filmstandort Österreich	44
Broschürens-service des BMWFW	45
5 FÖRDERUNGEN FÜR DIE TOURISMUS- U. FREIZEITWIRTSCHAFT	47
Betriebliche Tourismusförderung des BMWFW	48
Leuchtturmprojekte	49
Tourismusförderungen des BMWFW	49
6 BERICHT DER GESCHÄFTSFÜHRUNG DER ÖHT	53
7 INTERNATIONALE BEZIEHUNGEN	61
Europäische Union (EU)	62
Makroregionale Strategien.	64
Welttourismusorganisation (UNWTO)	65
Organisation für wirtschaftliche Entwicklung und Zusammenarbeit (OECD)	66
Bilaterale Beziehungen	67
8 ÖSTERREICH WERBUNG	69



Tourismuspolitik

Tourismuspolitik

Regierungsprogramm

Im neuen Arbeitsprogramm der österreichischen Bundesregierung 2013–2018 unter dem Titel „Erfolgreich. Österreich“ ist der Tourismus prominent im Kapitel Wachstum und Beschäftigung verankert. Dort heißt es:

„Nächtigungen im Tourismus bis 2018 von 131 Mio. auf 140 Mio. steigern durch ausreichende Finanzierung der Österreich Werbung (ÖW), Umwidmung von 50 % des Haftungsrahmens der Österreichischen Hotel- und Tourismusbank (ÖHT) zur Refinanzierung von Krediten der Europäischen Investitionsbank (EIB) und raschere und effiziente Visa-Abwicklung für „Stamm-Touristen“ anstreben.“

Weltweit wird ein Anstieg der Ankünfte von derzeit rund 1 Milliarde auf 1,8 Milliarden bis 2030 prognostiziert. Betrachtet man diese Ausgangslage, so ist eine Steigerung der Nächtigungen in Österreich auf 140 Millionen bis 2018 ein ambitionierter, aber realistischer Wachstumspfad, der neben der Steigerung der Nächtigungszahlen auch eine Steigerung der touristischen Wertschöpfung anstrebt. Zum Erreichen dieses Ziels ist es erforderlich, sowohl die Angebotsqualität als auch das Marketing zu intensivieren. Dies soll einerseits durch die Bereitstellung zinsgünstiger Kreditmittel für die Tourismuswirtschaft über die ÖHT und andererseits durch ein verstärktes Marketing zur Internationalisierung im Tourismus passieren.

Die im Programm definierten Maßnahmen werden ein erhebliches Wachstum nach sich ziehen. Eine Steigerung der Nächtigungen auf 140 Millionen bis 2018 würde in den nächsten fünf Jahren zusätzlichen touristischen Konsum zwischen 3 und 5 Milliarden EUR bedeuten. Der ÖHT-Haftungsrahmen von 500 Millionen Euro ist derzeit nur zu rund einem Drittel ausgenutzt. Daher sollen nun 250

Millionen EUR des Haftungsrahmens dazu genutzt werden, vor allem Mittel der EIB für die ÖHT anzusprechen. Um dies zu ermöglichen, übernimmt der Bund die Haftung für die ÖHT gegenüber der EIB. Damit könnten jährlich zusätzlich zinsgünstige Kredite für die Tourismuswirtschaft in Höhe von 38 Millionen EUR zur Verfügung gestellt werden, die wiederum Investitionen von knapp mehr als 80 Millionen EUR jährlich auslösen (in Summe rund 400 Millionen EUR in fünf Jahren) sowie bis zu 6.000 Arbeitsplätzen sichern bzw. schaffen. Eine raschere und effizientere Visa-Abwicklung hätte in Summe ein Potenzial von bis zu 150.000 zusätzlichen Gästen pro Jahr aus den Hoffnungsmärkten Russland, Ukraine, China, Saudi-Arabien, Indien und Südafrika.

Darüber hinaus finden sich im Regierungsprogramm noch zahlreiche weitere tourismusrelevante Vorhaben, wie beispielsweise die Senkung der Lohnnebenkosten, die Aufwertung der Lehre, die Sicherung von Unternehmensfinanzierung, der Ausbau des One-Stop-Shop, die Vereinfachung der Förderabwicklung und Lohnverrechnung, die Erarbeitung eines Masterplans für den ländlichen Raum bis hin zum Ausbau der Infrastruktur und der Attraktivierung des Öffentlichen Verkehrs und der E-Mobilität.





Tourismusausschuss



Für den Tourismusbereich wurde 2006 im Nationalrat ein eigener Ausschuss eingesetzt. Im Tourismusausschuss werden Anträge und Berichte, die sich auf die Tourismus- und Freizeitwirtschaft beziehen, behandelt. Im Jahr 2013 tagte der Tourismusausschuss aufgrund der Neuwahlen im Herbst nur einmal. Es wurden nachfolgende Themen behandelt:

- ▶ Bericht des Bundesministers für Wirtschaft, Familie und Jugend über die Lage der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Österreich 2012
- ▶ Bericht über aktuelle Probleme der Tourismusbetriebe und ihrer Angestellten durch die Präsidentin der Österreichischen Hotelierversammlung Michaela Reitterer und den Vorsitzenden der vida Bundesfachgruppe Tourismus Rudolf Komaromy
- ▶ Bericht über die Ergebnisse einer Studie zu E-Tourismus durch Professor Hannes Werthner von der technischen Universität Wien

Folgende Entschließungsanträge wurden vom Ausschuss einstimmig angenommen:

- ▶ Maßnahmen zur Unterstützung der durch die jüngsten Naturkatastrophen beeinträchtigten Tourismusbetriebe (2353/A(E))
- ▶ Gesamtkonzept Tourismus im ländlichen Raum (2352/A(E))

Die Mitglieder des Tourismusausschusses sowie weitere Informationen über die Tätigkeiten des Ausschusses finden Sie auf der Homepage des österreichischen Parlaments unter: www.parlament.gv.at

Strategieprozess

Tourismuskonferenz 2013

Auch im Jahr 2013 wurde an der Umsetzung der im Jahr 2010 präsentierten Tourismusstrategie „Neue Wege im Tourismus“ gearbeitet, denn die Strategie mit ihrem Fokus auf Alpen, Donau & Seen und Städte & Kultur hat sich bewährt.

Ein Beispiel für die verstärkte Zusammenarbeit von Bund und Bundesländern ist die jährliche Tourismuskonferenz, die im April 2013 in Bregenz stattgefunden hat.

Neben dem Bericht des Expertenbeirats unter dem Titel „Österreich-Tourismus gewinnt an Boden“, der dem österreichischen Tourismus eine positive Entwicklung und Erholung attestierte, wurde das Thema E-Tourismus diskutiert. In Europa werden derzeit bereits fast 40 % der Reiseumsätze online gemacht, drei Viertel aller Hotelbuchungen erfolgen über Online-Medien, ca. 13 % über Buchungsplattformen. Als Reaktion auf diese Entwicklung wurden auf Basis einer Studie der TU-Wien von Bund und Bundesländern die Harmonisierung der Datenstruktur von ÖW und LTO beschlossen und der Ausbau einer „Österreich-Suchmaschine“ vereinbart. Durchaus Chancen sieht man in einem innovativen Technologieforschungsprojekt, das



LH-Stv. Hermann Schützenhöfer, GF Dr. Petra Stolba, BM Dr. Reinhold Mitterlehner, LR Mag. Michaela Resetar, LSth. Mag. Karlheinz Rüdissner

sich mit dem Aufbau einer Vertriebs- und Informationsplattform für Anbieter und Kunden beschäftigt.

Weiters wurde die Einrichtung eines Übernehmerfonds diskutiert, der zukünftig Investitionen anlässlich von Betriebsübergaben erleichtern wird. Der Bund und ein Großteil der Bundesländer beteiligen sich an diesem gemeinsamen Finanzierungsmodell. Nach den Schwerpunkten „Alpen“ 2011 und „Urlaub am Wasser“ 2012 standen bei der mit über 200 Teilnehmer/innen sehr gut

besuchten Abendveranstaltung „Städte & Kultur“ im Fokus. Insbesondere die Wechselwirkung von Film und Tourismus wurde in einem Podiumsgespräch diskutiert. Die Expert/innen waren sich einig, dass Film nicht nur als Kulturgut und Wirtschaftsfaktor an Bedeutung gewinnt, sondern auch verstärkt als Imageträger für den Tourismus.

Als Austragungsort für die Tourismuskonferenz 2014 wurde Bad Tatzmannsdorf festgesetzt.

2



© Ober Tauern - Radstaetter Tauernpass_OW_Pigneter

Tourismusbilanz

Bericht über die Entwicklung und Struktur
der österreichischen Tourismus- und
Freizeitwirtschaft im Jahr 2013

Bericht über die Entwicklung und Struktur der österreichischen Tourismus- und Freizeitwirtschaft im Jahr 2013

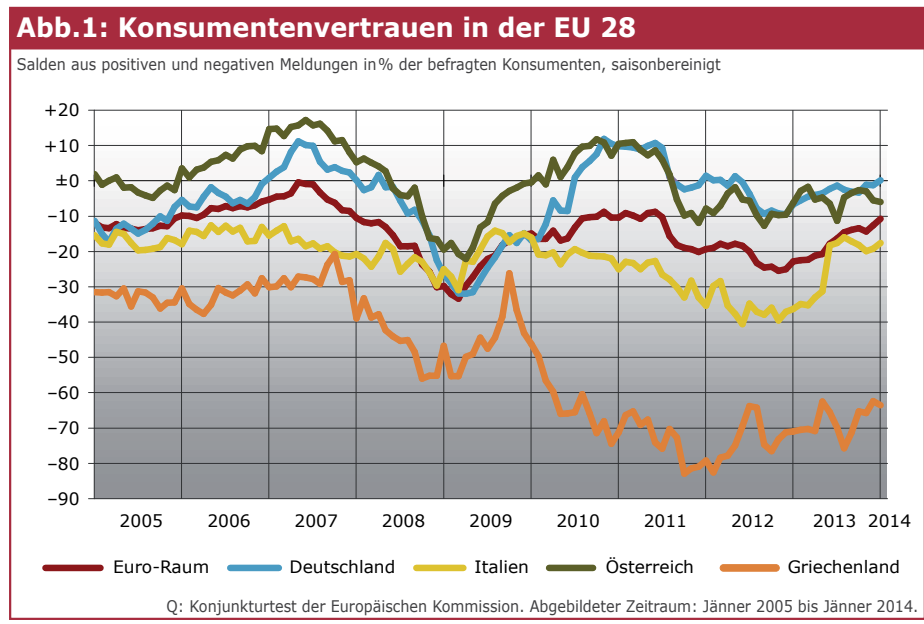
Beitrag von Univ.-Prof. Dr. Egon Smeral/WIFO

Die internationale Entwicklung

Im Jahr 2013 schwächte sich die Expansion der Weltwirtschaft zum dritten Mal in Folge ab. Ausgehend vom Euro-Raum erfasste die Konjunkturfalte andere Industrieländer in Europa und in Übersee und beschleunigte in manchen Schwellenländern den Übergang zu einem geringeren Potenzialwachstum (Schiman, 2014). Die Zunahme des Welthandels war ebenfalls mäßig, weil der Anteil des Handels zwischen den Euro-Ländern relativ hoch

ist und diese mit der Schuldenproblematik und den Risiken eines unterkapitalisierten Bankenapparats zu kämpfen hatten (OECD, 2013).

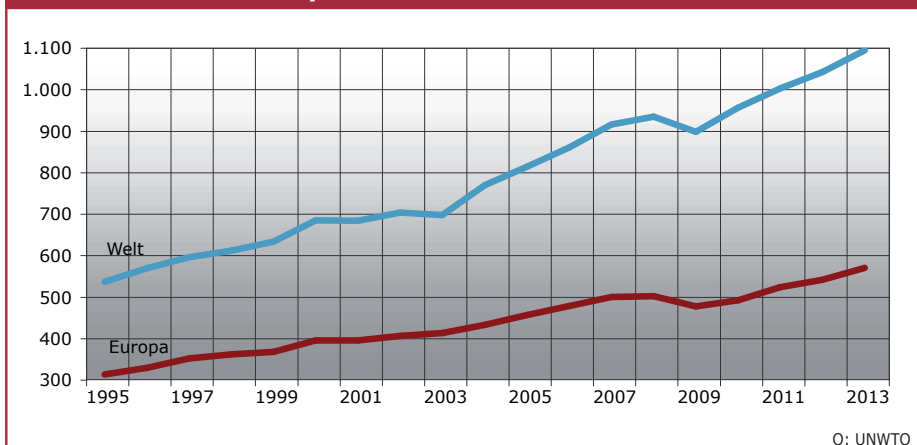
In den USA hielt die Konjunkturerholung an. Indikatoren zeigen, dass die Verschuldung der privaten Haushalte kontinuierlich sinkt. Zurzeit ist die Einschätzung des Konsumklimas schwierig, da die relevanten Indikatoren gegensätzliche Entwicklungstrends zeigen. Die Geldpolitik unterstützte durch den Ankauf verbriefter Forderungen die Kreditvergabe der Geschäftsbanken und sicherte so die Liquiditätssituation. Die negativen Effekte der Budgetkonsolidierung auf die konjunkturelle Entwicklung in den USA waren relativ gering, da der Großteil der Sanierungsmaßnahmen einnahmenseitig getätigt wurde. Dabei kam



Übersicht 1: Entwicklung internationaler Touristenankünfte nach Länderblöcken 2009-2013

	2009	2010	2011	2012	2013
	Veränderung gegen das Vorjahr in%				
Welt	-3,9	+6,5	+4,9	+4,0	+5,0
Europa	-5,0	+3,1	+6,4	+3,4	+5,4
Asien und Pazifik	-1,6	+13,2	+6,6	+6,8	+6,0
Amerika und Karibik	-4,7	+6,6	+3,6	+4,5	+3,6
Afrika	+3,4	+9,3	-0,5	+6,9	+5,6
Naher Osten	-5,1	+11,6	-6,1	-5,2	+0,3

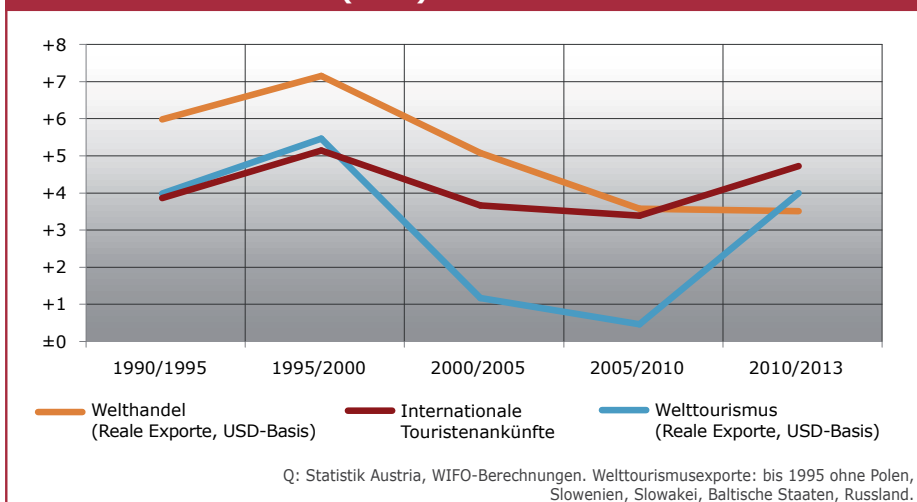
Q: UNWTO (Tourism Barometer, Jänner 2014)

Abb. 2: Entwicklung der internationalen Touristenankünfte weltweit und in Europa

es z. B. zu einer Anhebung der Sozialversicherungsbeiträge und der Steuern auf hohe Einkommen mit geringer Konsumneigung (Spitzensteuersatz, Kapitalertragssteuer). Die relativ günstige Entwicklung der Rohstoffpreise stützte den Aufwärtstrend der Industrieproduktion. Insbesondere die Förderung von Schiefergas und Schieferöl hielten die Energiepreise in den USA niedrig, wovon vor allem die energieintensiven Unternehmen profitierten.

Japan betrieb seit Anfang 2013 eine expansive Geldpolitik, die von einer starken Yen-Abwertung begleitet wurde. Dies stimulierte die Aktienmärkte, den privaten Konsum und die Exporte. Die Yen-Abwertung verteuerte die Energieimporte spürbar, wodurch es zusam-

men mit der Mehrwertsteuererhöhung zu einem Anstieg der Verbraucherpreise kam. Mit einer Beschleunigung der Kerninflationsrate wird jedoch im Hinblick auf die anhaltende schwache Lohnentwicklung nicht gerechnet. Im Jahr 2013 kühlte die Konjunktur in den meisten großen Schwellenländern merklich ab. Länder wie Brasilien und Indien (aber auch die Türkei und Südafrika), die ihr Leistungsbilanzdefizit durch Kapitalimporte finanzieren, waren von einer massiven Kapitalflucht betroffen, die durch die Erwartung einer strafferen Geldpolitik ausgelöst wurde. Abwertungen, erhöhtes Inflationsrisiko und eine Anhebung der Zinssätze waren die Folge. Kurzfristig überlagerte die konjunkturendämpfende Wirkung dieser Maßnahmen die möglichen

Abb. 3: Reale Entwicklung des Welttourismus und Welthandels seit 1990 (in%)

chen positiven Effekte der Abwertung auf die Wettbewerbsfähigkeit (Schiman, 2014). China und Russland waren von den internationalen Kapitalbewegungen weniger oder kaum betroffen, da diese Länder über ein positives Außenhandelsaldo verfügen. In beiden Ländern zeichnet sich jedoch ein Rückgang des Wachstumspotentials ab.

Die Wirtschaft des Euro-Raums erholte sich nach dem Einbruch 2009 nur kurzfristig im Jahr 2010 und verlor 2011 schon wieder an Dynamik. 2012 sank das reale BIP um 0,7%, 2013 um weitere 0,4%. Gegen Ende 2013 deutete sich in der EU eine leichte Erholung der Industriekonjunktur an. Die konjunkturelle Aufhellung zeigte sich auch in der Entwicklung des Konsumentenvertrauens (Abbildung 1).

Der Ausblick für 2014 und 2015 bleibt jedoch verhalten, zumal die beträchtliche Privatverschuldung der privaten Haushalte einer nachhaltigen Konjunktorentwicklung entgegenwirkt. Besonders hoch ist die Verschuldung der privaten Haushalte in den Niederlanden. In Portugal, Spanien und Frankreich sind die Unternehmen stärker verschuldet als die privaten Haushalte. Der Schuldenüberhang schränkt den Spielraum für Investitionen merklich ein, wodurch auch das konjunkturelle Stimulierungspotential limitiert ist.

In Deutschland, dem größten Absatzmarkt Österreichs, verbesserte sich die Konjunkturlage 2013 deutlich. Die deutsche Wirtschaft wuchs im Jahr 2013 um 0,4%. Die mäßige Expansion der Weltwirtschaft dämpfte die Entwicklung der exportdominierten Sachgütererzeugung. Insgesamt sanken die deutschen Exporte im Vorjahr um real 0,2%. Nach einem schwachen Jahresbeginn war in der zweiten Jahreshälfte saisonbereinigt im Vormonatsvergleich wieder ein Wachstum zu verzeichnen. Der IFO-Geschäftsklimaindex deutet auf eine anhaltende Verbesserung der Konjunktur im Jahr 2014 hin.

Trotz der Abschwächung der Weltkonjunktur im Jahr 2013 zeigten die internationalen Tou-

ristenankünfte eine Belebung (Übersicht 1): Nach 4,0% im Jahr 2012 konnte 2013 mit 5,0% eine etwas stärkere Wachstumsrate erreicht werden (UNWTO, 2014). Offenbar dürfte die Tourismusnachfrage erst bei längeren konjunkturellen Einbrüchen negativ beeinflusst, und Reisen in wirtschaftlich schwierigeren Zeiten kurzfristig von den Ersparnissen finanziert werden. Weiters ist zu vermuten, dass das Wachstum im internationalen Tourismus zum Teil von einer Konsumentenschicht getragen wird, die kurzfristig nicht konjunkturreegibel ist.

Von den im Welttourismus wichtigen Länderblöcken stiegen die internationalen Touristenankünfte am stärksten in Asien (+6,0%, inklusive pazifischem Raum) und in Afrika (+5,6%), gefolgt von Europa (+5,4%). Deutlich schwächer fielen die Wachstumsraten in Amerika (+3,6%) und im Nahen Osten (+0,3%) aus.

Im Jahr 2012 überschritten die internationalen Touristenankünfte erstmals die Milliardenengrenze (1.035 Mio.), 2013 wurden 1.087 Mio. erreicht. Für Europa beliefen sich die relevanten Vergleichszahlen auf 534 Mio. (2012) bzw. 563 Mio. (2013) (UNWTO, 2014; Abbildung 2).

Das Wachstum im Welttourismus auf Basis der realen Exporte fiel im Vergleich zum Welthandel 2013, ähnlich wie schon 2012, temporär stärker aus: So stieg – nach Ausschaltung der Preis- und Wechselkursverschiebungen – 2013 der reale Welttourismus mit 5,2% deutlich stärker als der Welthandel mit +2,5%; 2012 war die Differenz geringer (2,7% bzw. 2,3%). Mittel- bis langfristig blieben die realen Tourismusexporte deutlich, und in einem wesentlich geringeren Ausmaß auch die internationalen Touristenankünfte, hinter der Dynamik des Welthandels zurück. So wuchsen die realen Tourismusexporte seit 2000 um etwa 2½ Prozentpunkte pro Jahr langsamer als der Welthandel (Abbildung 3).

Die Situation in Österreich

Das Jahr 2013 war gemessen an Nächtigungen und Ankünften wieder ein Rekordjahr. Die Nächtigungen sind um 1,2% auf 132,6 Mio. gestiegen, die Ankünfte um 1,8% auf 36,8 Mio.. Die Entwicklung der Tourismuseinnahmen konnte mit diesen Steigerungen jedoch nicht mithalten. Die realen Einnahmen aus dem internationalen Reiseverkehr (Tourismusexporte) stagnierten 2013 (+0,3%), nachdem diese 2012 noch leicht anstiegen (+0,8%); die realen Einnahmen im Bin-

nenreiseverkehr waren weiterhin rückläufig (2013: -2,9%; 2012: -1,4%; vgl. Übersicht 2). Insgesamt sanken die realen Einnahmen im Tourismus, nach einer Stagnation 2012 (+0,2%), im Jahr 2013 um 0,5% unter das Vorjahresniveau.

In einer längerfristigen Betrachtung seit dem Jahr 2000 stagnierten die realen touristischen Einnahmen praktisch und lagen 2013 sogar etwas unter dem Niveau des Rezessionsjahres 2009. Noch kritischer ist die Entwicklung des realen Aufwands je Nacht zu beurteilen.

Übersicht 2: Übernachtungen und Umsätze im österreichischen Tourismus 2000 – 2013

	Nächtigungen			Umsätze					
	Inländer	Ausländer In 1.000	Gesamt	Binnenreiseverkehr ¹⁾		Exporte In Mio. EUR		Gesamt	
				Nominell	Real (Pr. 2005)	Nominell	Real (Pr. 2005)	Nominell	Real (Pr. 2005)
2000	31.153	82.534	113.686	4.060	4.625	12.201	13.825	16.261	18.450
2001	31.442	83.669	115.111	4.233	4.698	12.791	14.158	17.024	18.856
2002	31.013	85.792	116.804	4.207	4.548	13.198	14.259	17.405	18.807
2003	31.619	86.348	117.967	4.355	4.597	13.528	14.289	17.883	18.886
2004	31.329	85.922	117.251	4.483	4.597	13.897	14.268	18.380	18.864
2005	31.501	87.741	119.242	4.742	4.742	14.700	14.700	19.442	19.442
2006	32.130	87.274	119.403	4.971	4.844	15.144	14.858	20.115	19.701
2007	33.008	88.443	121.451	5.134	4.834	15.485	14.794	20.619	19.628
2008	33.879	92.840	126.719	5.382	4.920	16.513	15.281	21.895	20.201
2009	34.443	89.864	124.307	5.374	4.876	15.375	14.060	20.749	18.936
2010	35.024	89.857	124.881	5.442	4.815	15.705	14.113	21.147	18.927
2011	35.297	90.706	126.003	5.621	4.789	16.187	13.929	21.808	18.717
2012	35.964	95.052	131.016	5.680	4.720	16.661	14.042	22.341	18.762
2013	35.755	96.874	132.629	5.676	4.585	17.106	14.081	22.782	18.665
Veränderung zum Vorjahr in %									
2000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2001	+0,9	+1,4	+1,3	+4,3	+1,6	+4,8	+2,4	+4,7	+2,2
2002	-1,4	+2,5	+1,5	-0,6	-3,2	+3,2	+0,7	+2,2	-0,3
2003	+2,0	+0,6	+1,0	+3,5	+1,1	+2,5	+0,2	+2,8	+0,4
2004	-0,9	-0,5	-0,6	+2,9	-0,0	+2,7	-0,2	+2,8	-0,1
2005	+0,5	+2,1	+1,7	+5,8	+3,2	+5,8	+3,0	+5,8	+3,1
2006	+2,0	-0,5	+0,1	+4,8	+2,1	+3,0	+1,1	+3,5	+1,3
2007	+2,7	+1,3	+1,7	+3,3	-0,2	+2,3	-0,4	+2,5	-0,4
2008	+2,6	+5,0	+4,3	+4,8	+1,8	+6,6	+3,3	+6,2	+2,9
2009	+1,7	-3,2	-1,9	-0,1	-0,9	-6,9	-8,0	-5,2	-6,3
2010	+1,7	-0,0	+0,5	+1,3	-1,3	+2,1	+0,4	+1,9	-0,0
2011	+0,8	+0,9	+0,9	+3,3	-0,5	+3,1	-1,3	+3,1	-1,1
2012	+1,9	+4,8	+4,0	+1,0	-1,4	+2,9	+0,8	+2,4	+0,2
2013	-0,6	+1,9	+1,2	-0,1	-2,9	+2,7	+0,3	+2,0	-0,5

Q: Statistik Austria, OeNB, WIFO-Berechnungen. Inkl. Personentransport. – 1) Niveauverschiebung gegenüber Vorjahresbericht aufgr. verbesserter Berechnungsmethoden.

Diese Kennziffer drückt die Entwicklung der qualitativen Zusammensetzung der Nachfrage pro Nächtigung aus. Das bedeutet: Wählt der Gast im Zeitverlauf qualitativ höherwertige Unterkünfte, entscheidet er sich für bessere Restaurants, sucht exklusivere Shops auf oder bevorzugt höherwertigere Sport- und Kulturangebote, so wird diese Kennziffer mehr oder weniger ansteigen. Ein Rückgang dieser Kennziffer ist zu verzeichnen, wenn sich die qualitative Zusammensetzung der Nachfrage je Nacht vermindert bzw. im Zeitverlauf weniger anspruchsvolle Angebote nachgefragt werden.

Im Zeitraum 2000/2008 sank der reale Aufwand insgesamt nur leicht, ist seither aber massiv zurück gegangen (2008/2013: -11,7%; Abbildung 4). Diese Tatsache lässt sich zum Teil auf eine generelle qualitative Verminderung der realisierten touristischen Nachfrage zurückführen. Dies mag teilweise damit zusammenhängen, dass die Nachfragestrukturen in vermehrtem Ausmaß massentouristische Züge annahmen. Letzteres zeigt sich auch darin, dass sich der positive Strukturwandel – ausgedrückt durch die steigende Bedeutung der 4/5-Stern-Hotellerie bei der Wahl der Unterkunft – seit 2008 stark verlangsamte.

Betrachtet man die Entwicklungstendenzen seit dem Jahr 2000, fällt zusätzlich auf,

dass die Tourismusnachfrage deutlich hinter der gesamtwirtschaftlichen Dynamik zurück blieb: So wuchs das reale BIP im Zeitraum 2000/2013 um 1,5% pro Jahr, wogegen die realen Tourismusumsätze stagnierten. Wegen des bereits sehr hohen Niveaus der Tourismuswertschöpfung in Österreich mag dies tolerierbar erscheinen, jedoch erzeugt ein längeres Nachhinken eines Sektors hinter der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung einen wachsenden Kosten- und Gewinndruck, der sich negativ auf die Investitionskraft der Betriebe auswirkt. Eventuell fehlende Investitionen könnten in der Folge die Wettbewerbsfähigkeit erodieren, Marktanteilsverluste entstehen. Ein Vergleich der realen Umsatzentwicklung mit der verständlicher kommunizierbaren Nächtigungsentwicklung lässt die Beurteilung der Entwicklungstendenzen günstiger ausfallen (vgl. Übersicht 2). Seit 2000 konnte eine Wachstumsrate von 1,2% pro Jahr erzielt werden. 2013 wurde ein Nächtigungsvolumen von 132,6 Mio. (+1,2%) erreicht, damit lag das Niveau um 1,7% über dem historischen Höchstwert von 1992.

Die Messung des Tourismus mit quantitativen Größen wie Ankünfte oder Nächtigungen kann aber nur Teilaspekte der gesamten Tourismuswirtschaft beschreiben, da im Gegensatz zur Messung in Umsatzgrößen Qualität, Preise oder Nebenausgaben nicht berücksichtigt werden. Dieses Vorgehen führt zu einer

Abb. 4: Realer Aufwand je Übernachtung, 2000-2013

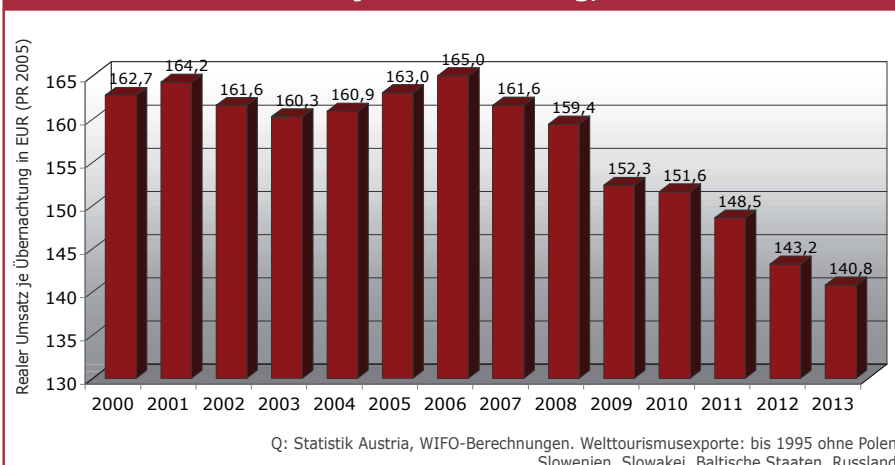
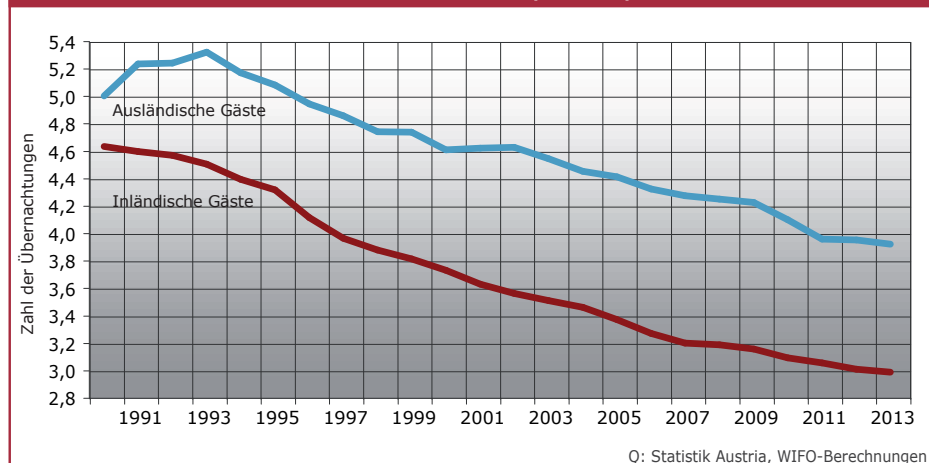


Abb. 5: Entwicklung der Aufenthaltsdauer von in- und ausländischen Gästen in Österreich (in Mio.)

verzerrten Darstellung des Tourismus, weil die ökonomische Größenordnung der Tourismuskonsums und ihre Entwicklung nicht vollständig dargestellt werden können. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass in vielen Fällen Umsatzgrößen nicht verfügbar sind, so dass eben Ankünfte und/oder Nächtigungen als alleinige Messgrößen herangezogen werden müssen.

Weiters ist zu beachten, dass in Bezug auf die wirtschaftliche Beurteilung des Tourismus oder seines Einflusses auf die Regional- oder Gesamtwirtschaft nur monetäre Größen relevant sind, während im Hinblick auf die Evaluierung der Effektivität des Marketings quantitative Maßzahlen wie Nächtigungen oder Ankünfte ebenfalls aussagekräftig sind.

Das Jahr 2013 brachte einen weiteren Rückgang der Aufenthaltsdauer (in- und ausländischer Gäste insgesamt) um 0,6%, wobei sich die Dynamik – wie schon 2012 mit –0,4% – gegenüber dem langfristigen Trend seit 2000 abgeschwächt hat. Besonders deutlich ist diese Entwicklung bei der Aufenthaltsdauer der ausländischen Gäste zu beobachten (Abbildung 5). Die Situation in den Bundesländern war 2013 unterschiedlich: Während die Aufenthaltsdauer im Burgenland, in Salzburg, der Steiermark und Tirol etwas stärker als im österreichischen Durchschnitt sank, zeigten sich in den anderen Bundesländern eher stagnative bis leicht positive Tendenzen.

Die Nächtigungsentwicklung nach der Herkunft zeigt, dass im Kalenderjahr 2013 die Nachfrage der inländischen Touristen um 0,6% zurückging, jene der ausländischen Gäste dagegen um 1,9% anstieg (Übersicht 3). Von den für Österreich wichtigen Herkunftsmärkten nahmen die Übernachtungszahlen aus China (+14,3%), Russland (+9,4%), Slowenien (7,7%), den USA (+6,3%), der Slowakei (+6,0%), Großbritannien (+5,1%), Schweden (+2,5%) und Deutschland (2,4%) relativ kräftig zu. Die Nächtigungszahlen der wichtigen deutschen Gäste stiegen damit bereits das zweite Jahr überdurchschnittlich, so dass die langfristigen Verluste zum Teil aufgeholt werden konnten. Rückgänge ließen sich vor allem bei Gästen aus Ländern mit ökonomischen Problemen feststellen: Dazu gehörten Kroatien (–6,0%), Spanien (–5,2%), Italien (–4,8%), Rumänien (–3,4%), die Niederlande (–2,7%), Japan (–1,2%), Frankreich (–0,6%) sowie Ungarn (–0,2%).

In einer mittelfristigen Betrachtung des Zeitraumes 2005/2011 stiegen die Übernachtungen aus dem Inland und den benachbarten Herkunftsmärkten (+1,9% pro Jahr) deutlich an, wogegen die Übernachtungen aus den nicht benachbarten Herkunftsmärkten stagnierten (+0,2% pro Jahr). Dagegen ergab sich für die Jahre 2012 und 2013 eine – wenn auch nur äußerst mäßige – Tendenz

Übersicht 3: Übernachtungen in Österreich nach der Entfernung der Herkunftsmärkte											
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2005/11	2011/13
	Veränderung gegen das Vorjahr in %									Ø Jährl. Veränd. in %	
Inland u. benachb. Herkunftsmärkte ¹⁾	+0,9	+1,5	+1,8	+3,1	+1,3	+1,4	+2,2	+2,3	-0,1	+1,9	+1,1
Inland	+0,5	+2,0	+2,7	+2,6	+1,7	+1,7	+0,8	+1,9	-0,6	+1,9	+0,6
Deutschland gesamt	+0,1	-4,4	-1,3	+4,1	-2,6	-1,4	-1,6	+4,7	+2,4	-1,2	+3,5
Bayern	+0,2	-1,8	-2,5	+3,5	-0,3	-0,6	+2,3	+3,6	+1,7	+0,1	+2,7
Schweiz	-1,4	+1,8	+3,5	-3,8	+2,2	+4,3	+12,6	+6,6	+0,4	+3,3	+3,4
Italien	+2,1	+1,1	-3,1	-2,5	+1,2	+0,2	-0,2	-3,2	-4,8	-0,6	-4,0
Tschechien	+8,6	+9,1	+12,5	+27,9	+9,9	+0,9	+5,4	+2,2	+1,2	+10,6	+1,7
Ungarn	+12,7	+7,9	+8,0	+8,7	-8,7	+0,7	+5,8	+1,6	-0,2	+3,6	+0,7
Slowakei	+5,5	+13,3	+12,3	+31,6	+9,1	+9,6	+7,4	+5,2	+6,0	+13,6	+5,6
Slowenien	+11,0	+2,4	+8,2	+13,6	+1,2	+2,2	+11,9	+5,6	+7,7	+6,5	+6,6
Nicht benachbarte Herkunftsmärkte	+2,3	-0,9	+1,6	+5,3	-4,4	-0,3	-0,2	+5,4	+2,3	+0,2	+3,8
Übriges Deutschland	+0,0	-5,1	-1,0	+4,3	-3,2	-1,7	-2,7	+5,0	+2,6	-1,6	+3,8
Baden-Württemberg	+0,4	-4,0	-0,3	+2,8	+0,3	-0,0	+1,4	+4,2	+3,3	+0,0	+3,8
Nordrhein-Westfalen	+4,1	-7,1	-3,3	+4,6	-7,0	-1,9	-4,5	+7,5	+0,3	-3,3	+3,8
Mitteldeutschland ²⁾	-0,3	-6,2	+1,6	+2,3	-1,0	-4,0	-4,3	+2,9	+5,5	-2,0	+4,2
Norddeutschland ³⁾	-1,1	-5,3	-3,0	+6,3	-5,2	-1,3	-7,3	+7,2	+3,9	-2,7	+5,5
Ostdeutschland ⁴⁾	-1,2	-0,4	+1,0	+6,5	-2,8	-0,7	+1,1	+3,5	+0,8	+0,8	+2,2
Berlin	-12,7	-6,2	-2,9	+3,8	-0,5	-0,2	-2,2	+4,2	+1,7	-1,4	+3,0
Niederlande	+2,7	+0,9	+3,7	+5,2	-1,2	-4,0	-1,9	+5,5	-2,7	+0,4	+1,3
Großbritannien	+5,2	+5,1	+3,9	-0,3	-16,7	-0,3	-4,6	+2,5	+5,1	-2,4	+3,8
Belgien und Luxemburg	+5,1	+1,8	+2,6	+3,3	-1,4	-2,0	+4,3	+0,4	+1,6	+1,4	+1,0
Frankreich	-4,1	+5,4	-3,0	+1,9	+0,3	+2,7	+2,7	-0,9	-0,6	+1,6	-0,7
Dänemark	+12,9	+13,0	+10,3	+5,4	-1,4	+0,9	-3,3	-1,2	+0,0	+4,0	-0,6
Polen	+7,2	+9,1	+16,0	+34,0	-0,2	+2,7	+6,7	-2,6	+1,1	+10,8	-0,8
USA	-2,0	+7,8	-2,6	-17,8	-7,4	+11,9	-3,2	+6,9	+6,3	-2,4	+6,6
Russland	.	+19,2	+24,7	+40,6	-12,4	+23,3	+25,6	+18,9	+9,4	+19,0	+14,1
Rumänien ⁵⁾	+25,7	+57,5	+75,2	+41,3	-6,4	-2,2	+3,7	-2,6	-3,4	+24,4	-3,0
Schweden	+5,0	+4,7	-2,3	+19,1	-18,5	+9,4	-1,1	+5,3	+2,5	+1,2	+3,9
Spanien	+12,9	+4,5	+2,7	+4,8	-13,2	+8,0	+11,3	-4,5	-5,2	+2,7	-4,8
Kroatien	+5,2	+10,5	+11,7	+15,2	-8,7	-9,4	-5,0	+0,2	-6,0	+1,9	-2,9
Japan	+6,6	-4,7	-15,5	-10,3	-0,5	+1,3	+6,2	+16,1	-1,2	-4,2	+7,1
China	+4,8	+1,6	-3,0	-3,5	-6,0	+20,4	+38,2	+37,0	+14,3	+6,8	+25,2
Übriges Ausland	+4,4	+9,7	+7,8	+10,2	-8,9	+7,1	+10,0	+13,6	+6,6	+5,7	+10,0
Insgesamt	+1,7	+0,1	+1,7	+4,3	-1,9	+0,5	+0,9	+4,0	+1,2	+0,9	+2,6
Kroatien	+5,2	+10,5	+11,7	+15,2	-8,7	-9,4	-5,0	+0,2	-6,0	+1,9	-2,9
Japan	+6,6	-4,7	-15,5	-10,3	-0,5	+1,3	+6,2	+16,1	-1,2	-4,2	+7,1
China	+4,8	+1,6	-3,0	-3,5	-6,0	+20,4	+38,2	+37,0	+14,3	+6,8	+25,2
Übriges Ausland	+4,4	+9,7	+7,8	+10,2	-8,9	+7,1	+10,0	+13,6	+6,6	+5,7	+10,0
Insgesamt	+1,7	+0,1	+1,7	+4,3	-1,9	+0,5	+0,9	+4,0	+1,2	+0,9	+2,6

Q: Statistik Austria. – 1) Inkl. benachbartes Deutschland (Bayern). – 2) Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland. – 3) Niedersachsen, Hamburg, Bremen, Schleswig-Holstein. – 4) Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern. – 5) 2005: Schätzung.

Übersicht 4: Nächtigungsentwicklung in den österreichischen Bundesländern 2000 – 2013

	Burgen- land	Kärnten	Nieder- österreich	Ober- österreich	Salzburg	Steier- mark	Tirol	Vorarl- berg	Wien	Öster- reich
Veränderung zum Vorjahr in %										
2000	+3,8	-1,8	+1,1	-0,8	-0,5	+0,7	+2,3	+0,9	+2,0	+0,8
2001	+0,0	+1,4	-1,5	-1,3	+2,8	+2,7	+1,3	+1,0	-0,4	+1,3
2002	+1,4	+2,7	-3,7	-1,5	+2,2	+1,3	+2,5	+0,8	-0,6	+1,5
2003	+0,1	+0,9	+3,5	+0,4	-0,2	+1,1	+0,9	+0,5	+4,2	+1,0
2004	-3,3	-4,3	+3,6	-0,3	+0,9	-4,0	-1,2	-0,3	+6,2	-0,6
2005	+6,3	-1,3	+0,3	-0,1	+2,9	+2,1	+2,0	-0,1	+3,9	+1,7
2006	+1,4	-3,4	+4,0	+1,3	+2,0	+0,0	-1,5	-2,1	+6,7	+0,1
2007	+4,8	+4,0	+4,3	+1,6	+0,7	+3,1	+0,2	+2,6	+3,3	+1,7
2008	+4,0	+1,3	+3,1	+3,3	+4,7	+5,3	+4,8	+4,4	+6,0	+4,3
2009	+2,1	-1,6	-1,3	-1,2	-3,3	+0,8	-1,9	-1,7	-3,8	-1,9
2010	+1,5	-3,7	+0,5	-1,8	+0,6	+1,1	-0,5	+0,1	+10,3	+0,5
2011	+0,8	+1,2	+3,2	+3,4	+0,3	+1,8	-0,2	-2,4	+5,0	+0,9
2012	+0,2	+1,7	+0,7	+3,9	+5,4	+1,7	+3,8	+6,6	+7,6	+4,0
2013	-2,9	-0,9	-3,0	-2,2	+2,2	+1,3	+1,7	+3,0	+3,7	+1,2

Q: Statistik Austria

zur Internationalisierung: So stiegen die Übernachtungen aus den nicht benachbarten Herkunftsmärkten im Zeitraum 2011/2013 mit durchschnittlich 3,8% pro Jahr deutlich stärker als die Nächtigungen aus dem Inland und den benachbarten Herkunftsmärkten

(+1,1% pro Jahr). Insgesamt ist jedoch für das Ziel, den Anschluss an den internationalen Wachstumstrend zu wahren und die Zuwachsraten spürbar zu beschleunigen, das Gewicht der „Nahmärkte“ mit etwas mehr als zwei Fünftel als deutlich zu hoch zu bewerten.

Übersicht 5: Nächtigungsentwicklung in Österreichs Bundesländerhauptstädten 2000 – 2013

	Bregenz	Eisen- stadt	Graz	Inns- bruck	Klagen- furt	Linz	Salzburg	Sankt Pölten	Wien	Landes- hauptst. Insgesamt	Österreich o. Landes- hauptst.
Veränderung zum Vorjahr in %											
2000	+13,3	+2,0	+5,3	+4,3	+2,5	+2,3	+3,2	+3,4	+1,8	+2,6	+0,8
2001	+0,3	+10,8	-0,2	-1,7	+2,5	+0,6	+2,2	-2,5	-0,2	+0,1	+1,4
2002	+2,9	-7,0	+10,3	-2,6	-1,7	-0,7	-0,8	+6,9	-0,4	-0,1	+1,7
2003	+2,8	-3,0	+21,8	-2,2	+3,6	+0,8	+3,0	+4,1	+3,9	+4,0	+0,6
2004	+4,4	-8,3	-13,7	+4,6	-1,8	+10,9	+7,1	+3,1	+6,0	+4,6	-1,3
2005	-1,0	+17,4	+1,5	+2,9	+4,8	+6,1	+2,3	+6,9	+4,0	+3,7	+1,4
2006	+2,4	+6,4	+1,3	+0,6	+1,7	-0,3	+18,4	+8,5	+6,7	+6,9	-0,8
2007	+16,2	+14,1	+5,6	+4,9	-6,5	-1,4	-3,5	+8,8	+3,4	+2,5	+1,6
2008	-5,7	-6,6	+2,2	+2,5	+11,3	-0,2	-2,2	+0,2	+5,8	+3,7	+4,4
2009	-0,6	+10,2	-1,0	-9,9	-7,1	+9,5	-2,2	+5,7	-3,8	-3,3	-1,7
2010	+1,7	-3,0	+4,6	+13,4	+9,1	-6,2	+6,4	+6,2	+10,3	+8,7	-0,7
2011	+3,1	-0,8	+10,2	+0,6	+6,1	+7,1	+4,6	+4,1	+5,0	+4,9	+0,3
2012	+1,5	-12,8	+3,9	+7,5	-4,7	+6,9	+8,4	+4,3	+7,5	+6,9	+3,5
2013	+3,1	-2,5	+4,3	-0,1	+0,9	-2,3	+2,7	-7,1	+3,7	+2,9	+1,0

Q: Statistik Austria

Regional – insbesondere im Hinblick auf die Entwicklung in den einzelnen Bundesländern zeigten sich erhebliche Unterschiede. Am stärksten stiegen die Nächtigungen in Wien, Vorarlberg, Salzburg und Tirol (Übersicht 4). Die Steiermark wuchs etwa im Österreich-Durchschnitt, in den anderen Bundesländern sank die Nächtigungsnachfrage.

Deutliche Wachstumsdifferenzen zeigten sich auch in Bezug auf die touristische Entwicklung in den Landeshauptstädten, Wien und in den ländlichen Gebieten (5). In Wien expandierten 2013 die Nächtigungen mit +3,7% deutlich stärker als in Gesamtösterreich ohne die Bundesländerhauptstädte (+1,0%). In den Landeshauptstädten (ohne Wien) nahmen die Übernachtungen gegenüber dem Vorjahr um insgesamt 1,3% zu. In St. Pölten (-7,1%), Eisenstadt (-2,5%) und Linz (-2,3%) ging die Nächtigungsnachfrage hingegen zurück, in Innsbruck stagnierte sie. Auch langfristig zeigt sich eine starke Wachstumsdiskrepanz: Seit 2000 stiegen die Nächtigungen in Wien mit 3,9% pro Jahr deutlich stärker als in den anderen Landeshauptstädten und mehr als viermal so stark wie in Österreich ohne die Landeshauptstädte.

Nach Saisonen differenziert entwickelten sich – anders als in den beiden Jahren davor – die Sommersaisonen 2013 und 2012 nächtigungsbezogen mit Steigerungsraten

von +1,2% bzw. 2,6% etwas weniger günstig als die Wintersaisonen (2012/13: +1,9%; 2011/2012: +3,6%).

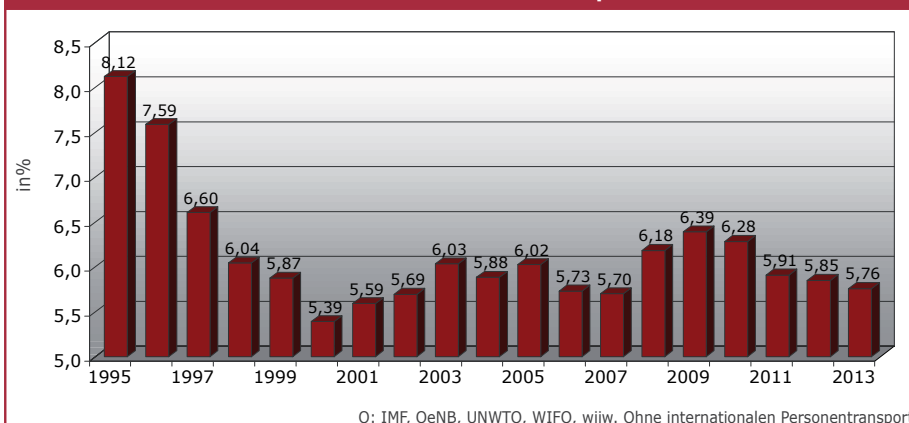
Im Gegensatz zur Nächtigungsdynamik wurde hinsichtlich der Umsätze im Gesamtreiseverkehr in der Sommersaison 2013 (+3,0%) ein etwas kräftigeres Wachstum erzielt als in der Wintersaison 2012/13 (+1,0%). Im Vorjahr wurde eine gegenläufige Entwicklung verzeichnet.

Internationaler Vergleich

Im internationalen Vergleich verlor Österreich 2013 – gemessen an den nominellen Tourismusexporten der EU 15 – weiterhin Marktanteile (Abbildung 6). Während 2009 noch ein leichter Ausbau möglich war, mussten 2010 geringe Einbußen in Kauf genommen werden, die sich 2011 deutlich verstärkten und 2012 bzw. 2013 abgeschwächt fortsetzten. Gegenwärtig liegt der österreichische Marktanteil mit 5,76% um rund 0,4 Prozentpunkte über dem historischen Tiefstwert des Jahres 2000 (5,39%).

In Bezug auf die saisonale Differenzierung der touristischen Wettbewerbsfähigkeit Österreichs kann die quartalsweise Analyse wertvolle Hinweise liefern (Übersicht 6): So zeigt die langfristige Betrachtung seit 1995, dass im I. Quartal („Wintersaison“) zwischen 1995 (14,16%) und 2000 (10,75%) starke Marktanteilsverluste verzeichnet wur-

Abb.6: Österreichs Marktanteil am internationalen Tourismus
Gemessen an den nominellen Tourismusexporten der EU 15



Übersicht 6: Entwicklung des österreichischen Marktanteils nach Quartalen 1995-2013 Gemessen an den nominellen Tourismusexporten der EU 15

	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
	Anteile in %														
I. Quartal	14,2	10,8	10,6	12,1	12,3	12,1	12,7	12,3	11,6	12,8	12,9	13,3	12,5	12,1	12,3
II. Quartal	5,7	3,5	3,6	3,6	3,9	3,8	3,5	3,6	3,7	3,6	4,1	3,8	3,7	3,7	3,4
III. Quartal	7,7	4,6	4,6	4,6	4,9	4,7	4,4	4,2	4,2	4,4	4,7	4,7	4,5	4,4	4,3
IV. Quartal	5,9	4,1	4,7	4,7	4,9	4,6	5,3	5,2	5,5	6,1	6,1	5,6	5,3	5,2	5,3

Q: IMF, OeNB, UNWTO, WIFO-Berechnungen. Ohne internationalen Personentransport.

den. Danach stieg der Marktanteil bis 2010 (13,25%) wieder an und sank daraufhin auf 12,25% (2013). Im Zeitraum 2010/2013 nahm der Marktanteil im II. Quartal relativ am stärksten (-10,6%) ab, im I. Quartal und im III. Quartal („Sommersaison“) wurden Rückgänge in einer ähnlichen Größenordnung verzeichnet (-7,5% bzw. -7,7%). Im IV. Quartal gab es die geringsten Einbußen (2010/2013: -6,1%).

Die Analyse nach Quartalen zeigt auch, dass die relative starke Wintersportorientierung des österreichischen Tourismus (Maßgröße: Marktanteil im I. Quartal/Marktanteil im Jahresdurchschnitt) zwischen 1995 und 2000 relativ kräftig zunahm. Danach blieb die Spezialisierung annähernd konstant: 2013 war die Relation Marktanteil im I. Quartal/Marktanteil im Jahresdurchschnitt etwa das Zweifache. In

allen anderen Quartalen zeigte sich keine Spezialisierung (die Relation Marktanteil im Quartal/Marktanteil im Jahresdurchschnitt blieb unter 1). Im II. und III. Quartal sank die relative Positionierung langfristig, im IV. Quartal stieg sie dagegen an und tendierte gegen 1.

Ein Vergleich der quartalsmäßigen Entwicklungstendenzen der Marktanteile in einigen ausgewählten EU-Ländern bringt zu Tage, dass zwischen 1995 und 2013 im I. Quartal („Wintersaison) und im III. Quartal („Sommersaison“) Belgien, Deutschland, Finnland, Portugal, Schweden und Spanien mehr oder weniger deutliche Gewinne verzeichnen konnten, wogegen Großbritannien, Irland und die Niederlande nur im I. Quartal und Frankreich sowie Griechenland nur im III. Quartal Positionsverbesserungen reali-

Übersicht 7: Vergleich der Marktanteile in der EU 15

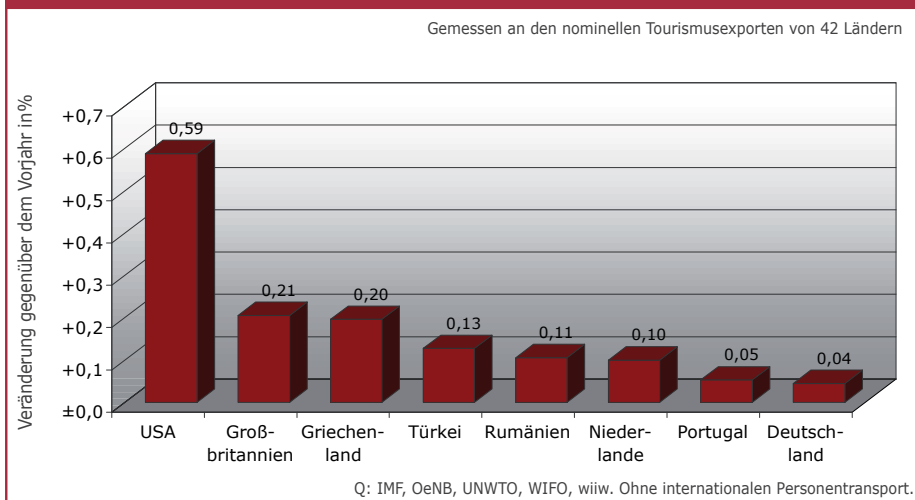
Gemessen an den nominellen Tourismusexporten in USD

	Belgien u. Luxemburg		Dänemark		Deutschland		Finnland		Frankreich		Griechenland		Großbritannien	
	1995	2013	1995	2013	1995	2013	1995	2013	1995	2013	1995	2013	1995	2013
	Anteile in %													
I. Quartal	3,70	6,15	1,76	1,73	10,93	13,22	0,97	1,47	16,66	13,35	1,37	0,83	10,82	11,42
II. Quartal	3,34	5,22	2,25	2,01	11,09	11,57	0,98	1,07	17,86	17,69	2,88	4,57	11,04	12,02
III. Quartal	3,29	4,15	2,51	1,92	9,43	9,73	0,88	1,00	15,62	17,70	3,12	7,81	13,37	10,41
IV. Quartal	3,96	6,54	2,17	1,91	12,76	14,21	1,19	1,18	16,63	13,85	2,09	2,15	13,71	13,46

	Irland		Italien		Niederlande		Österreich		Portugal		Schweden		Spanien	
	1995	2013	1995	2013	1995	2013	1995	2013	1995	2013	1995	2013	1995	2013
	Anteile in %													
I. Quartal	0,92	1,16	17,97	10,30	3,87	5,23	14,16	12,25	2,41	3,04	1,85	3,82	12,62	16,04
II. Quartal	1,34	1,29	18,54	13,73	4,35	4,39	5,71	3,38	2,69	3,33	2,19	3,18	15,74	16,56
III. Quartal	1,66	1,30	17,39	13,63	3,42	3,38	7,65	4,35	3,18	3,71	2,07	2,77	16,40	18,16
IV. Quartal	1,20	1,29	15,06	11,10	4,43	5,60	5,91	5,26	3,22	3,74	2,22	3,45	15,45	16,26

Q: IMF, OeNB, UNWTO, WIFO-Berechnungen. Ohne internationalen Personentransport.

Abb. 7: Marktanteilsgewinner im internationalen Tourismus 2013



sieren konnten (Übersicht 7). Von den wichtigsten Tourismusländern mussten Großbritannien, Italien und Österreich langfristig wesentliche Marktanteilsrückgänge in der Sommersaison hinnehmen.

Von den erfassten Ländern weist Österreich – gemessen an der Relation Marktanteil im I. Quartal zu Marktanteil im Jahresdurchschnitt – wegen seiner ausgeprägten Wintersportorientierung im internationalen Vergleich noch immer den höchsten Spezialisierungsgrad in der Wintersaison auf. Es lässt sich auch deutlich erkennen, dass kein Land außer Österreich bezogen auf die einzelnen Quartale einen ähnlich hohen Spezialisierungsgrad erreicht. Die zweithöchsten Spezialisierungsgrad erreicht Griechenland in der Sommersaison. In einer globalen Betrachtung unter 42 Län-

dern¹ verzeichneten 2013 die USA, Großbritannien und Griechenland die stärksten Marktanteilsgewinne (7). Relativ kräftige Verluste mussten Australien (-0,40%), Indien (-0,25%) und Russland (-0,12%) hinnehmen. Alle anderen Länder verbuchten eher leichte Verluste bzw. Gewinne.

Literaturhinweise

- EC (European Commission), Joint Harmonised Business and Consumer Survey, http://ec.europa.eu/economy_finance/db_indicators/surveys/time_series/index_en.htm, Download am 13. Februar 2014.
- OECD (Organization for Economic Co-Operation and Development), Economic Outlook, OECD, Paris, 11. 2013.
- Schiman, St., „Aufschwung bleibt wegen Konsumschwäche flach“, WIFO-Monatsberichte, 2014, 87(1), S. 3-15.
- UNWTO (World Tourism Organization), World Tourism Barometer, Jänner 2014.

¹ Folgende Länder wurden erfasst: EU 28, Australien, Brasilien, China, Indien, Island, Japan, Kanada, Mexiko, Neuseeland, Norwegen, Russland, Schweiz, Türkei, USA.

Arbeitsmarkt in der Tourismusbranche

ÖNACE 2008: Beherbergung und Gastronomie	Veränd. gegenüber Vorjahr		
	Absolut (in Mio. €)	Absolut (in Mio. €)	+/- in %
Unselbstständig Beschäftigte – Jahresdurchschnitt 2013	195.894	+4.288	+2,2
Anteil der im Tourismus Beschäftigten an den Gesamtbeschäftigten 2013 (in %)	5,6		
Vorgemerkte Arbeitslose – Jahresdurchschnitt 2013	37.426	+3.064	+8,9
Gemeldete offene Stellen – Jahresdurchschnitt 2013	3.863	-489	-11,2
Sofort verfügbare offene Lehrstellen – Jahresdurchschnitt 2013	1.571	-204	-11,5
Lehrlinge im Tourismus 2013	10.351	-953	-8,4

Q: BMASK, WKÖ

Ankünfte und Nächtigungen 2004 – 2013

Kalenderjahr	Ankünfte		Nächtigungen		Aufenthaltsdauer in Tagen
	Absolut (in 1.000)	+/- in %	Absolut (in 1.000)	+/- in %	
2004	28.466	1,2	117.251	-0,6	4,1
2005	29.337	3,1	119.242	1,7	4,1
2006	30.121	2,7	119.323	0,1	4,0
2007	31.141	3,3	121.451	1,7	3,9
2008	32.616	4,7	126.719	4,3	3,9
2009	32.317	-0,9	124.307	-1,9	3,8
2010	33.389	3,3	124.881	0,5	3,7
2011	34.629	3,7	126.008	0,9	3,6
2012	36.164	4,4	131.016	4,0	3,6
2013	36.847	1,9	132.629	1,2	3,6

Q: Statistik Austria

Nächtigungen nach Bundesländern 2013

Bundesland	Nächtigungen	
	Absolut (in 1.000)	+/- in %
Burgenland	2.853	-2,9
Kärnten	12.515	-0,9
Niederösterreich	6.533	-3,0
Oberösterreich	7.081	-2,2
Salzburg	28.806	2,2
Steiermark	11.310	1,3
Tirol	45.064	1,7
Vorarlberg	8.748	3,0
Wien	12.719	3,7
Österreich gesamt	132.629	1,2

Q: Statistik Austria

Nächtigungen nach Herkunftsländern 2013

Herkunftsland	Nächtigungen	
	Absolut (in 1.000)	+/- in %
Deutschland	50.823	2,5
Österreich	35.755	-0,6
Niederlande	9.140	-2,7
Schweiz (inkl. Liechtenstein)	4.577	0,4
Vereinigtes Königreich	3.345	5,2
Italien	2.778	-4,8
Belgien	2.606	0,9
Tschechische Republik	2.150	1,2
Russland	1.956	9,5
Frankreich	1.786	-0,6

Q: Statistik Austria

Die volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in Österreich (gemäß TSA) 2004-2013

Kalenderjahr	Ausgaben in- und ausländischer Gäste		Direkte und indirekte Wertschöpfung des Tourismus		Anteil am Bruttoinlandsprodukt (BIP) in %
	Absolut (in Mio. €)	+/- in %	Absolut (in Mio. €)	+/- in %	
2004	25.977	4,4	18.477	5,0	7,9
2005	27.110	4,4	19.315	4,5	7,9
2006	28.206	4,0	19.973	3,4	7,7
2007	29.027	2,9	20.429	2,3	7,5
2008	30.449	4,9	21.385	4,7	7,6
2009	29.166	-4,2	20.757	-2,9	7,5
2010	29.354	0,6	21.187	2,1	7,4
2011	30.288	3,2	21.804	2,9	7,3
2012	31.642	4,5	22.713	4,2	7,4
2013	32.152	1,6	23.063	1,5	7,3

Q: Statistik Austria/WIFO. 2004 – 2011: revidiert, 2012: vorläufig, 2013: Schätzung

Reisebürobranche

Mit Stichtag 31. 12. 2013 übten 2.640 Betriebe das Reisebürogewerbe aus, 2.157 davon verfügen über eine unbeschränkte Reisebüroberechtigung.

Rund 700 dieser Reisebüros treten als Reiseveranstalter auf.

In den Reisebüros sind rund 9.800 unselbstständige Mitarbeiter/innen beschäftigt (*Quelle: WKO Beschäftigungsstatistik in der Kammersystematik 2012, unselbstständige inkl. geringfügig Beschäftigte*). Sie brachten einen Umsatzerlös von rund 4,5 Mrd. EUR.

Reisebüros bilden derzeit mehr als 300 Lehrlinge aus.

Incoming-Reisebüros tragen mit rund 24 Mio. gebuchten Nächtingungen und einem Umsatz von rund 1 Mrd. EUR zum Erfolg des heimischen Tourismus bei.

Gemessen an der Bevölkerungszahl hat Österreich eine hohe Reisebürodichte, statistisch gesehen versorgt ein Reisebüro rund 3.200 Einwohner.

Unternehmensstruktur:

Die Reisebürobranche ist durch sehr viele Kleinunternehmen geprägt, es dominieren Betriebe mit bis zu neun Beschäftigten. Auf diese Kleinbetriebe entfallen zwar 80 % aller Reisebüros, sie teilen sich aber nur knapp ein Fünftel der Umsatzerlöse der Branche.

Den Großteil des Umsatzvolumens der Branche lukrieren die rund 30 Unternehmen mit 50 und mehr Beschäftigten. 75 % des gesamten Reisemarkts in Österreich entfallen auf nur vier große Veranstalter.

(Q: Fachverband der Reisebüros, Jänner 2014; Leistungs- und Strukturstatistik 2012 – vorläufige Ergebnisse, Statistik Austria)

3



© Altausseersee mit Altaussee (Ort) ÖW Weinhaeupl W.

Arbeitsmarkt

Der touristische Arbeitsmarkt im Überblick

Beitrag des Bundesministeriums für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz

Im Jahresdurchschnitt 2013 waren 195.894 unselbständig Beschäftigte im Tourismus tätig. Das sind um +2,2% mehr als im Vorjahr und entspricht einem Anteil von 5,8% an den aktiv unselbständig Beschäftigten (gesamt: 3.391.705, +0,6%)¹. Mit fast 2/3 weiblichen Beschäftigten (59% Frauen, 41% Männer) sind Tourismusbetriebe mehrheitlich Arbeitgeber/innen für Frauen. 2013 waren durchschnittlich 83.669 Ausländer/innen im Tourismus unselbstständig beschäftigt; ihr Anteil an den Beschäftigten ist mit 42,7% (gesamt: 16,0%) vergleichsweise hoch. Ein weiteres Charakteristikum der Beschäftigungsstruktur im Beherbergungs- und Gaststättenwesen stellt das überdurchschnittlich junge Personal dar. 21,1%² (gesamt: 13,8%) der unselbstständig Beschäftigten sind unter 25 Jahre und 28,0% (gesamt: 37,2%) über 45 Jahre alt. Im Jahr 2013 waren in der Tourismusbranche³ im Durchschnitt 37.426 (2012: 34.362) Arbeitslose vorgemerkt, davon hatten 28,4% eine Einstellzusage für eine Arbeitsaufnahme. Die Arbeitslosenregisterquote lag 2013 im Tourismusbereich mit 16,0% weit über der gesamten Registerquote von 7,6%. Durchschnittlich 13,0% aller Arbeitslosen stammten im Jahr 2013 aus der Tourismusbranche. Durchschnittlich belief sich die Dauer der Arbeitslosigkeit im Tourismus auf 80 Tage; 70% der Arbeitslosen waren weniger als 3 Monate vorgemerkt.

Mit Verordnungen des Arbeitsministers können Kontingente für die Zulassung des vorübergehenden saisonalen Arbeitskräftebedarfs im Tourismus festgelegt werden.

Mit dem Sommertourismuskontingent 2013 standen den heimischen Tourismusbetrieben

1.275 Plätze zur Verfügung (8,9% weniger als 2012). Seit 1.1.2014 haben Rumän/innen und Bulgar/innen als neue Unionsbürger/innen freien Arbeitsmarktzugang, daher wurde das Wintersaisonkontingent für Beschäftigungsbewilligungen 2013/2014 weiter reduziert: von 2.065 (2012/13) auf 1.460 (2014). Innerhalb der Kontingente werden nun Kroat/innen (Gemeinschaftspräferenz), aber auch – wie bisher – Asylwerber/innen bevorzugt bewilligt.

Auch dieses Jahr konnten Stammsaisoniers außerhalb der Kontingente bewilligt werden. Insgesamt sind rund 1.700 Personen als Stammsaisoniers im Tourismus registriert. Der Tourismus gehört auch zu jenen Branchen, die die Liberalisierung des europäischen Arbeitsmarktes genutzt und Stellen vermehrt mit Arbeitskräften aus den EU-Mitgliedstaaten besetzt haben. Von den rund 138.000 beschäftigten EU-8-Bürger/innen entfielen im Jahresdurchschnitt 2013 ca. 28.000 (rund 20%) Arbeitskräfte auf die Tourismusbranche.

Der Jahresdurchschnittsbestand an sofort verfügbaren offenen Stellen aus der Tourismusbranche lag 2013 bei 3.863. Der Rückgang des Stellenangebots im Tourismus mit einem Minus von 489 (bzw. – 11,2%) fällt im Vergleich zu allen sofort verfügbaren Stellen (-10,3%) stärker aus. Der Anteil der Stellen in dieser Branche an allen offenen Stellen ist auf 14,6% zurückgegangen (2012: 14,8%). Im Jahresdurchschnitt 2013 standen in den Tourismusberufen 478 Lehrstellensuchenden (-3 bzw. -0,5% im Vorjahresvergleich) 1.571 offene Lehrstellen (-204 bzw. -11,5%) gegenüber. In der Tourismusbranche wurde für insgesamt 1.083 Personen⁴ eine Lehrstellenförderung seitens des AMS genehmigt.

Insgesamt wurden 45.319 (+14,4% geg. d. Vorjahr) Personen⁵ aus dem Tourismusbe-

⁴ Personen mit einer im Jahr 2013 genehmigten Förderung
⁵ Vorläufige Werte: *Anzahl Personen: Die Personenzählung erfolgt mittels Zählung der PST-Keys eindeutig über alle Dimensionen in Bezug auf die jeweilige Förderfall-Anzahl. Bei der eindeutigen Zählung wird eine Person bei allen Kategorien, in denen sie vorkommt gezählt, aber in der Summe nur einmal (betrifft auch prozentuelle Verteilung).

¹ Q: Hauptverband der Sozialversicherungsträger

² Q: AMS DWH: mon_besch_alq

³ NACE Beherbergung und Gastronomie



© ÖW Henning Bode

reich mit Mitteln der aktiven Arbeitsmarktpolitik unterstützt. 78,4% der Förderungen entfielen auf Qualifizierungen, 31,5% auf Unterstützungsmaßnahmen (darunter ist etwa die Kinderbetreuungsbeihilfe oder die Betreuung durch Beratungseinrichtungen zu verstehen) und 16,5% auf Beschäftigungsförderungen. Mit dem Instrument der Eingliederungsbeihilfe konnten beispielsweise im Jahr 2013 4.091 Personen (66,6% Frauen) bei der (Re) Integration in den Arbeitsmarkt unterstützt werden.

Generell reichen die vom AMS finanzierten Qualifizierungen von Anlernkursen bis zu Vorbereitungskursen für den Lehrabschluss in Tourismusberufen. Über die modulare Ausbildungsschiene „Kompetenz mit System“ können Zeiten der Arbeitslosigkeit für Qualifikation und Weiterbildung mit dem Ziel des Lehrabschlusses zur/zum Hotel- und Gastgewerbeassistentin/assistenten genutzt werden. Ebenso werden Weiterbildungs- bzw. Spezialisierungskurse für Fachpersonal (z. B.

Ausbildungen mit Schwerpunkt Kaffee, Bar, Patisserie, Diätküche, Weinberatung oder Gästebetreuung) sowie Auffrischkurse im Bereich Service und Systemgastronomie angeboten. Weiters beinhaltet das Schulungsangebot diverse Sprachkurse (Englisch, Italienisch, Spanisch, aber auch bereits Sprachen der neuen EU Länder wie z. B. Ungarisch und Tschechisch) und Sprachkurse für Migrant/innen, die einer Tätigkeit im Tourismus nachgehen möchten aber unzureichend Deutsch sprechen. Aus- und Weiterbildungen mit EDV-Schwerpunkten für Reisebüro und Rezeption (z. B. Buchungssysteme) runden das Schulungsangebot ab. Im Rahmen von „New Skills-Fachkursen“ können Kund/innen Auffrischungs- und Spezialisierungskurse in modularer Form absolvieren und sich fachübergreifende Fähigkeiten aneignen.

Lohnerhöhungen

Wie schon bei den Kollektivvertragsverhandlungen im Vorjahr vereinbart, wurden die Mindestlöhne im Hotel- und Gastgewerbe mit 1. Mai 2013 auf € 1.320,- angehoben. Darüber liegende Löhne und Lehrlingsentschädigungen stiegen um 2,96%.

Arbeitskreis Tourismus – eine Initiative des BMWFW

Nachfrage und Angebot touristischer Dienstleistungen weisen besondere Charakteristika auf, die sich u.a. in den touristischen Arbeitsmarktzahlen niederschlagen. Registerdaten vom Hauptverband der Versicherungsträger sowie vom Arbeitsmarktservice bilden dabei für die verschiedenen Stakeholder den Bezugsrahmen. In einem Kooperationsprojekt unter Koordination des IHS wollen nunmehr BMWFW, BMASK, WKÖ, AK, AMS und vida gemeinsam diese Arbeitsmarktzahlen und -fakten analysieren, Ergebnisse, Statistiken und Indikatoren diskutieren und Forschungsbedarf und mögliche Schwerpunkte festlegen. Im Februar 2014 startete dazu eine

Reihe von Workshops mit dem Ziel, für die Ansprüche der jeweiligen Teilorganisationen eine solide wissenschaftliche Grundlage für zukünftige (Politik)Entscheidungen im Sinne der Tourismusbeschäftigten und der Tourismusbranche zu schaffen.

EURES-Aktivitäten

EURES (European Employment Services) – das europäische Jobnetzwerk der Arbeitsverwaltungen (Public Employment Services) des EWR und der Schweiz – zielt darauf ab, den europaweiten Stellenaustausch zu intensivieren und die Mobilität der Arbeitnehmer/innen zu erleichtern. Mobilitätsbereite Arbeitskräfte und Unternehmen werden bei der europaweiten Suche und dem Recruiting unterstützt.

Im Tourismus spielt die länderübergreifende Vermittlung über EURES eine wichtige Rolle – der Anteil an Stellen, für die auch Personal aus Europa rekrutiert werden soll, beläuft sich auf 14,2 % (durchschnittlich liegt der Anteil bei 9,5 %)⁶. Für die Wintersaison 2012/2013 konnten via EURES ca. 700 Personen aus anderen EU/EWR Staaten für österreichische Tourismusunternehmen vermittelt werden – der Großteil davon nach Vorarlberg (323 Personen).

Eine besonders wichtige Rolle spielt EURES in Grenzregionen, d. h. in Gebieten, in denen große grenzüberschreitende Pendlerströme stattfinden. Derzeit bestehen mit Österreich drei EURES Grenzpartnerschaften („TransTiroliä“ (Italien, Österreich, Schweiz), „Pannonia“ (Ungarn, Österreich), „Bodensee“ (Deutschland, Österreich, Schweiz, Liechtenstein), die u. a. Dienstleistungen zum Ausgleich von saisonalen Arbeitskräfteüberhängen im Tourismus bzw. Informationen für Unternehmen, die grenzübergreifend tätig werden wollen, anbieten.

Arbeitsmarktpolitisches Projektbeispiel

Projekt „RegioVitalis“

Gesundheitstourismus spielt eine wesentliche Rolle in der wirtschaftlichen Entwicklung der Steiermark und in den Regionen Podravje und Pomurje in Slowenien und ist ein wichtiger Jobmotor. Das Projekt RegioVitalis (1.7.2010 – 30.6.2014) unterstützt durch seine Aktivitäten die wirtschaftliche Entwicklung im Gesundheitstourismus und leistet seinen Beitrag für die Schaffung von Arbeitsplätzen in dieser Branche.

Durch verstärkte Vernetzung und Zusammenarbeit aller Partner/innen in den Bereichen Qualifizierung, Personalmanagement, Landwirtschaft und Gastronomie, sowie Medizin und Tourismus entstehen Synergieeffekte, die zum Vorteil aller Partner/innen reichen. Die Verbindung von Medizin und Tourismus ermöglicht durch die Einbindung verschiedener Expert/innen und den stattfindenden Wissenstransfer neue Zugänge und Perspektiven.

Gemeinsam mit lehrlingsausbildenden Betrieben werden beispielsweise im Rahmen eines Netzwerkes Maßnahmen zur Förderung und Unterstützung von Lehrlingen erarbeitet, die über die gesetzliche Lehrlingsausbildung hinausgehen. Dies sind weiterführende Schulungen und Unterstützung bei schulischen Problemen. Mitgliedsbetriebe werden besonders gekennzeichnet, dadurch soll ihre Attraktivität als Arbeitgeber für Lehrlinge gesteigert werden.

Informationskampagnen und Ausbildungskooperationen für Jugendliche sowie die Unterstützung von Unternehmensgründer/innen erhöhen die Attraktivität und das Interesse am Arbeitsplatz Tourismus. Eine Konzentration auf regionale Produkte in der Gastronomie und in den Bereichen Therapie und Anwendung führt zu einer Stärkung der regionalen Wertschöpfung und einer klareren touristischen Profilierung. Durch eine gemeinsame, zukunftsorientierte Zusammenarbeit wird

6 Q: AMS DWH: amb_adg

die Zukunft der Region für Bewohner/innen, Beschäftigte und Betriebe aktiv mitgestaltet.

Ausbildung und Beschäftigung im Tourismus

Berufsorientierung im Tourismus

Die Berufswahl gehört wohl zu den schwierigsten Entscheidungen im Leben eines jungen Menschen. Es gilt, die eigenen Talente, Neigungen und Fähigkeiten zu erkennen und die wichtigsten Interessensfelder abzustecken. „Welchen Beruf soll ich erlernen, der mir möglichst viel Spaß macht und von dem ich gut leben kann?“, lautet wohl die meist gestellte Frage von Jugendlichen. Dazu kommt, dass die Berufslandschaft heutzutage vielfältiger ist denn je. Bei der Berufswahl Jugendlicher haben Eltern, Familie, Freunde, Lehrer und Pädagogen entscheidenden Einfluss.

Weltweit zählt die Tourismus- und Freizeitwirtschaft zu den am stärksten wachsenden Branchen mit einem steigenden Bedarf an engagierten und qualifizierten Beschäftigten. Es ist daher wichtig, die Jugend in Österreich auf die zahlreichen Ausbildungsangebote – angefangen von den zehn verschiedenen Lehrberufen, über die schulische bis zur akademischen Ausbildung im Tourismus – sowie auf die vielfältigen Betätigungsmöglichkeiten in dieser Branche aufmerksam zu machen.

Das BMFWF setzt daher in diesem Bereich seit Jahren zahlreiche unterstützende Maßnahmen:

BMFWF-BroschürensERVICE zur Berufsorientierung

Verschiedene Handbücher, Broschüren und Folder zur Berufsorientierung im Tourismus, die regelmäßig aktualisiert werden, sollen die Suche nach dem passenden Beruf erleichtern und noch mehr junge Menschen für einen Job in der Zukunftsbranche Tourismus begeistern.



Mit der mehrsprachigen Berufsinformationsbroschüre „Karriere im Tourismus – du bist dabei!“ in Deutsch, Serbokroatisch, Englisch und Türkisch herausgegeben sollen verstärkt Menschen mit Migrationshintergrund auf die vielen beruflichen Chancen, die die Tourismus- und Freizeitwirtschaft bietet, aufmerksam gemacht werden. Wichtige Voraussetzungen für eine erfolgreiche Karriere im Tourismus sind die Freude am Umgang mit Menschen, Fremdsprachenkenntnisse, Flexibilität und interkulturelle Offenheit. Eine aktualisierte Neuauflage von „Karriere im Tourismus – du bist dabei!“ ist im April 2014 erschienen.

Berufsorientierung an Schulen und in Jugendzentren

Neben der engen Zusammenarbeit mit Schulen nützt das BMFWF bei der Verteilung der Unterlagen zur Berufsinformation verstärkt das Netzwerk der offenen und verbandlichen Jugendorganisationen auf Bundes- und Länderebene in Österreich.



„get a job“ – ein erfolgreiches Berufsorientierungsprojekt an Schulen



Das interaktive, persönlichkeitsfördernde Berufsorientierungsprojekt „get a job – deine Chancen im Tourismus“ für Schülerinnen und Schüler zum Kennenlernen der Bildungsmöglichkeiten in der Gastronomie und Hotellerie hat sich mittlerweile in sechs Bundesländern etabliert. Neben der Steiermark und Salzburg konnte „get a job“ durch eine Initialförderung des BMFWF nun auch in Niederösterreich, Kärnten, Oberösterreich, Burgenland eingeführt werden. Die Feedback-Befragungen haben ergeben, dass sich durch „get a job“ das Meinungsbild über die Tourismusberufe verbessert hat und dass sich jeder zweite Schüler vorstellen kann, eine Lehre oder eine schulische Ausbildung im Tourismus zu beginnen.

Die bisherige Bilanz lässt sich sehen. Seit Beginn von „get a job“

- ▶ wurden mehr als 26.700 Jugendliche in 6 Bundesländern erreicht,
- ▶ waren rund 2.000 Lehrer/innen als Multiplikator/innen bzw. Meinungsbilder/innen in die Workshops eingebunden,
- ▶ konnten rund 250 Partnerschulen für eine „get a job“-Kooperation gewonnen werden,
- ▶ wurden rund 1.400 Realbegegnungen mit Ausbilder/innen bzw. Praxisvertreter/innen aus Gastronomie & Hotellerie ermöglicht,
- ▶ waren rund 300 Tourismusbetriebe eingebunden und nutzten die Gelegenheit in „get a job“-Workshops potenzielle Lehrlinge zu akquirieren.

NEU: „Job-FIT-Tag“ für angehende Tourismuslehrlinge



für Lehrlinge/innen in Gastronomie & Hotellerie

Der „Job-FIT-Tag“ ist eine Initiative des BMFWF und der Wirtschaftskammer Österreich für einen gelungenen Brückenschlag vom „Schüler zum Lehrling“. Dieser eintägige Workshop bereitet angehende Lehrlinge – also jene, die bereits einen Lehrvertrag in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Händen, aber die Lehre noch nicht angetreten haben – auf ihren neuen Lebensabschnitt vor, unterstützt Familien in der Überleitung ihres Kindes in die nächste Lebensphase und trägt dazu bei, den Tourismusbetrieben „gebrieft“ Lehrlinge zu übergeben. Beim „Job-FIT-Tag“ erhalten Jugendliche ein Persönlichkeitstraining mit Sensibilisierungsimpulsen. Gängige Konfliktthemen, wie Bekleidung, Auftreten, Pünktlichkeit werden bearbeitet, Unsicherheiten und Ängste abgebaut, Stärken bewusst gemacht und „Soft Skills“ in Rollenspielen geübt.

Der „Job-FIT-Tag“ startete mit einem Pilotversuch im Sommer 2013 in der Steiermark (Ennstal, Thermenland, Graz), auch mit Unterstützung des BMASK. Eine erste Evaluierung ergab, dass die Lehrlinge nach Absolvierung des Job-FIT-Tages besser Bescheid wissen, was von ihnen als Lehrling erwartet wird. Sie fühlen sich sicherer und gestärkt für ihre ersten Tage im Lehrbetrieb und glauben, besser mit neuen Situationen im Betrieb umgehen zu können. Sie freuen sich auf die Arbeit, den neuen Lebensabschnitt und auf den ersten Lohn. Sie wünschen sich, viel zu lernen und bald selbständig arbeiten zu können. Mit Hilfe einer Initialförderung des BMFWF konnte der „Job-FIT-Tag“ bereits für das Schuljahr 2013/14 in fünf weiteren Bundesländern (NÖ, OÖ, S, K, B) eingeführt werden.

Glücksbringer-Lehrlingscard



Das BMFWF lancierte im Herbst 2012 im Rahmen der mehrjährigen bundesweiten Berufsinformations- und Imagekampagne der Tourismuswirtschaft „Glücksbringer“ gemeinsam mit der Wirtschaftskammer Österreich eine attraktive Vorteilskarte speziell für Tourismuslehrlinge, die „Glücksbringer-Lehrlingscard“. Durch die Übernahme der Kosten vorerst für drei Jahre für das Co-Branding mit der Europäischen Jugendkarte (European Youth Card – EYCA) stehen den rund 11.500 jungen Menschen, die eine Lehre in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft absolvieren, damit über 1.000 Angebote in ganz Österreich und weitere 50.000 in ganz Europa in Form von Ermäßigungen für Freizeit, Sport, Kultur, Events, Reise und Services zur Verfügung.

Auslandspraktika speziell für Tourismuslehrlinge

Die Auslandspraktika sind eine Initiative des BMFWF in Kooperation mit dem Internationalen Fachkräfteaustausch (IFA) und der Sparte Tourismus- und Freizeitwirtschaft in der Wirtschaftskammer Österreich. Seit 2011 haben Lehrlinge ab dem 2. Lehrjahr die Möglichkeit, ein 3- bis 5-wöchiges fachspezifisches Praktikum in einem Tourismusbetrieb im Ausland zu machen und Erfahrungen zu sammeln. IFA übernimmt die Organisation von Reise, Praktikumsplatz, Unterkunft und Sprachkurs und schließt für den Zeitraum des Praktikums eine Unfall-, Privathaftpflicht- und Rücktransportversicherung ab.

Das BMFWF unterstützt den Verein IFA als Plattform und Vermittler für Auslandspraktika und ergänzt das durch das EU-Programm „Leonardo da Vinci“ finanzierte Austauschprogramm finanziell. Der Selbstbehalt für ein Auslandspraktikum liegt – je nach Dauer und Land – zwischen 150 EUR und 550 EUR. Die Tourismuslehrlinge bleiben während des Auslandspraktikums in Österreich sozialversichert und beziehen weiterhin die Lehrlingsentschädigung. Jährlich machen rund dreißig Tourismuslehrlinge von einem Auslandspraktikum Gebrauch.



Aleksandra Radovanovic in Helsinki



© Karnische Region im Winter Lesachtal in Kaernten ÖW

Themenfelder

Ethik und CSR im Tourismus

► Globaler Ethikkodex für Tourismus



Der „Globale Ethikkodex für Tourismus“ der Welttourismusorganisation UNWTO gilt als wichtiger Handlungsrahmen für mehr soziale Verantwortung im Tourismus. Die UNWTO ist bemüht, diese

Empfehlungen mit Hilfe des Weltkomitees für Tourismusethik unter freiwilliger Beteiligung möglichst vieler Akteur/innen weltweit umzusetzen.

Das Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft unterstützt die UNWTO bei diesem Thema u. a. durch die Publikation verschiedener Aufklärungsbroschüren sowie durch die regelmäßige Organisation eines Runden Tisches zu „Ethik im Tourismus“. Die Teilnehmer/innen dieses halbjährlich stattfindenden Informationsgremiums beraten über die Fortschritte bei der Umsetzung des Globalen Ethikkodexes und die Entwicklung von Maßnahmen zum Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung im Tourismus.

► Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung im Tourismus



Der Teilbereich „Schutz der Kinder vor sexueller Ausbeutung im Tourismus“ des globalen Ethikkodexes wird vom BMFWF als besonders wichtig erachtet, da weltweit rund 2 Millionen Kinder und Jugendliche ausgebeutet und zur Prostitution oder Pornographie gezwungen werden. Verstärkte Sensibilisierung und Bewusstseinsbildung aller am Reise-

prozess beteiligten Personen sollen mithelfen, die Zivilcourage zu stärken und Sexualstraftaten nicht zu tolerieren.

Als Teil der Maßnahmen zur Bekämpfung des Kindersextourismus nimmt Österreich bereits seit Ende 2010 an einer gemeinsamen Kampagne mit Deutschland und der Schweiz mit der Botschaft „Nicht Wegsehen“ teil. Im Rahmen dieser Kampagne wird Aufklärungsarbeit über die Problematik Kinderprostitution in Urlaubsdestinationen über verschiedene Kanäle (wie z. B. Broschüren, FreeCards, Videospots im On-Board Entertainment auf ausgewählten Austrian Langstreckenflügen,...) betrieben. Reisende werden dadurch für die Thematik sensibilisiert und auf die zentrale Meldestelle für Kinderpornographie und Kindersextourismus „meldestelle@interpol.at“ aufmerksam gemacht. Seit 1997 werden österreichische Staatsbürger/innen, die ein Kind im Ausland sexuell missbrauchen, auch in Österreich strafrechtlich verfolgt.

Die laufende Kampagne wird aktiv durch die österreichische Wirtschaft unterstützt. In Österreich zeigt(t)en u. a. Austrian Airlines, Accor Hotels Österreich, y-doc Wartezimmerfernsehen, Infoscreen und zahlreiche Internetplattformen den Film. Der Fachverband der Reisebüros der Wirtschaftskammer Österreich und der Reisebüro- u. Reiseveranstalterverband (ÖRV) beteiligen sich ebenfalls aktiv an der Kampagne (Schulungen der Reisebüro-Angestellten). Der ÖRV hat bereits 2001 den Verhaltenskodex zum Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung unterzeichnet. Ein EU-Folgeprojekt läuft von 2012 bis 2015. Die Kampagnenmaterialien (Film, Sujets für Print und Internet) werden voraussichtlich von weiteren Ländern übernommen werden.

Europäisches Tourismus-indikatorensystem ETIS

Die Europäische Kommission hat sich im Jahr 2010 im Rahmen der Mitteilung „Europa – wichtigstes Reiseziel der Welt: ein neuer politischer Rahmen für den Europäischen Tourismus“ (KOM(2010)352 endg.) das Ziel der Förderung eines „nachhaltigen, verantwortungsvollen Qualitätstourismus“ gesetzt.

Um diese Zielsetzung zu erreichen, wurde auf Initiative der Kommission und mit Hilfe von Experten ein Europäisches Tourismusindikatorensystem (European Tourism Indicator System for Sustainable Management of Destinations – ETIS) erarbeitet und im Februar 2013 der Öffentlichkeit präsentiert. Damit soll Tourismusdestinationen ein Hilfsmittel zur Verfügung gestellt werden, mit welchem sie ihre eigene Nachhaltigkeit messen und vergleichen können.

Grundlage von ETIS sind 27 Kern- und 40 weitere optionale Indikatoren, welche den Grad des nachhaltigen Managements von Destinationen auf lokaler und regionaler Ebene messen. Die Erhebung dieser Indikatoren erfolgt im Rahmen eines partizipativen Prozesses, in welchen lokale Experten aus den Destinationen eingebunden werden sollen. Der Zeitaufwand für den Aufbau des ETIS in einer Destination wurde mit zirka einem Jahr für Konsolidierung und Datenzusammenführung, die damit verbundenen Kosten für die Implementierung auf ca. 10–15.000 EUR geschätzt.

Hilfestellung bei der Umsetzung bietet dabei das sogenannte „Toolkit“, ein Handbuch, das vermittelt, wie die erfolgreiche Implementierung von ETIS in der Praxis einer Destination aussehen kann. Schritt-für-Schritt Anleitungen zur Planungs- und Realisierungsphase mit zusätzlichen Musterdokumenten und Fragebögen werden ebenso bereitgestellt wie auch eine detaillierte Vorstellung und Erklärung aller vorgeschlagenen Kern- und Zusatzindikatoren des Systems.

Tourismus für Alle

TOURISMUS FÜR ALLE

Barrierefreie Destinationen in Österreich



Aufgrund der demografischen und gesellschaftlichen Entwicklung gewinnt Barrierefreiheit als Qualitätsmerkmal und damit auch als Wettbewerbsvorteil für die Tourismusbranche laufend an Bedeutung. Ganzjährig nutzbare barrierefreie Angebote unterstützen die Erschließung neuer Zielgruppen und schaffen gerade im Tourismus einen nachhaltigen Mehrwert: denn davon profitieren sowohl Gäste mit einem Handicap als auch Senioren und Familien mit Kleinkindern. Darüber hinaus wird die Region für die einheimische Bevölkerung noch lebenswerter.

Das BMFWF setzt daher in Kooperation mit der Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft der WKO und mit anderen Partnern zahlreiche Initiativen, um den Fokus auf die Etablierung barrierefreier Reise- und Urlaubsmöglichkeiten zu richten. Zum einen fungiert dies als ein Schritt zu einer inklusiven Gesellschaft, zum anderen ist dies aber auch aus einer wirtschaftlichen Perspektive sinnvoll, um nachhaltig Gästepotenziale zu nutzen. Allerdings fehlen in Österreich und Europa weit vielfach noch entsprechende Angebote und v. a. umfassende Leistungspakete, die Barrierefreiheit entlang der gesamten touristischen Dienstleistungskette bewirken.

Drei umfassende EU-Studien durch die EK vergeben

Die Europäische Kommission möchte einen Beitrag zur Verbesserung der Wissensbasis leisten und hat 2013 drei Studien beauftragt, die die Situation der Nachfrage, des Dienstleistungsangebots sowie der Aus- und Weiterbildung in diesem Bereich europaweit analysieren soll. Die Ergebnisse werden für Mitte 2014 erwartet.

Maßnahmen des BMWFW

1. Printprodukte

Das BMWFW stellt gemeinsam mit der Bundesparte Tourismus und Freizeitwirtschaft der WKO Informationsbroschüren, Leitfäden und Orientierungshilfen zum barrierefreien Planen und Bauen, zur Schaffung von Natur- und Kulturangeboten, für regionale Initiativen sowie zum Umgang mit dem Gast mit dem Ziel der Information und Bewusstseinsbildung zur Verfügung. Siehe „Broschürens-service“.

2. Schulprojekt „Umgang mit dem Gast“

Eine weitere Maßnahme war die Unterstützung des Schulprojektes „Umgang mit dem Gast“ im Schuljahr 2012/2013. Dabei wurde im Rahmen von eintägigen Workshops Schüler/innen an den Tourismusschulen der richtige Umgang mit jedem – auch mit dem behinderten – Gast vermittelt. Das Pilotprojekt hat – gefördert durch das BMWFW und die BSTF – an den Tourismusschulen Semmering und der Tourismusschule Kleßheim stattgefunden. Es haben in jeder Schule jeweils vier Workshop-Tage (pro Workshop-Tag eine Schulklasse) stattgefunden.

3. Wettbewerbe 2013 zu „Tourismus für Alle“

Außerdem wurden im Jahr 2013 zwei Wettbewerbe ausgerufen, um die bereits existierenden Good Practices in Österreich vor den Vorhang zu holen. Folgende Wettbewerbe wurden ausgetragen:

► EDEN Award 2013



© ÖW/Lendl

Der EDEN Award (European Destinations of Excellence) – ein biennaler EU-Award für nachhaltige Tourismusdestinationen, der in Österreich seit 2007 umgesetzt wird – widmete sich 2013 dem Thema „Tourismus für Alle“. Der Preis ging an die Naturparkregion Kautal in Tirol für ihr umfassendes und ganzjähriges Angebot für Rollstuhlfahrer und andere Gäste mit eingeschränkter Mobilität wie Familien mit Kleinkindern. Das Kautal wurde im Mai 2013 in Österreich und im November mit den Gewinnern aus den anderen Europäischen Staaten in Brüssel ausgezeichnet und ins EU-EDEN Netzwerk aller Preisträger der letzten Jahre aufgenommen. www.edeninEURpe.eu; www.austriatourism.com/eden/

► European Excellence Award for Accessible Tourism



Der „European Excellence Award for Accessible Tourism“, der in Österreich ebenfalls vom BMWFW in Kooperation mit der ÖW umgesetzt wurde, legte den Fokus auf herausragende barrierefreie Angebote in Gastronomie und Beherbergung. Als Sieger ging das Hotel eduCARE in Treffen bei Villach aus dem Wettbewerb hervor. Zwei weitere Tourismusbetriebe wurden mit Nominierungen ausgezeichnet: Döllner's Genusswelten in Golling bei Salzburg für ihr Vorzeigeprojekt „Barrierefrei hören – akustische Barrierefreiheit für Menschen mit Hörminderung“ und das Hotel Aloisia, Landschützer Hotel & Betrieb GmbH in Mariapfarr für sein langjähriges Engagement für barrierefreies Reisen. Alle drei Fina-

listen werden in Brüssel gemeinsam mit den Projekten anderer Länder im Frühjahr 2014 präsentiert werden.

4. EDEN Academy 2013: Vertiefungsveranstaltung zu „Tourismus für Alle“



Die EDEN Academy im Mai 2013 zielte wieder auf Professionalisierung ab. Sie bot die Möglichkeit des Austauschs zwischen Expert/innen zur Barrierefreiheit und Touristikern, sowie zu einer sehr praktischen Auseinandersetzung mit dem umfassenden Thema „Tourismus für Alle – barrierefreies Reisen“.

Überarbeitung der ÖNORMEN B 1600 bis B 1603

Besonders im Bereich Barrierefreiheit sind einheitliche Kennzeichnungen und Standards hilfreich und notwendig. Für die barrierefreie Gestaltung der gebauten Umwelt wurden daher die ÖNORMEN B 1600 und B 1603 festgelegt. Da eine stetige Weiterentwicklung in diesem Bereich erfolgt, wurden diese beiden ÖNORMEN adaptiert und am 1. Oktober 2013 veröffentlicht. Sie liefern Planungshinweise für die Umsetzung und tragen zu Erleichterungen für ältere Personen oder Menschen mit Behinderungen bei. Zusätzlich profitieren auch Bauherren und Planer von Präzisierungen, bedarfsgerechten Anpassungen und mehr Flexibilität der adaptierten Richtlinien, die barrierefreies Bauen sicherstellen und dabei Rechtskonformität gewährleisten.

Mobilität im Tourismus

Im weltweiten Wettbewerb der Tourismusdestinationen entscheidet die Erreichbarkeit über den Erfolg. Die fortschreitende Internationalisierung des heimischen Tourismus, aber auch der Trend zu Kurzreisen und saisonale Spitzen verschärfen die Herausforderungen an die Verkehrsinfrastruktur – derzeit reisen rund 75% der Gäste Österreichs mit dem PKW an.

Dieses sich ständig verändernde Reise- und Mobilitätsverhalten erfordert eine intensive Beschäftigung mit dem Thema Mobilität im Tourismus, insbesondere der nachhaltigen. Das BMVFW setzt daher im Rahmen seiner Tourismusstrategie auf verstärkte Zusammenarbeit zwischen tourismus-, verkehrs- und umweltpolitisch Verantwortlichen auf allen Ebenen.

Studie „Tourismusbilität in Österreich 2030“

Ziel dieser Studie war es, die Mobilitätsbedürfnisse und Notwendigkeiten aus Sicht des österreichischen Tourismus in den nächsten zwei Jahrzehnten zu definieren und Grundlagen primär für Entscheidungsträger im Verkehr, aber natürlich auch im Tourismus, zu erarbeiten. Dabei geht es vorrangig um die Erreichbarkeit der Tourismusdestination Österreich, aber auch um das Mobilitätsbedürfnis vor Ort.

Die Akteure/innen zur Tourismusbildung sind vielfältig:



Für eine positive Weiterentwicklung des Tourismusstandortes sind sowohl die Vernetzung und Kooperation der Akteure als auch leistbare, kundenfreundliche, nachhaltige und sozial gerechte Mobilitätslösungen unter Berücksichtigung des „Modal Split“ Grundvoraussetzung. Die Studie ist unter www.bmwfw.gv.at/tourismus abrufbar.

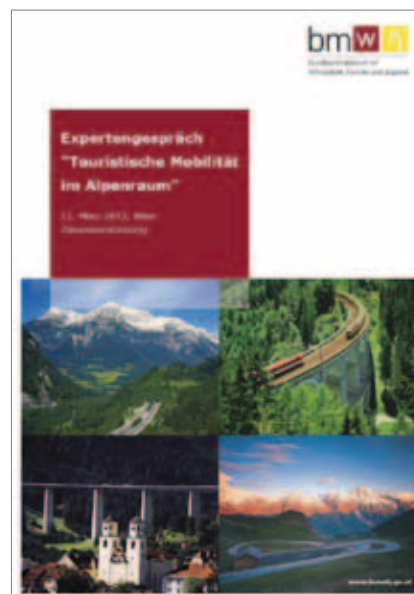
Zusammenarbeit mit den ÖBB



2010 haben das BMWFW, das BMVIT und die ÖBB eine Studie in Auftrag gegeben, um Möglichkeiten der stärkeren Vernetzung von Tourismus und ÖBB auszuloten. Die Zusammen-

arbeit wurde seither zwischen ÖBB und Tourismus auf allen Ebenen intensiviert. So wurde etwa eine erste Informationsbroschüre des BMWFW und der ÖBB herausgegeben. Diese Mobilitätsbroschüre „Bahn und Postbus – Angebote im Tourismus“ gibt einen Überblick der Angebote im Bahn- und Postbusverkehr der ÖBB, geordnet nach Bundesländern und richtet sich insbesondere an Mitarbeiter/innen in Tourismusverbänden und Tourismusbetrieben, die im direkten Gästekontakt stehen. Präsentiert wurde die Broschüre im Rahmen der Tourismuskonferenz 2013, bei der auch die Vertreter/innen der Österreich Werbung mit Regionalmanagern der ÖBB zusammengebracht werden konnten. Ein Ergebnis daraus war eine Kooperationsplattform für Tourismusdestinationsmanager „Neue Chancen für Destinationen durch innovative Mobilitätslösungen“, die auf Einladung des BMWFW gemeinsam mit der ÖW und den ÖBB im Oktober 2013 stattfand. Im Mittelpunkt stand die Frage, wie Destinationen mit innovativen Mobilitätslösungen punkten können. Aufgrund des großen Interesses sind Nachfolgeveranstaltungen geplant.

Informations- und Diskussionsrunden mit den Nachbarländern



Seit 2011 hat das BMWFW auch den Austausch mit den deutschsprachigen Alpenregionen zu Themen wie der besseren Koordi-

nierung der Reiseströme intensiviert. Am 11. März 2013 fand ein Expertengespräch mit Partnern aus Österreich und den angrenzenden deutschsprachigen Alpenregionen in Bayern, der Schweiz und Südtirol statt, um den bestehenden Informationsaustausch zur touristischen Mobilität im Alpenraum weiter zu vertiefen und zusätzliche Netzwerkkontakte zwischen den Partnern zu ermöglichen.



Interministerielle Arbeitsgruppe „Mobilität im Tourismus“

Jüngste Initiative ist die Einrichtung einer Arbeitsgruppe „Mobilität im Tourismus“ der drei Ministerien BMLFUW, BMVIT und BMWFW. Ziel ist es, den Austausch zu intensivieren und die Kooperation zu verbessern, um über die diversen Informationskanäle besser an die verschiedenen Akteure herantreten zu können und zu sensibilisieren. Dazu sind auch gemeinsame Informationsveranstaltungen bzw. Workshops angedacht. Die erste war die Fachveranstaltung „Nachhaltig mobil in Tourismusregionen“, welche am 16. Jänner 2014 im Rahmen der Wiener Ferienmesse abgehalten wurde. Nächste große Aktion wird der Tourismus-Mobilitätstag im Herbst 2014 in Innsbruck sein.

Radtourismus in Österreich

Die Arbeitsgruppe Radtourismus setzte ihren Informationsaustausch zu den beiden Schwerpunktthemen „Einheitliche Radwegweisung in Österreich“ und „Qualitätskriterien

für Radwege und Radbetriebe in Österreich“ auch im Jahr 2013 mit großem Enthusiasmus fort. Vor allem die ersten Ergebnisse aus der Umsetzung des Modellprojekts „bett + bike Österreich“ der ARGE Radtouren Österreich lassen bereits eine über die Erwartungen hinausgehende Nachfrage seitens der österreichischen Qualitätsbetriebe im Hotel- und Gastgewerbe nach der Zertifizierung als bett + bike Betrieb im Sinne des ADFC Gütesiegels erkennen. Die für 2014 anstehende Evaluierung der Erfahrungen aus diesem Modellprojekt wird für weiterführende Aktivitäten maßgeblich sein.

Vom 11. – 13. Juni 2013 war die Stadt Wien Gastgeber der Internationalen Konferenz „Velo-city 2013“, die unter dem Motto „The Sound of Cycling – Urban Cycling Cultures“ stand und an der mehr als 1400 Delegierte aus aller Welt teilgenommen haben (<http://velo-city2013.com/>). Vor diesem Hintergrund war die Juni-Sitzung der Arbeitsgruppe Radtourismus vor allem grenzüberschreitenden Projekten und den EuroVelo Radrouten gewidmet. Zum EuroVelo Radrouten-Netz, das vom Europäischen Radfahrerverband (ECF)



verwaltet wird, gehören zurzeit 14 Fernradwege. Der bekannteste und auch meist befahrene dieser Fernradwege ist die EuroVelo Route Nr. 6 – hierzulande bekannt als Donauradweg. Mehr Informationen zu den vier EuroVelo Radrouten, die durch Österreich führen, unter:

<http://www.eurovelo.com/en/cycling-in/austria>

Europäische Kulturstraßen



Die Destination Österreich wird untrennbar mit Kultur verbunden und verfügt über ein noch nicht ausgeschöpftes Potenzial an kultur-touristischen Initiativen wie Kulturstraßen. Diese spielen in der Entwicklung eines nachhaltigen Kulturtourismus, insbesondere für ländliche Regionen, eine zentrale Rolle und können zur Attraktivität eines Standortes, auch außerhalb der Hochsaisonen, beitragen.



Das Kulturstraßenprogramm des Europarats besteht seit 1987, als der Jakobsweg als erste Kulturstraße offiziell zertifiziert wurde. Es setzt sich seither zum Ziel das gemeinsame kulturelle Erbe Europas zu erhalten, aufzuwerten und für die Bürger sichtbarer zu machen, sowie zur Erweiterung des bestehenden kultur-touristischen Angebots beizutragen.

Handbuch Kulturstraßen

Im Auftrag des Bundesministeriums für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft wurde im Jahr 2013 ein Handbuch zum Thema „Europäische Kulturstraßen“ erstellt, welches eine Arbeitsunterlage für potenzielle Kulturstraßenbetreiber darstellt und alle relevanten Informationen zur Zertifizierung, Vorgehensweise sowie wichtige Kontaktdaten enthält. Die Präsentation dieses Handbuches erfolgte im Rahmen eines Workshops vor Vertretern potentieller österreichischer Kulturstraßen im Frühjahr 2013.

Kulturstraßentreffen des Europarats in Innsbruck

Von 21. bis 23. November 2013 fand als eine der ersten Veranstaltungen im Rahmen des österreichischen Vorsitzes des Europarates das Beratende Forum der Europäischen Kulturstraßen in der Hofburg Innsbruck statt. Die Veranstaltung wurde von der Sektion Tourismus und Historische Objekte des BMWFW gemeinsam mit den damaligen Ministerien BMEIA und BMUKK sowie dem Kulturstraßeninstitut des Europarats organisiert.

Während des Forums diskutierten an die 150 hochrangige Teilnehmer/innen aus zahlreichen europäischen Ländern über die künftige Orientierung des Kulturstraßenprogramms des Europarats und verabschiedeten dazu die „Innsbruck Declaration“.



In den drei Workshops diskutierten die Teilnehmer/innen die Synergien zwischen zertifizierten Kulturrouten mit anderen internatio-

nenalen Programmen sowie Chancen und Möglichkeiten einer engeren Zusammenarbeit zwischen Kulturstraßenorganisationen und Tourismusakteuren.

In Österreich wird das Netzwerk der zertifizierten Kulturstraßen des Europarats in Zukunft durch die Route „800 Jahre Europäische Kunst und Kulturgeschichte auf den Spuren der Habsburger“ ergänzt werden. Die Straße verläuft vom französischen Elsass über Deutschland und die Schweiz nach Österreich und deckt die Geschichte der Habsburger bis zum Barockzeitalter ab. Nach erfolgreichem Abschluss der Zertifizierung wird die Habsburger-Route die vierte vom Europarat zertifizierte Kulturstraße in Österreich sein (neben den „Europäischen Mozartwegen“, der „Transromanica“ und der „Europäischen Friedhofsroute“). Weitere Informationen über die Kulturstraßen des Europarats und die Ergebnisse des Forums samt der Innsbruck Declaration finden Sie unter: http://www.culture-routes.lu/php/fo_index.php?lng=en&dest=bd_ac_det&id=00003432

Visapolitik

Das BMFWF setzt sich auf nationaler sowie europäischer Ebene für die Interessen der Tourismusbranche im Bereich Visa ein. Unter anderem ist das BMFWF Mitglied der ständigen Arbeitsgruppe „Visaadministration“ (BMEIA, BMI, BMFWF, WKO Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft, FV der Reisebüros, ÖHV sowie ÖW), deren Ziel die Abstimmung sicherheitspolitischer Überlegungen mit den wirtschaftlichen Interessen der Tourismuswirtschaft ist.

Ein erfolgreiches Beispiel dieser Zusammenarbeit ist der vom BMEIA im Sommer 2011 gestartete Outsourcing Prozess, der eine Auslagerung von Visaantragstellen (Visa Application Centers) in wichtigen Quellmärkten vorsieht. Dies entspricht dem Wunsch vieler

Touristen, Visaanträge auch in ihren Heimatregionen stellen zu können und dem Wunsch der Tourismuswirtschaft, touristische Hoffungsmärkte besser zu erschließen. Bis Ende 2013 wurden zahlreiche Visaantragstellen in den wichtigen touristischen Quellmärkten Russland, Ukraine, Saudi Arabien, VAE, Kuwait, Türkei, Indien/Sri Lanka, Südafrika und China eingerichtet.

Auch auf internationaler Ebene gewann die Diskussion über Visaerleichterungen zur Förderung der Tourismuswirtschaft im letzten Jahr eine neue Dynamik.

Neben der Veröffentlichung von Studien sowie der Verankerung des Themas Reiseerleichterungen in den T20/G20 Prozess durch die UNWTO wurde das Thema auch bei der UNWTO Generalversammlung im August 2013 auf Ministerebene diskutiert.

Die Europäische Kommission (Kommissar Tajani und die für Inneres zuständige Kommissarin Malmström) nahm im November 2012 eine strategische Mitteilung zur Umsetzung und Entwicklung der EU-Visapolitik für vermehrtes Wachstum an. Tourismuspolitische Überlegungen sollen sowohl bei der Anwendung der geltenden Regeln als auch bei einer Überarbeitung des Visakodex (EK Vorschlag am 1. April 2014 vorgelegt) vermehrt Berücksichtigung finden. Zu diesem Zweck wurde im Oktober 2013 eine EK Studie über die wirtschaftlichen Auswirkungen von Erleichterungen bei der Erteilung von Kurzzeitvisa veröffentlicht. Anhand von Berechnungen für sechs wichtige Quellmärkte mit Visapflicht (China, Indien, Russische Föderation, Ukraine, Saudi-Arabien und Südafrika) wurde aufgezeigt, wie hoch das Potenzial an zusätzlichen Gästen aus diesen Ländern durch Visaerleichterungen bereits im Jahr 2012 gewesen wäre. Allein aus diesen sechs Herkunftsländern hätte ein Potenzial von 6,6 Millionen zusätzlichen Ankünften in den Destinationen des Schengenraums bestanden. Die OECD hat gemeinsam mit der UNWTO

eine informelle Arbeitsgruppe zum Thema Visaerleichterungen ins Leben gerufen, deren Aufgabe die Analyse von Hemmnissen für den freien Touristenverkehr sowie Möglichkeiten der Erleichterungen bei Prozessen zur Erlangung von Visa bzw. bei der tatsächlichen Einreise ist. Der Fokus liegt dabei auf stark wachsenden Märkten z. B. BRIC-Staaten, Indonesien und Südafrika.

Alpenkonvention – 4. Alpenzustandsbericht „Nachhaltiger Tourismus in den Alpen“

Der vierte Alpenzustandsbericht, an dessen Erstellung die Alpenländer aktiv eingebunden waren, widmet sich dem Thema „nachhaltiger Tourismus im Alpenraum“ und wurde bei der 51. Sitzung des Ständigen Ausschusses im November 2012 angenommen. Seit Sommer 2013 ist er in allen Alpensprachen und auf Englisch verfügbar:

<http://www.alpconv.org/de/AlpineKnowledge/RSA/default.html>.



Mit dem vierten Alpenzustandsbericht zeigt die Alpenkonvention die Komplexität und Bedeutung des Tourismus in den Alpen auf und sensibilisiert für das Spannungsfeld zwischen Schutz und Nutzung des größten zusammenhängenden Erholungsgebietes Europas. Neben der Bereitstellung von grundsätzlichen

Informationen beleuchtet er sowohl Stärken und Schwächen des Alpentourismus als auch Herausforderungen und Chancen, die sich aufgrund der treibenden Kräfte Klimawandel, demografischer Wandel, Energieverfügbarkeit, Dynamik der weltweiten Tourismuswirtschaft, Entwicklungen im Transportwesen und der veränderten Wissens- und Informationsgesellschaft ergeben.

Am Schluss des Berichtes werden Maßnahmen vorgeschlagen, um die nachhaltige Entwicklung des Tourismus im Alpenraum weiter voranzutreiben und so auch im internationalen Wettbewerb weiter bestehen zu können. Der nächste, fünfte Alpenzustandsbericht wird sich dem Thema „Demographischer Wandel im Alpenraum“ widmen.

Wintersport

Der Wintersport ist für Österreichs Tourismuswirtschaft von großer Bedeutung: Durch Investitionen in die Infrastruktur und den weiteren Ausbau des hochwertigen und vielfältigen touristischen Angebotes – insbesondere auch im Winter – konnte Österreich sich weiter als qualitatives Urlaubsland positionieren und ist nun bereits seit ein paar Jahren in der glücklichen Lage, in der Sommer- und Wintersaison gleichermaßen beliebt zu sein.

Damit Österreich weiterhin als herausragende Wintersportnation wahrgenommen wird, ist es wichtig, der österreichischen Bevölkerung – und hier insbesondere auch den jungen Menschen – die Begeisterung für den Wintersport und die Bewegung im Schnee zu vermitteln. Das BMFW unterstützt daher seit mehreren Jahren verschiedene Marketing- und Imagekampagnen zur Förderung des Wintersports sowie zur Erhöhung der Sicherheit und Eigenverantwortung der Wintersportler/innen auf Österreichs Skipisten, auch in enger Zusammenarbeit mit der Servicestelle Wintersportwochen (WISPOWO) und der ARGE „safer snow – more fun“.

Kindertage des Wintersports

Am 8./9. November 2013 fanden erstmalig die „Kindertage des Wintersports“, nach dem Vorbild der Kinder-Business-Week, in der Albert-Schultz-Halle in Wien statt. Ziel dieser Veranstaltung war es, Kindern zwischen acht und vierzehn Jahren unter dem Motto „Entdecke die Faszination des Wintersports“ die Themenbereiche Sport, Bewegung, Technik sowie die unterschiedlichen Angebote näherzubringen. Organisiert wurden diese zwei Tage von der MediaGuide VerlagsGmbH mit Unterstützung zahlreicher Partner, unter anderem auch der WISPOWO, ARGE „safer snow – more fun“ und dem BMWFW.



Wintersport-Fächer

Weiters hat das BMWFW eine Kampagne der WISPOWO unterstützt, bei der mit einem Mix aus relevanten Sicherheitsinformationen und amüsanten Fakten zum Wintersport der jungen Generation Wintersportaktivitäten schmackhaft gemacht werden und noch mehr Freude auf den Pisten bereitet wird.

Damit die Botschaft optisch ansprechend ist, wurde der Folder in Form eines Fächers hergestellt, wobei die Frontpage zusammengeklappt an ein Smartphone erinnert.



Nachhaltigkeit

Gelebte Nachhaltigkeit im Tourismus

Umwelt, Wirtschaft und Gesellschaft sind eng vernetzt. Eine nachhaltige Entwicklung beinhaltet daher die gleichzeitige, gleichberechtigte Umsetzung von ökologischen, ökonomischen und sozialen Zielen und bedeutet langfristig zu denken und zu handeln.

Im Tourismus spielt Nachhaltigkeit seit jeher eine große Rolle. Heute sind der Klimawandel und eine gesunde Umwelt im Alltag derart präsent, dass dies die Gesinnung und das Verantwortungsbewusstsein der Urlaubsreisenden beeinflusst. So sehen sich Tourismusunternehmen kritischer werdenden Gästen gegenüber: Diese möchten wissen, wie mit Energie und Abfall umgegangen wird, Reisende suchen Alternativen zum eigenen Auto, Urlauber/innen schätzen regionale Produkte und bewerten das soziale Miteinander im Betrieb.

„Tourismuskonferenz 2013“ als „Green Meeting“ zertifiziert

Die 3. Österreichische Tourismuskonferenz am 25. April 2013 hat das Zertifikat „Green Meetings and Green Events“. Das bedeutet, dass die Veranstaltung den Kriterien des Österreichischen Umweltzeichens entsprach, demnach zum Beispiel erhöhtes Augenmerk auf Energieeffizienz, Abfallvermeidung sowie auf eine umweltschonende An- und Abreise der Teilnehmer/innen und Gäste gelegt wurde.



Klimawandel und Nachhaltigkeit im Tourismus

Der Klimawandel gehört zu den größten Herausforderungen unserer Zeit, er betrifft alle Lebensbereiche und natürlich auch den Tourismus. Das BMWFW setzte sich daher in den letzten Jahren verstärkt mit dem Thema Klimawandel, den damit verbundenen Risiken und Chancen für den Tourismus sowie den Anpassungsmöglichkeiten auseinander. So wurden im Rahmen des österreichischen Klimaforschungsprogramms StartClim und auch in anderen Studien aktuelle Fragestellungen aufgegriffen und bearbeitet, wie zu Klimawandel und Reiseverhalten, Klimasensitivität im Sommertourismus, Gletscherrückgang und Permafrostveränderungen in hochalpinen Tourismusdestinationen und Auswirkungen vermehrter Hitzetage im Städtetourismus.

Studie: „Klimawandel und Tourismus in Österreich 2030“



Auf Basis der vom BMWFW beauftragten Studie „Klimawandel und Tourismus in Österreich 2030“ wurde speziell für alle Tourismusgemeinden, touristischen Partner/innen und Leistungsträger/innen in Österreich eine informative, praxisnahe Kurzfassung erstellt. Diese zukunftsgerichtete Unterlage erläutert die wichtigsten wissenschaftlichen Erkenntnisse zu den Auswirkungen des wärmer werdenden Klimas auf den österreichischen Tourismus, zeigt die Chancen und Risiken auf und

befasst sich mit den Anpassungsoptionen und Verminderungsstrategien.

Mobilität und Nachhaltigkeit im Tourismus

Eine umweltfreundliche Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln leistet einen wesentlichen Beitrag zu einem nachhaltigen Urlaub. Laut Deutscher Reiseanalyse 2013 ist das Nachhaltigkeitsbewusstsein deutlich gestiegen: Gaben 2012 noch 31% der deutschen Reisenden an, dass ihr Urlaub möglichst ökologisch verträglich, ressourcenschonend und umweltfreundlich sein sollte, waren es 2013 bereits 40%. Auch in den Urlaubsdestinationen – vor allem in den alpinen Regionen Österreichs – werden die Kapazitätsgrenzen des Individualverkehrs zunehmend sichtbar. Das BMWFW setzt daher verstärkt Initiativen zum Thema Mobilität im Tourismus – siehe Kapitel Mobilität im Tourismus.

Zweitwohnsitze

In Österreich wurden Mitte 2012 rund 1,15 Millionen Nebenwohnsitze gezählt. Vor allem in touristischen Gunstlagen löst die Widmung von Zweitwohnsitzen aufgrund der beschränkten Flächenressourcen politische Diskussionen aus. Die Diskussion betreffend Zweitwohnsitze findet in den verschiedenen Bundesländern sehr unterschiedlich statt. Einerseits geht es um die Errichtung von Zweitwohnsitzen in Tourismusgemeinden durch den Erwerb von bestehenden Immobilien oder im Zuge neuer Immobilieninvestments und andererseits um die Errichtung von Zweitwohnsitzen bei der Nachnutzung von touristischen Immobilien. Auch gibt es bereits erste Beispiele, wo Gemeinden im Rahmen ihrer Möglichkeiten Handlungsleitfäden für einen sinnvollen Umgang mit dem Thema erstellt haben.

Im Rahmen der Tourismuskonferenz Ende April 2013 in Bregenz wurde die Frage der

Zweitwohnsitze von Vertreter/innen mehrerer Bundesländer aufgeworfen. Das BMWFW hat das Thema daher aufgegriffen und am 20. März 2014 gemeinsam mit dem Österreichischen Gemeindebund und der ÖHT und unter Einbindung von Expert/innen, Bürgermeisterinnen und Tourismusakteuren eine Fachtagung zum Thema „Freizeitwohnsitze in tourismusintensiven Gemeinden“ organisiert. Im Rahmen der Veranstaltung wurden bundesländer- und netzwerkübergreifende Ansätze zum Thema ausgelotet, tourismuspolitische Fragestellungen konkretisiert und mögliche Lösungsansätze und allgemeine Handlungsempfehlungen für Gemeinden, Betriebe und Destinationen skizziert.

E-Tourismus

Das Ziel der Studie „etOpt“ war die Ausarbeitung von strategischen Optionen und Handlungsalternativen/Entscheidungsgrundlagen, vor allem zur Steigerung von Direktbuchungen.

Folgende 5 Handlungsalternativen waren das Ergebnis:

1. Status Quo beibehalten
2. Datenharmonisierung
3. Vergleichsplattform
4. Reiseplattform
5. Offene und dynamische Tourismusserviceplattform

Bei der Tourismuskonferenz Ende April 2013 wurden diese Optionen mit den Bundesländern diskutiert. Einstimmig einigte man sich auf folgende Optionen:

1. Status Quo beibehalten ist keine Option, schon jetzt verbessern Marketingorganisationen und Betriebe laufend ihr E-Tourismus Angebot.
2. Die Allianz der 10 wurde beauftragt, nötige Schritte zur Datenharmonisierung in die Wege zu leiten. Die aufwendig erstellten Inhalte werden zukünftig zentral gesamt

und so aufbereitet, dass eine Weiter-nutzung ermöglicht wird.

3. Eine Vergleichsplattform bietet Mehrwert für alle Marktteilnehmer. Daher soll die Meta-Suchmaschine der ÖW zur „Österreich-Suchmaschine“ ausgebaut werden. Durch Kooperation mit den Bundesländern, den Destinationen und Betrieben sollen alle österreichischen, buchbaren Online-Tourismusangebote verfügbar gemacht werden.
4. Die Idee einer Reiseplattform, einer österreichischen Buchungsplattform, wird nicht weiterverfolgt. Die Kosten für Aufbau und Bewerbung einer Buchungsplattform, rechtliche Bedenken, aber auch die Zweifel an der Marktfähigkeit stehen in keiner Relation zum potenziellen Nutzen.
5. Die beschriebene offene Tourismusserviceplattform könnte ein ganz neuer, innovativer Ansatz für den österreichischen Tourismus sein. Es handelt sich aber in diesem Stadium um ein Forschungsprojekt, Gespräche zwischen TU und FFG wurden eingeleitet.

Aufgrund der föderalen Struktur kann auch die Zusammenarbeit im E-Tourismus nur auf freiwilliger Basis erfolgen. Die genannten Maßnahmen geben den Bundesländern genügend Spielraum zur Verfolgung ihrer eigenen Strategien, sind aber auch geeignet, die Betriebe zu unterstützen.

Die Studie ist auf der Homepage des BMWFW unter www.bmwfw.gv.at/tourismus abrufbar.

Rechtliche Neuerungen

Nichtraucherthematik

Im Bundesgesetz über das Herstellen und das Inverkehrbringen von Tabakerzeugnissen sowie die Werbung für Tabakerzeugnisse und den Nichtraucherenschutz (Tabakgesetz) ist – zusammenfassend – auch geregelt, dass in Gastronomieräumen grundsätzlich Rauchverbot gilt, wobei Ausnahmen zulässig sind: In Betrieben mit mehreren Räumen dürfen Räume eingerichtet werden, in denen das Rauchen gestattet ist, in Ein-Gastraum-Lokalen kann der Inhaber unter gewissen Voraussetzungen selbst entscheiden, ob und wo das Rauchen gestattet wird oder nicht.

Der VwGH interpretiert diese Regelungen in seinem Erkenntnis vom 17.06.2013 (Zl. 2012/11/0235-5) dahingehend, dass jedenfalls sichergestellt werden muss, dass alle allgemein zugänglichen Bereiche im Lokal (wo Rauchverbot besteht) ohne zwingendes Durchschreiten des Raucherraums erreichbar sind (d. h., dass es Nichtrauchern also nicht zumutbar ist, in Lokalen auf dem Weg zu den Toiletten durch Raucherbereiche gehen zu müssen).

Da viele Wirte vor diesem Erkenntnis kostspielige Umbaumaßnahmen vorgenommen haben, die diesen Erfordernissen nicht entsprechen, hätten nunmehr zusätzliche und wiederum kostspielige Umbaumaßnahmen vorgenommen werden müssen, um diesen – neuen – Erfordernissen zu entsprechen. Das Parlament beschloss im Jänner 2014 eine „authentische Interpretation“ des Tabakgesetzes. Damit ist die Rechtssicherheit für die Betriebe dahingehend (wieder) hergestellt, dass ein Durchschreiten des Raucherraumes am Weg zur Toilette für alle Gäste zumutbar ist.

FISA - Filmstandort Österreich



Die Bedeutung von Film als Imageträger für Tourismusdestinationen und den Tourismusstandort Österreich wächst stetig. Filmproduktionen erzeugen unterschwelliges Destination Placement mit hoher Reichweite. Schauspieler als „Testimonials“ erhöhen den Wert einer Filmlocation und damit auch den der Tourismusdestination. Daher beschäftigen sich Tourismusorganisationen in den Ländern schon länger mit dem Thema Film und unterstützen Filmproduktionen bei der Umsetzung der Projekte.

Im Jahr 2010 wurde vom BMWFW das Filmförderungsmodell „FISA – Filmstandort Österreich“ ins Leben gerufen. Ziel des Finanzierungsinstruments ist es, in Bezug auf das Kulturgut Film die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und die Wettbewerbsfähigkeit der österreichischen Filmwirtschaft zu verbessern, nachhaltige Impulse für den Filmproduktionsstandort zu setzen, die internationale Zusammenarbeit durch internationale Koproduktionen und die Verwertung der geförderten Filme zu erhöhen. Im Gegensatz zu den bereits auf Bundes- und Länderebene bestehenden Fördermodellen stellt FISA die wirtschaftliche Verwertbarkeit von Filmen in den Mittelpunkt.

Mit einem Fördervolumen von 8,8 Millionen EUR wurden im Jahr 2013 37 Kinofilme unterstützt, darunter waren 15 internationale Ko-Produktionen. Damit wurde 2013 alleine aus der Herstellung eine Wertschöpfung im Ausmaß von über 37,2 Millionen EUR in Österreich erzielt. Somit hat ein Euro an eingesetzten Fördermitteln zu 4,2 EUR an zusätzlichen Investitionen im Inland geführt.

Für das Jahr 2014 sind zwei wesentliche Schwerpunkte gesetzt. Erstens traten die neuen Filmförderungsrichtlinien „Filmstandort Österreich“ mit 1.1.2014 in Kraft. Diese sehen erstmals auch die Förderung von Serviceproduktionen vor und berücksichtigen verstärkt das Kriterium der Verwertbarkeit von Kinofilmen.

Um der österreichischen Filmwirtschaft die für ihre mehrjährigen Projekte erforderliche Planungssicherheit zu gewährleisten, wurde im aktuellen Arbeitsprogramm der österreichischen Bundesregierung die gesetzliche Verankerung von FISA festgelegt, welche möglichst bald umgesetzt werden soll.

Broschürenservice des BMWFW

Berufsorientierung, Aus- und Weiterbildung im Tourismus



- ▶ Handbuch „Ein Job im Tourismus. Ausbildungsmöglichkeiten in Österreich“, 4. Aufl.
- ▶ Mehrsprachige Berufsinformationsschüre „Karriere im Tourismus – du bist dabei!“
- ▶ Auslandspraktika für Tourismuslehrlinge

- ▶ get a job – deine Chance in Tourismus und Freizeitwirtschaft
- ▶ Medienpaket Tourismus & Freizeitwirtschaft
- ▶ Mit Stil zum Ziel
- ▶ Glücksbringer-Folder

Klimawandel und Tourismus



- ▶ Studie „Wahrnehmung und Bewertung von Naturgefahren als Folge von Gletscherschwund und Permafrostdegradation in Tourismus-Destinationen am Beispiel des Tuxer Tals (Zillertaler Alpen/Österreich)“
- ▶ Studie „Anpassung an den Klimawandel: Gletscherrückgang und Permafrostveränderung in hochalpinen Tourismusdestinationen“
- ▶ Grundlagenstudie „Klimawandel und Reiseverhalten: Auswirkungen des Klimawandels auf das künftige Reiseverhalten im österreichischen Tourismus – Am Beispiel einer repräsentativen Befragung der österreichischen Urlaubsreisenden“
- ▶ Management Letter „Hot town, summer in the city“ – Die Herausforderungen vermehrter Hitzetage im Städtetourismus
- ▶ Studie „Hot town, summer in the city“ (Langfassung)
- ▶ Studie „Klimawandel und Tourismus in Österreich 2030 – Auswirkungen, Chancen & Risiken, Optionen & Strategien“

Mobilität im Tourismus



- ▶ Mobilitätsbroschüre „Bahn und Postbus – Angebote im Tourismus“
- ▶ Studie „Tourismusbildung 2030“

Serviceprodukte für Hotellerie und Gastronomie



- ▶ facebook, Twitter & Co. – Erfolgreiches Online-Marketing in der Gastronomie
- ▶ Servicebroschüre „Danke, lieber Gast – Vom Umgang mit Wünschen, Anregungen und Beschwerden“
- ▶ Energiemanagement in der Hotellerie und Gastronomie – Ein Leitfaden, 2. Auflage

Tourismus für Alle – eine Chance für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft



- ▶ Tourismus für Alle – Barrierefreies Planen und Bauen in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft
- ▶ Tourismus für Alle – Orientierungshilfe für barrierefreie Naturangebote
- ▶ Tourismus für Alle – Barrierefreies Reisen – ein Leitfaden zum Umgang mit dem Gast
- ▶ Tourismus für Alle – Barrierefreie Kunst und Kulturangebote – Inklusiv und Innovativ
- ▶ Tourismus für Alle – regionale Initiativen für barrierefreies Reisen (Wettbewerbsbroschüre)
- ▶ „Tourismus für Alle – barrierefreies Reisen“ (Wettbewerbsbroschüre 2013)

Alle Broschüren stehen unter www.bmwfw.gv.at/tourismus zum Download zur Verfügung bzw. sind in der Tourismus-Servicestelle unter tourism@bmwfw.gv.at oder telefonisch unter 01/71100-5597 erhältlich.

5



© Weingärten in der Wachau Herbst ÖW Himsl

Förderungen für die Tourismus- und Freizeitwirt- schaft

Förderungen für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft

Budgetmittel für Förderungsmaßnahmen im touristischen Bereich waren im Jahr 2013 im Teilheft zum Bundesvoranschlag beim Kapitel „Wirtschaft“, Untergliederung 40, veranschlagt. Der Einsatz der Mittel entsprechend der Tourismusstrategie stellt sich wie folgt dar:

Der weit überwiegende Teil der Förderungsmittel wird für die betriebliche Tourismusförderung des Bundes zur Verfügung gestellt, die von der Österreichischen Hotel- und Tourismusbank Gesellschaft m.b.H. (ÖHT) abgewickelt wird. Dem BMWFW kommt dabei die Schnittstellenfunktion zu, die im Wesentlichen die Ausarbeitung der Rechtsgrundlagen und Kontrolle ihrer Einhaltung, Teilnahme an der Entscheidungsfindung sowie die Sicherstellung des Mittelflusses umfasst.

Überdies vergibt das BMWFW auf Grundlage der „Allgemeinen Rahmenrichtlinien für die Gewährung von Förderungen aus Bundesmitteln (ARR 2004)“, BGBl. II Nr. 51/2004 in der jeweils geltenden Fassung, zuletzt geändert durch BGBl. II Nr. 317/2009 – teilweise auch in Verbindung mit EU-Kofinanzierungsmitteln – direkt Förderungsmittel für touristische Projekte.

Im Rahmen des ERP-Jahresprogramms werden vom ERP-Fonds auch für die Einräumung von ERP-Krediten an die Tourismuswirtschaft jährlich Mittel bereitgestellt, damit Tourismusprojekte mit günstigen ERP-Krediten finanziert werden können. Die ERP-Fachkommission für Agrar- und Tourismuskredite, Sektor Tourismus, ist beim BMWFW angesiedelt. Sie entscheidet über die Vergabe von ERP-Fondsmitteln an die Tourismuswirtschaft, die über die ÖHT als Treuhänderin des ERP-Fonds angesprochen werden können.

Die Austria Wirtschaftsservice Gesellschaft mit beschränkter Haftung (aws) wickelt in Ausnahmefällen Förderungsaktionen – vor allem im Haftungsbereich – ab, die auch dem Tourismus zu gute kommen können (Aus-

landsprojekte, Haftungen mit einem Volumen von mehr als vier Millionen EUR).

Betriebliche Tourismusförderung des Wirtschaftsministeriums

Im Mittelpunkt der betrieblichen Tourismusförderung stehen die TOP-Tourismus-Förderungsprogramme. Mit dem Angebot der TOP-Tourismus-Förderung soll die weitere Entwicklung des Qualitätstourismus in der österreichischen Tourismus- und Freizeitwirtschaft sichergestellt werden.

Folgende Zahlen skizzieren die Förderungsaktivitäten im Jahr 2013:

- ▶ 780 Förderungsfälle mit einem bundesseitigen Förderbarwert (Subventionsäquivalent) von rund 15,5 Mio. EUR wurden positiv erledigt. Bei mehr als 99% der Förderungsempfänger handelt es sich um KMU.
- ▶ Insgesamt 119 Jungunternehmer wurden unterstützt, darunter 85 im Rahmen der Jungunternehmerförderung. Im Rahmen dieser Projekte wurden Investitionen im Umfang von insgesamt rund 24 Mio. EUR umgesetzt.
- ▶ Das gesamte geförderte Investitionsvolumen beläuft sich auf rund 593 Mio. EUR.
- ▶ Hotelunternehmen mit rund 77.000 Betten wurden im Hard- bzw. Software-Bereich qualitativ verbessert. Das betrifft rund 14% des gesamten gewerblichen Bettenangebotes Österreichs.
- ▶ Alle unterstützten Unternehmen werden nach Durchführung der geplanten Maßnahmen rund 1,8 Mrd. EUR an Umsatz erzielen und rund 24.000 Mitarbeiter beschäftigen.¹

Weitere Informationen zu den 2013 durchgeführten Förderungsmaßnahmen finden sich auf der Homepage der ÖHT unter www.oeht.at. Einen zusammenfassenden Bericht der Geschäftsführer der ÖHT finden Sie im Kapitel 6.

¹ Tourismus in Zahlen, WKÖ, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft, 49. Ausgabe, Juni 2013, S 68

Leuchtturmprojekte

Mit der anlässlich der Tourismuskonferenz 2011 in Linz beschlossenen „Bund-Länder-Innovationsmillion“ für Leuchtturmprojekte setzen das BMWFW und die acht an der Aktion beteiligten Bundesländer jährlich gezielt Innovationsanreize für die Branche. Diese Förderungsinitiative richtet sich an Kooperationen aus Unternehmen der Tourismus- und Freizeitwirtschaft, aber auch mit ihnen zusammenarbeitende andere Unternehmen und Organisationen. Eingereicht werden können Vorhaben, die die Konzeption, Entwicklung und Umsetzung kreativer und buchungsrelevanter innovativer Angebote durch überbetriebliche Kooperationen entlang der touristischen Wertschöpfungskette in österreichischen Tourismusdestinationen zum Inhalt haben. Mehrheitlich tragen die eingereichten Projekte durch Schaffung lückenloser Dienstleistungsketten und Vernetzung von Kooperationspartnern zur Attraktivierung von Destinationen bei. Im Jahr 2013 wurden zum dritten Mal innovative Projekte der Tourismuswirtschaft ausgezeichnet.

Nach einem mehrstufigen Auswahlprozess hat eine Expertenjury bestehend aus Dr. Petra Stolba (ÖW), Ass.-Prof. Dr. Birgit Pikke-maat (IFIT), Prof. (FH) Mag. Christian Maurer (FH Krems) am 29.11.2013 drei Projekte, die aufgrund ihres stimmigen Innovationskonzeptes überzeugten, ausgewählt:

- ▶ **„Lust auf virtuelles VIP-Service – Der Online Urlaubsguide“** der ARGE Lust auf Wörthersee (Kärnten)
- ▶ **„Neue Campinglust“** der ARGE Lust auf Camping (Kärnten)
- ▶ **„Alpine Gesundheitsregion Salzburg“** der ARGE Alpine Gesundheitsregion Salzburg (Salzburg)



© BMWFW/Martin Steiger

Vertreter/innen der ausgezeichneten Projekte, der ÖHT, des BMWFW und der Jury

Tourismusförderungen des Wirtschaftsministeriums

Durch das BMWFW direkt gefördert werden Vorhaben mit besonderer touristischer Bedeutung, die über den Interessensbereich eines einzelnen Bundeslandes hinausgehen. Schwerpunkte bilden die Förderung der alpinen Infrastruktur sowie die EU-Förderprogramme mit Kofinanzierung durch das BMWFW.

Förderung der alpinen Infrastruktur

Das Wirtschaftsministerium unterstützt bereits seit 1981 die Erhaltung von alpinen Schutzhütten und Wegen, die von den im Verband alpiner Vereine Österreichs (VAVÖ) zusammengeschlossenen Vereinen mit rund 577.000 Mitgliedern betreut werden. Die 12 Mitgliedsvereine des VAVÖ betreuen 475 Schutzhütten mit fast 25.000 Schlafplätzen sowie 50.000 km Wege und Steige. Jährlich gibt es etwa eine Million Übernachtungen auf den betreuten Schutzhütten, die von rund 3 Mio. Personen im Jahr besucht werden.

Im Jahr 2013 konnten über den Bundesvoranschlag hinaus Sonderförderungsmittel zur Verfügung gestellt werden, sodass die Förderhöhe insgesamt 3,6 Mio. EUR betrug. Die zwischen dem BMWFW und dem VAVÖ abgeschlossene Rahmenvereinbarung zur Förderung der alpinen Infrastruktur 2011-2013 ist mit 31. Dezember 2013 ausgelaufen. Die

Gestaltung der Förderung ab dem Jahr 2014 wird in Zusammenarbeit mit den alpinen Vereinen im 1. Halbjahr 2014 erfolgen.

EU-Förderprogramme mit Kofinanzierung durch das BMFWF

Im Bereich der EU-kofinanzierten Förderungen werden vor allem nicht betriebliche Projekte mit nachhaltigen, überregionalen

Wirkungen, die Vorbildcharakter aufweisen und Synergien im touristischen Bereich erzeugen, unterstützt. 2013 war dabei das letzte Jahr der aktuellen EU-Förderperiode. Ab 2014 wird die EU-Förderlandschaft entsprechend den Ende 2013 verabschiedeten Verordnungen neu ausgerichtet werden (siehe „Die Europäischen Struktur- und Investitionsfonds 2014 – 2020“).

EU-Förderprogramme mit Kofinanzierung durch das BMFWF im Jahr 2013		
Europäischer Fonds für regionale Entwicklung (EFRE)	Ziel "Konvergenz" – Phasing Out Burgenland 2007–2013 (EFRE)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 1 Projekt bewilligt ▶ 70.000,00 EUR Bundesmittel
	Ziel "Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung": <ul style="list-style-type: none"> ▶ Einsatz von Tourismus-Förderungsmittel des BMFWF in den Bereichen Innovation und wissensbasierte Wirtschaft vor allem für betriebliche Investitionen in Verbindung mit der TOP-Tourismus-Förderung durch die ÖHT 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 10 Vorhaben mit ERP- und TOP Tourismuskrediten unterstützt ▶ 3,16 Mio. EUR an EFRE-Mitteln ausgelöst
	Ziel „Europäische Territoriale Zusammenarbeit“ (ETZ) – Grenzüberschreitende („INTERREG IVA“) und transnationale Zusammenarbeit („INTERREG IVB“): <ul style="list-style-type: none"> ▶ Beteiligung Österreichs an sieben grenzüberschreitenden ETZ-Programmen (http://www.oerok.gv.at/eu-regionalpolitik/eu-struktur-fonds-in-oesterreich-2007-2013/ziel-etz-grenzueberschreitend.html) und an den transnationalen ETZ-Programmen ALPINE SPACE, CENTRAL EUROPE und SOUTH-EAST EUROPE (http://www.oerok.gv.at/eu-regionalpolitik/eu-struktur-fonds-in-oesterreich-2007-2013/ziel-etz-transnational-interregional.html) 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 2 grenzüberschreitende, 1 transnationales Projekt bewilligt ▶ 80.000,00 EUR Bundesmittel ▶ 0,6 Mio. EUR an EFRE-Mitteln ausgelöst
Europäischer Landwirtschafts-fonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Umsetzung über Österreichisches Programm für die Entwicklung des ländlichen Raumes 2007-2013 (Programm LE07-13), fondskorrespondierendes Ressort ist das Lebensministerium (http://www.lebensministerium.at/land/laendl_entwicklung/programmtext.html) ▶ Unterstützung touristischer Projekte im Rahmen des Schwerpunktes 3 („Lebensqualität im ländlichen Raum und Diversifizierung der ländlichen Wirtschaft“) und auch im Bereich der Umsetzung des Leader-Konzeptes ▶ Schwerpunktsetzung des BMFWF auf überregionale bzw. sektorübergreifende Kooperationsprojekte 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 7 Projekte bewilligt ▶ 0,36 Mio. EUR Bundesmittel ▶ 0,35 Mio. EUR an EU-Mitteln ausgelöst

Die Europäischen Struktur- und Investitionsfonds 2014 – 2020

Im Oktober 2011 legte die Europäische Kommission (EK) sechs Verordnungs-Vorschläge für die EU-Kohäsionspolitik 2014 – 2020 vor. Diese sehen vor, dass zukünftig alle „strukturellen EU-Fonds“ (Sozialfonds/ESF, Regionalfonds/EFRE, Ländliche Entwicklung/ELER, Kohäsionsfonds/KF, Fischereifonds/EMFF) auf die Zielsetzungen der Wachstumsstrategie Europa 2020 abgestimmt sein sollen. Daneben enthält die allgemeine Verordnung gemeinsame Bestimmungen zur engeren Koordinierung der fünf Fonds und definiert elf thematische Ziele, zu deren Erreichung zukünftig Mittel aus den nun sogenannten „Europäischen Struktur- und Investitionsfonds“ eingesetzt werden sollen. Nach zweijähriger Diskussion und Verhandlungen im Rat und Parlament wurden die Verordnungen im Dezember 2013 beschlossen und im Amtsblatt der Europäischen Union (Eur-lex) veröffentlicht.

Da der „Tourismus“ kein eigenes thematisches Ziel oder eine definierte Investitionspriorität in den gegenständlichen EU-Verordnungen bildet, verfolgte das Wirtschaftsministerium das Ziel, dass die Unterstützung

von einzelbetrieblichen, innovativen Tourismusvorhaben als besonders wichtiges Element in das Operationelle Programm des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (IWB/EFRE) 2014 – 2020 aufgenommen und mit Blick auf das thematische Ziel (3) „Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit kleiner und mittlerer Unternehmen“ verankert wird. Diese Zielsetzung wurde auch in den Aktionsplan 2013 aufgenommen. Zudem stellte die bestmögliche Darstellung des Tourismus in der Partnerschaftvereinbarung und in den Entwürfen des Österreichischen Programms zur Umsetzungen des Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER) und der Operationellen Programme zur Umsetzung des Ziels „Europäische territoriale Zusammenarbeit“ einen bedeutenden Fokus der Arbeiten im Jahr 2013 dar.

Für weiterführende Informationen zu den Europäischen Struktur- und Investitionsfonds in Österreich 2014 – 2020 wird auf die Webseite der ÖROK verwiesen:

<http://www.oerok.gv.at/eu-regionalpolitik/europaeische-struktur-und-investitionsfonds-in-oesterreich-2014-2020.html>



© Wandern im Zillertal Tirol ÖW Peter Burgstaller

Bericht der Geschäftsführung der ÖHT

Bericht der Geschäftsführung der ÖHT

Die Tourismuswirtschaft hat lange Zeit die Investitionstätigkeit auf sehr hohem Niveau gehalten. Nach einem Jahr der Zurückhaltung bei den Investitionen stieg ab der zweiten Jahreshälfte 2013 die Bautätigkeit spürbar an. Die kurze Flaute ist überwunden. Durch die Zurückhaltung bei den Investitionen verbessert sich die Bonität der Unternehmen, zusätzlich unterstützt durch niedrige Zinsen. Doch das operative wirtschaftliche Ergebnis kommt mehr und mehr unter Druck, weil die Preise für Übernachtungen rückläufig waren. Die Finanzierungsmöglichkeiten der Banken haben sich stark verändert und nur mit neuen Fördermodellen wird es gelingen, den Finanzierungsbedarf der Tourismusbranche auch in den nächsten Jahren sicher zu stellen. Die Bedeutung von Förderungen nimmt in wirtschaftlich schwierigen Zeiten zu. Die Bereitschaft für Innovationen und deren erfolgreiche Umsetzung wird entscheidend für die Fortentwicklung der Tourismuswirtschaft sein.¹

Eine kurze Pause auf dem Weg nach oben

In den letzten Jahren hat die Tourismus- und Freizeitwirtschaft dank der guten Branchenkonjunktur und niedriger Zinsen ein Investitionstempo an den Tag gelegt, das deutlich über dem der Gesamtwirtschaft lag. In der zweiten Jahreshälfte 2012 hat man allerdings eine kurze Verschnaufpause eingelegt, die bis Mitte 2013 gedauert hat.

Seit Mitte 2013 ist jedoch wieder deutlich mehr an Investitionsbereitschaft festzustellen. Der Zuwachs an Kreditansuchen bei ÖHT hat fast 50 % gegenüber der Vergleich-



Mag. Wolfgang Kleemann und Dr. Franz Hartl

periode aus dem Vorjahr ausgemacht und damit geht die Tourismuswirtschaft nach einer guten Sommersaison offenbar wieder mit Optimismus in die Zukunft.

Wohin die Investitionen fließen: Betriebsgrößenoptimierung weiter Nummer eins

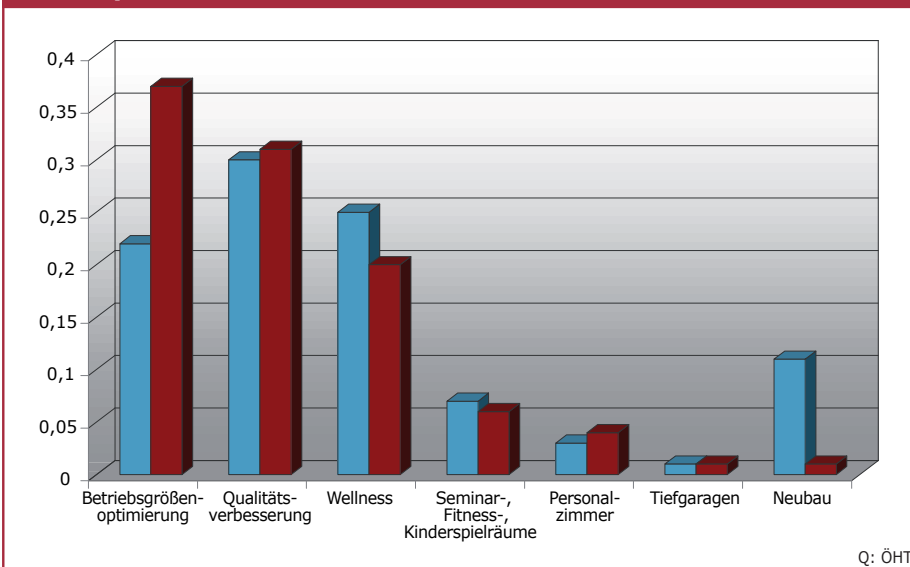
Während vor zehn Jahren vor allem in Wellnessanlagen investiert wurde, steht heute wieder die Betriebsgrößenoptimierung ganz oben auf der Investitionshitliste der Hotellerie. Denn um im harten Konkurrenzkampf bestehen zu können, werden international vermarktbare Betriebsgrößen angestrebt. Das „Mehr“ an Kapazitäten führt dann auch unmittelbar zu Mehreinnahmen und vorhandene Zusatzeinrichtungen – wie Seminarräume, Wellness- und Beautyanlagen – erreichen eine bessere Auslastung.

An zweiter Stelle folgt die Qualitätsverbesserung. Der harte Wettbewerbsdruck, aber auch der immer kürzer werdende Lebenszyklus touristischer Produkte zwingt die Branche wesentlich öfter zu Erneuerungsinvestitionen und fordert Innovationen. Weiterhin und schon seit mehreren Jahren rückläufig ist der Wellnesstrend, da in den vergangenen Jahren bereits umfangreiche Einrichtungen verwirklicht wurden.

Die Wintersaison und Ganzjahresbetriebe treiben Investitionen an
Ganzjahresdestinationen und Regionen mit dem Schwerpunkt Wintersaison sind die Trei-

¹ Der Bericht der Geschäftsführung der ÖHT beruht – soweit nicht anders angegeben – auf Auswertungen der Bilanz- und Erfolgsdaten 2012 der Kreditnehmer der ÖHT. Diese stellen eine Teilmenge der Grundgesamtheit der österreichischen Hotellerie dar. Daher sind Abweichungen zu Datenmaterial, das aus anderen Quellen stammt, möglich.

Schwerpunkte der Investitionen in der Hotellerie

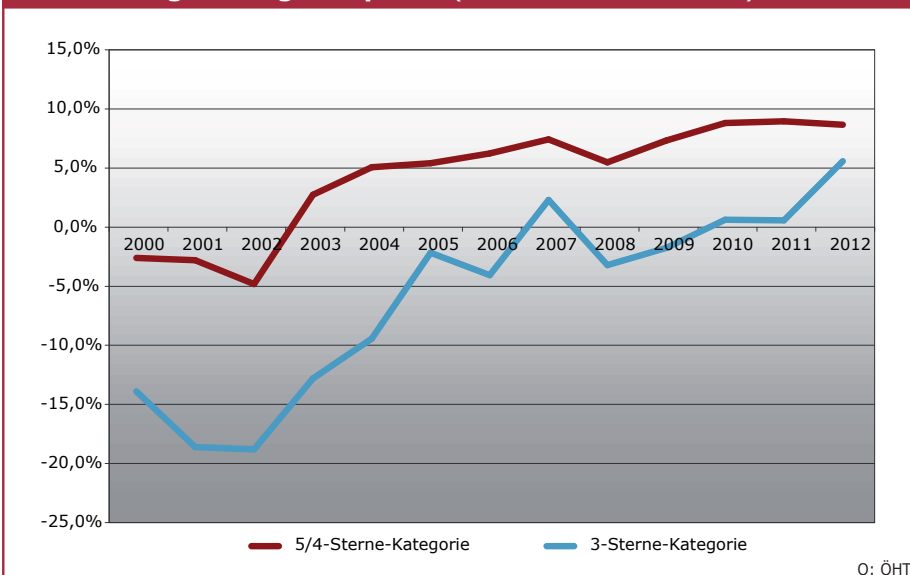


ber der Investitionen. Mehr als 60% der Investitionen kommen aus Unternehmen, die ein Ganzjahreskonzept verfolgen. Rund 36% der Investitionen wurden in Wintersaisongebieten getätigt.

Österreich entwickelt sich in Richtung Ganzjahresdestination. Nur Regionen, deren Hauptsaison in den Sommer fällt (Kärnten, Salzkammergut), investieren signifikant weniger als Ganzjahres- oder Winterdestinationen. So wurden im vergangenen Jahr nur zwei Prozent aller Investitionen in reine Sommerangebote gesteckt.

Diese enormen Finanzströme kommen vor allem den ortsansässigen Professionisten zugute und sind damit eine entscheidende Stütze der regionalen Konjunktur. Insbesondere das Bau- und das Baunebengewerbe, die Installations- und Elektrobranche, Tischler und Innenausstatter sowie Architekten profitieren vom Investitionsboom. Etwa die Hälfte des eingesetzten Kapitals fließt an regionale Firmen im Umkreis von bis zu 30 Kilometern. Bis auf etwa 6% bleibt die gesamte Wertschöpfung aus der Investitionstätigkeit der Tourismuswirtschaft im Inland.

Entwicklung des Eigenkapitals (in % der Bilanzsumme)



Eigenkapital weiter positiv

Die Eigenkapitalquote in der Hotellerie war 2012 positiv und zwar sowohl in der 3-Sterne-Kategorie als auch im 5/4-Sterne-Bereich. Mittlerweile konnten die Unternehmen der 3-Sterne-Kategorie aufholen und liegen jetzt eindeutig über der Null-Linie – das eine lange Zeit bei Finanzierungen bestehende Defizit ist damit beseitigt.

Die Unternehmen der 5/4-Sterne-Hotellerie weisen im Durchschnitt in ihren Jahresabschlüssen seit 2010 erstmals mehr als das gesetzliche Mindestfordernis von 8% Eigenmittel auf. Die Unternehmen der 3-Sterne-Hotellerie konnten 2012 eine substantielle Verbesserung erreichen.

Die Verbesserung ist weitgehend nicht auf gute wirtschaftliche Ergebnisse, sondern eher auf eine Neubewertung der Aktiva zurückzuführen. Die Bilanzwerte sind damit der Wirklichkeit ein Stück näher gerückt – allerdings sind die Stillen Reserven damit aufgelöst und haben als Argumentationshilfe mehrheitlich ausgedient.

Bonität von Zinsen abhängig

Unabhängig vom gewählten Bonitätsmaßstab hat sich die wirtschaftliche Stabilität verbessert. Zieht man das Eigenkapital als Maßstab heran, so sind alle Unternehmen der Qualitätshotellerie mittlerweile im Plus. Auch dynamische Größen wie etwa die Kennzahl Fremdkapital/Cashflow (Entschuldungsdauer) haben sich deutlich verbessert. So war am Beginn der Wirtschaftskrise eine Entschuldungsdauer von fast 17 Jahren festzustellen. Diese ist jetzt auf erträglichere 13 Jahre gesunken. Der Grund dafür liegt in der Zurückhaltung bei den Investitionen und in den niedrigen Zinsen. Mussten 2008 im Durchschnitt noch 5,6% Zinsen für das aushaftende Bankobligo bezahlt werden, sank dieser Wert auf 2,7% im Jahre 2012. Im selben Zeitraum ist auch die Zinsbelastung gemessen am Umsatz von 8,3% auf freundliche 5% zurückgegangen.

Alleine im Bereich der Qualitätshotellerie (Unternehmen der 3- und 4/5-Sterne-Hotellerie) betrug die Zinseinsparung rund 400 Mio. EUR. Ein durchschnittliches 4/5-Sterne-Hotel hat sich so rund 85.000 EUR im Jahr erspart, ein Unternehmen der 3-Sterne-Kategorie etwa 37.000 EUR. Diese beträchtlichen Einsparungen haben die Liquidität entlastet und konnten für Kapitaltilgungen oder Investitionen verwendet werden.

Betriebe sind professioneller geworden, aber die Ertragskraft sinkt

Betrachtet man die wirtschaftliche Entwicklung der Hotellerie seit Beginn dieses Jahrzehnts, so ist festzustellen: Die Unternehmen sind größer geworden, sie sind durchwegs besser ausgelastet und erzielen heute im Durchschnitt einen Umsatz, der deutlich über der Inflationsrate liegt. Das hat auch wesentlich mit dem qualitativ verbesserten Angebot zu tun.

Mit einer Auslastung von etwa 180 Vollbelegstagen konnten die guten Ergebnisse aus den Jahren vor der Krise gehalten werden. Dieses unerwartete Kunststück gelang sogar, obwohl die Offenhaltungszeit auf durchschnittlich 290 Tage zurückgenommen wurde.

Diese guten Ergebnisse auf der Umsatzseite konnten jedoch nicht in bessere Erträge umgemünzt werden, weil einige Aufwandspositionen weiter und sehr markant zugenommen haben: das gilt vor allem für Energie-, aber auch für Werbe- und Personalaufwand.

Diese Mehrausgaben haben das wirtschaftliche Ergebnis unter Druck gebracht und mit einem GOP von 21,5% der Einnahmen wird der niedrigste erzielte Wert in einer mehr als 10jährigen Zeitreihe verzeichnet.

Die Preisdurchsetzung ist mangelhaft

Ursache dafür ist, dass seit 2012 die durchschnittlich für eine Hotelnacht erzielten Preise gesunken sind. Dazu beigetragen hat die verbesserte Markttransparenz, die von den heute für Marktüberblick und Buchung über-

wiegend genutzten Online-Plattformen ausgeht. Die Entwicklung wurde durch das mancherorts bestehende Bettenüberangebot noch verstärkt. Das Aufkommen der Budget-Hotellerie, die mit einem Low-Service-Konzept auch niedrige Preise bietet, hat die Spirale nach unten weiter in Bewegung gesetzt und letztendlich hat die Wirtschaftskrise dazu geführt, dass der Konsument, der nicht auf seinen Urlaub verzichten wollte, ein verstärktes Preisbewusstsein an den Tag legte.

Ein durchaus wesentlicher Teil der Probleme ist hausgemacht. So mancher Hotelier hat angesichts der noch freien Betten zur Preisreduktion als absatzpolitischem Instrument gegriffen, dabei sämtliche Überlegungen zur Preiskalkulation über Bord geworfen und damit auch gleich die Latte für seine Mitbewerber niedriger gelegt. Ein Umdenken ist dringend erforderlich. Die Erosion der Preise hat bereits das wirtschaftliche Ergebnis (GOP/Zimmer) schrumpfen lassen. Noch haben die niedrigen Zinsen die Ertragslücken teilweise zugedeckt, aber Preisdisziplin und Preisstrategie sind dringend erforderlich, um eine gedeihliche Fortentwicklung sicherzustellen.

Rückgang bei Bankfinanzierungen wird von geförderten Finanzierungen aufgefangen

Als Konsequenz der Finanz- und Wirtschaftskrise haben sich die regulatorischen Bestimmungen für Kreditvergaben verändert, wodurch sich die Finanzierungsanteile bei touristischen Investitionen deutlich verschoben haben. 2007 stellten Kommerzbanken noch 37,3% des gesamten Projektfinanzierungsvolumens über Kredite und sonstige langfristige Finanzierungen bereit. Dieser Anteil reduzierte sich bis 2013 kontinuierlich auf nunmehr 25%. Im gleichen Zeitraum stieg der Projektfinanzierungsanteil der ÖHT von 43% auf 54%. Es ist der ÖHT also gelungen, die eingeschränkten Finanzierungsmöglichkeiten von Banken zur Gänze abzufedern. Der Anteil der von Un-

ternehmerseite in eine Projektfinanzierung eingebrachten Eigenmittel blieb mit 17% konstant.

Zinstrend bei langen Kreditlaufzeiten zeigt nach oben

Einer der Gründe für die Verlagerung von Bank- zu Förderfinanzierungen ist die aktuelle Entwicklung der Konditionen. Zwar wird vermutlich der 3-Monats-Euribor auch 2014 und vielleicht noch länger auf seinem historischen Tief verharren, doch schützt dies die Tourismuswirtschaft nicht vor steigenden Zinsen. Da speziell die Hotellerie langfristige Kredite – die Laufzeiten bewegen sich zwischen 10 und 15 Jahren – braucht, ist für deren Zinsentwicklung die mittelfristige Stabilität des Euribor nicht entscheidend, sondern die Zinsentwicklung am „langen Laufzeitband“ und hier sind Zinsanstiege zu erwarten.

Wenn langfristige Finanzierungen derzeit überhaupt zu bekommen sind, dann nur mit erheblichen Liquiditäts-Aufschlägen. Im 10-Jahres-Bereich haben sich diese Aufschläge seit 2011 von 106 auf knapp 211 Basispunkte (BP) nahezu verdoppelt. Nach einer leichten Erholung in den letzten Monaten zeigt der Trend aber klar nach oben. Die Prognosen von Raiffeisen Research liegen bei 230 BP für März 2014 und 280 BP für September 2014 und führen zu deren Einschätzung, dass die Zinsen niedrig bleiben und die Renditen vor einem weiterem Anstieg stehen.

In dieser Zinswelt werden die TOP-Tourismuskredite der ÖHT dank der Zinsstützungen des Bundes immer attraktiver. Für ein Hotelunternehmen mittlerer Bonität kostet ein Kredit der Tourismusbank bei einer Laufzeit von zehn Jahren 0,2% Zinsen pro Jahr. Dies entspricht etwa dem „Euribor flat“. Ein weiterer Vorteil: Diese Konditionen sind zinsstabil, weil sowohl der Zinszuschuss als auch die aus dem risikogerechten Verfahrenszinssatz entstehenden Aufschläge über die Laufzeit konstant bleiben, sich also nur die Höhe des Euribor ändern kann.

Berücksichtigt man auch noch die Spesen für die Besicherung durch die Bundshaftung, liegen die gesamten Finanzierungskosten aktuell bei nur knapp mehr als 1,2% Jahreszins – das entspricht dem 3-Monats-Euribor plus 100 Basispunkte – inklusive der Kosten für die Kreditbesicherung.

Zinsfreie Kredite im Rahmen der Übernehmerinitiative

Mit der im Juni 2013 eingeführten „Übernehmerinitiative“ ist es gelungen, das Modell eines langfristig zinsfreien Kredits zu realisieren. Basisförderung ist ein ERP-Kredit, der über die ÖHT gesteuert wird und zu dem die Länder über die Dauer von zehn Jahren den gesamten Zinsdienst übernehmen. Zielgruppe für diese Förderaktion, die 2014 fortgeführt werden soll, sind die für die Tourismusbranche so wichtigen Betriebsnachfolger. Sie können innerhalb von drei Jahren ab Übernahme des (elterlichen) Betriebes diese Kredite bis zu EUR 1,0 Mio. für sämtliche anstehenden Investitionen in Anspruch nehmen.

Erfolgsmodell ERP-Kleinkredit

Mit den Kleinkrediten des ERP-Fonds – maximale Projekt- und Kredithöhe EUR 100.000 – steht der Tourismuswirtschaft ein Finanzierungsmodell zur Verfügung, dessen Attraktivität aus dem starken Zuwachs der Antragszahlen deutlich wird. Diese stiegen 2013 um mehr als 50%. Mit einer Laufzeit von sechs Jahren, einer Fixverzinsung von maximal 1% jährlich und einer sehr flexiblen Richtlinie ist der Kleinkredit ein ideales Instrument, um notwendige Verbesserungsinvestitionen oder Anschaffungen zu finanzieren. Beim ERP-Kleinkredit (wie auch bei anderen Förderaktionen) ist es der ÖHT gelungen, Anschlussförderungen mit Bundesländern zu vereinbaren. In Niederösterreich z. B. übernimmt das Land den gesamten Zinsdienst – es werden also auch für kleinere Investitionen zinsfreie Kredite zur Verfügung gestellt.

Haftungen werden wichtiger

Nach einer aktuellen Umfrage der Österreichischen Hotelierversammlung (ÖHV) beurteilen 39,2% der Hoteliers den Zugang zu Kreditfinanzierungen 2013 im Vergleich zum Vorjahr als schwieriger bzw. deutlich schwieriger. Einer der Gründe dafür liegt wohl in der generellen Haltung von Kommerzbanken gegenüber Finanzierungen in der Tourismusbranche. Basel III zwingt Banken zu einer bonitätsabhängigen Eigenmittelunterlegung von Krediten. Da die Betriebe der Tourismus- und Freizeitwirtschaft im Rating oft schlechter liegen als Kreditwerber aus anderen Branchen, binden Finanzierungen an die Tourismusbranche vergleichsweise höheres bankseitiges Eigenkapital. Da Eigenkapital aber auch im Bankensektor zu einem „knappen Gut“ geworden ist, wird verständlich, dass hier eine Finanzierungszurückhaltung geübt wird.

Dieses Problem löst sich bei einer Haftungsübernahme durch die ÖHT. Durch die Tourismusbank behaftete Kredite sind von der Eigenkapital-Unterlegungspflicht ausgenommen und stimulieren damit die Kreditvergabe an die Tourismusbranche deutlich. Auch weil durch die Haftungsübernahme die Finanzierungsrisiken statt bei der Hausbank bei der ÖHT bzw. beim Bund liegen, steigt die Nachfrage nach Haftungen deutlich und brachte 2013 im Haftungsvolumen einen Zuwachs von 33% gegenüber dem Vorjahr.

Haftungen der ÖHT stehen im jeweiligen Einzelprojekt bis zu EUR 4,0 Mio. für Finanzierungen von Kommerzbanken und zur Besicherung geförderter Kredite zur Verfügung.

Ausblick auf neue Förderrichtlinien und Aktionen

Bis Mitte 2014 werden die bestehenden Förderrichtlinien fortgeführt. Aufgrund des Wechsels der EU-Programmplanungsperiode ist aber dann eine Neufassung notwendig. Im Mittelpunkt stehen die weitere konsequente Umsetzung der „Förderungspyramide“ und die Fortsetzung der Übernehmerini-

tiative; auch Förderungen für besonders innovative Projekte sollen angeboten werden. Auf Initiative von Tourismusminister Reinhold Mitterlehner wurde im Regierungsprogramm ein ÖHT-Vorschlag verankert, wonach Teile des zur Verfügung stehenden Haftungsrahmens auch für die Aufnahme günstiger Refinanzierungskredite z. B. bei der EIB eingesetzt werden können. Über den daraus entstehenden Refinanzierungsvorteil wird die ÖHT Kredite auflegen können, die gegenüber kommerziellen Krediten deutlich günstiger sein werden. Die entsprechenden rechtlichen Voraussetzungen werden in der ersten Jahreshälfte 2014 ausgearbeitet.

In Zukunft: Zur Innovation verpflichtet

Auf den ersten Blick ist die Welt im Tourismus ziemlich in Ordnung: Österreich hat mit mehr als 130 Mio. einen neuen Rekord an Nächtigungen verzeichnen können und verglichen mit vielen anderen Branchen konnte die Wirtschaftskrise gut gemeistert werden.

Bei etwas näherer Betrachtung sind doch diverse Problemfelder ersichtlich: Da glaubt man, den Vermittlungsgebühren der Reisebüros entkommen zu sein, schon ist man dem Obolus ausgesetzt, der von Online-Plattformen verlangt wird. Klassische Wege der Buchung treten zunehmend in den Hintergrund. Personalknappheit, ausgeprägte Saisonalität, Betriebsgrößendefizite, Bedarf nach immer größeren Werbeanstrengungen und vor allem ein enormer Wettbewerbs- und Preisdruck resultierend aus der immer globalisierter und transparenter werdenden Welt machen zunehmend das Leben schwer.

Dabei hat man zumindest in der langfristigen Betrachtung eine erstaunliche Wand-

lungsfähigkeit gezeigt: heute ist der Tourismus jener Wirtschaftszweig, der das Internet im Vertrieb am ausgiebigsten nutzt. Die Bereinigung der Unzahl von Tourismusverbänden wurde massiv vorangetrieben und damit die Schlagkraft auf den Märkten verbessert. Um die Kleinstrukturiertheit zu umgehen, hat man erstaunliche Bereitschaft zu Kooperationen gezeigt. Allein durch die von der Tourismusbank im Auftrag des BM-WFW durchgeführte TOP-Tourismus-Kooperationsförderung wurden mehr als 60 % der gewerblichen Betten erfasst. So stellt sich vor allem die Hotellerie als ein über weite Strecken moderner Wirtschaftszweig dar.

Das Stichwort Innovation ist aus Sicht von Experten maßgeblich für eine erfolgreiche wirtschaftliche Zukunft. Auslöser für Innovationen im Tourismus waren oft technologische Neuerungen (Internet, E-Mobilität). Sie wurden rasch aufgegriffen und zum eigenen Nutzen oder zur Schaffung neuer Erlebnis- und Mobilitätsangebote umgemünzt. Gerade der Erlebnis- und Kundennutzen sollte der zentrale Ausgangspunkt für touristische Innovationen sein.

Auf Ebene der Destinationen gelingt umfassende Innovation im Bereich der touristischen Wertschöpfungskette nur dann, wenn überbetriebliche Kooperation und gemeinschaftliche Finanzierung die Defizite kleinstrukturierter und heterogener Akteure ausgleichen.

Auf einzelbetrieblicher Ebene ist Innovation derzeit in den wenigsten Fällen das Ergebnis eines geplanten und gesteuerten Prozesses, sondern oft zufällig entstanden. Auch hier ist oft nicht der Mangel an Ideen maßgeblich, sondern die Kraft, Innovationen umzusetzen oder zu finanzieren.



© WienTourismus Lois Lammerhuber Burggarten mit Schmetterlinghaus

Internationale Beziehungen

Europäische Union (EU)

Tourismus hat für die gesamte Europäische Union und insbesondere auch für Österreich eine große wirtschaftliche, beschäftigungspolitische und gesellschaftliche Bedeutung. Als wichtiger Wirtschaftsfaktor mit weiterhin guten Wachstumsprognosen leistet er einen wesentlichen Beitrag zu nachhaltigem Wachstum, auch im Sinne der EU 2020 Strategie. Deshalb hat das BMFWF ein besonderes Interesse an europäischen Rahmenbedingungen, die eine wettbewerbsfähige und nachhaltige Tourismusedwicklung langfristig unterstützen.

Rechtsgrundlage und Initiativen



Der Vertrag von Lissabon hat die Rolle der Union im Bereich Tourismus erweitert. Die Europäische Kommission soll Maßnahmen

der Mitgliedstaaten unterstützen, koordinieren und ergänzen. So wurde im Juni 2010 die Mitteilung „Europa – wichtigstes Reiseziel der Welt: ein neuer politischer Rahmen für den europäischen Tourismus“ veröffentlicht. Die Mitteilung schlägt ein koordiniertes Konzept für Initiativen im Tourismus vor. Die dabei angestrebten Ziele unterstützen auch die innerösterreichische Strategie:

- ▶ Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit des Tourismus in Europa;
- ▶ Förderung eines nachhaltigen, verantwortungsvollen Qualitätstourismus;
- ▶ Konsolidierung des Images und der Außenwirkung Europas als eine aus nachhaltigen Qualitätsreisezielen bestehende Einheit;
- ▶ Bestmögliche Nutzung des Potenzials der politischen Maßnahmen und der Finanzinstrumente der EU zur Entwicklung des Tourismus.

Die Europäische Kommission setzt die in der Mitteilung angeführten Maßnahmen schrittweise um, viele davon erstrecken sich über mehrere Jahre.

Beispiele für laufende und geplante Maßnahmen 2013/2014:

Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit des Tourismus in Europa

- ▶ Förderung von grenzüberschreitenden, thematischen Produkten z. B. europäische Kulturrouten, dazu Fortsetzung der Kooperation mit dem Europarat (siehe auch Themenfeld „Kulturrouten“); Unterstützung von transnationalen Projekten.
- ▶ EDEN (European Destinations of Excellence): Award, der alle zwei Jahre an nachhaltige Destinationen in Europa vergeben wird. 2013 wurde er zum Thema Barrierefreiheit (siehe auch Themenfeld „Tourismus für Alle“) in Österreich wieder von der Österreich Werbung in Kooperation mit dem BMFWF umgesetzt.
- ▶ Bereich Arbeitsmarkt und Qualifikation: Vorbereitungen für die stärkere Eingliederung des Tourismus in das EURES (European Job Mobility Portal); Ziel ist eine breite Nutzung dieses Portals im Tourismus; es soll auch ein sog. „Tourism Skills Competence Framework“ entwickelt werden; Studie zu den aktuell und zukünftig notwendigen Fertigkeiten und ein Abgleich mit den Angeboten aus den Bildungseinrichtungen und Nachfrage der Wirtschaft sowie Empfehlungen, wie Lücken geschlossen werden können.



- ▶ Senior Tourism Initiative und e-Calypso: ein europäisches Projekt zur Förderung des grenzüberschreitenden Tourismus bestimmter Gruppen (Senior/innen, Jugendliche, sozial benachteiligte Familien sowie Personen mit Behinderung) in der Nebensaison; 2013 wurde die Umsetzung einer webbasierten Plattform für den grenzüberschreitenden touristischen Austausch dieser Zielgruppen vorangetrieben; Pilotprojekte werden über Ausschreibungen gefördert; ein Schwerpunkt wird ab 2013 auf Senior/innen gelegt.

- ▶ Virtual Tourism Observatory: mit der Beobachtungsstelle soll der europaweite Zugang zu Daten, Analysen, Studien und Strategiedokumenten erleichtert werden; das Portal soll Mitte 2014 online gehen.

- ▶  Eurobarometer: im Jahr 2013 und Anfang 2014 wurde wieder das Reiseverhalten der Europäer/innen erhoben, eine weitere Umfrage ist für 2015 geplant.

Förderung eines nachhaltigen, verantwortungsvollen Qualitätstourismus

- ▶ ETIS – Entwicklung eines umfassenden Indikatorensystems (Toolkit) zur Messung von Nachhaltigkeit in Tourismusdestinationen: Dieses ist in allen Sprachen verfügbar und wird 2013/2014 von Destinationen getestet; die Ergebnisse werden im Frühjahr 2014 im Rahmen einer Konferenz in Brüssel diskutiert werden.
- ▶ European Tourism Quality Principles: Diese Prinzipien sollen als Richtschnur für Qualitätsmanagement im Tourismus dienen und zur Stärkung des Konsumentenvertrauens und zur Professionalisierung von Unternehmen (KMU) beitragen. Sie werden Anfang 2014 in Form eines Entwurfs für Ratsempfehlungen von der Kommission vorgelegt und in der Folge im Rat (Ratspräsidenten GR und IT) und im Parlament verhandelt werden. Die Entwicklung eines „Europäischen Gütesiegels für Qualitätstourismus“ – wie ursprünglich geplant – wird von der Kommission derzeit nicht mehr verfolgt.
- ▶ Schwerpunkt „Accessible Tourism“ (siehe Themenfeld „Tourismus für Alle“).
- ▶ Verstärkte Kooperation und Austausch von Best Practice mit Drittstaaten: die Zusammenarbeit mit wichtigen Schwellenländern z. B. China, dem lateinamerikanischen Raum oder Russland soll intensiviert werden; 2013 wurde von der Europäischen Kommission eine Reihe von internationalen Willenserklärungen unterzeichnet.

Konsolidierung des Images und der Außenwirkung Europas als ein aus nachhaltigen Qualitätsreisezielen bestehendes Ganzes:

- ▶  Gemeinsame Bewerbung Europas als „a collection of diverse, sustainable, and high quality tourist destinations“ v. a. in BRIC-Staaten, Argentinien, Chile. 2013 wurde die Kampagne „Europe – Whenever you're ready“ (<http://europa.eu/readyforeurope>) umgesetzt und es gab Fachveranstaltungen in den Zielmärkten. Ab 2014 soll es eine weitere Kampagne geben. Die Initiativen werden in Kooperation mit der European Travel Commission (ETC – Dachverband der Nationalen Tourismuswerbungen – österreichisches Mitglied ist die ÖW) durchgeführt.
- ▶ 2013 wurde das ETC-Projekt „Destination Europe 2020“ – die Entwicklung einer langfristigen Strategie zur Bewerbung Europas – umgesetzt. Die Ergebnisse wurden im Februar 2014 präsentiert.
- ▶ Stärkere Kooperation mit internationalen Organisationen wie der Welttourismusorganisation UNWTO, der OECD und der T20 (Treffen der Tourismusminister der G20-Länder).

Bestmögliche Nutzung des Potenzials der politischen Maßnahmen und der Finanzinstrumente der EU zur Entwicklung des Tourismus

Hier sind vor allem die Bereiche Verkehr, Wettbewerb, Binnenmarkt, Steuerwesen, Verbraucherschutz, Umwelt, Beschäftigung, Soziales und Bildung, Kultur sowie die Regionalentwicklung und die Entwicklung des ländlichen Raums von Bedeutung. Die Europäische Kommission möchte eine bessere Abstimmung und Integration von Maßnahmen herbeiführen. Im Finanzrahmen 2014–2020 werden nunmehr spezifische Tourismusmaßnahmen im Rahmen des „Programms für Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen und für KMU (2014–2020)“,

kurz COSME, unterstützt. Auch andere Programme bieten Möglichkeiten für Tourismusprojekte und -initiativen. Eine Studie zu den Auswirkungen von EU-Politiken auf den Tourismus wurde im Herbst 2012 erstellt und soll nunmehr im Hinblick auf die neuen Programme überarbeitet werden. Die Kommission plant auch eine Konferenz in diesem Bereich.

Um das Potenzial der Wachstumsmärkte bestmöglich zu nutzen, setzt sich die Kommission neben Kommunikations-, Kooperations- und Werbemaßnahmen auch für Reiseerleichterungen ein. Ein großer Durchbruch ist eine diesbezügliche Mitteilung im Vorfeld der im Jahr 2014 startenden Überarbeitung des Schengen Visa Kodex, in der erstmals tourismus- und wirtschaftspolitische neben Sicherheitsüberlegungen für die zukünftige Visavergabep Praxis gestellt werden (siehe Themenfeld „Visa“).

EU Bund/Bundesländergruppe

In seiner Informations- und Koordinationsarbeit wird das BMWFW seit November 2011 von einer Bund/Bundesländergruppe für EU-Tourismusfragen unterstützt, die im Rahmen der österreichischen Tourismusstrategie eingesetzt wurde. Diese Gruppe stellt eine effiziente Struktur zum Meinungsaustausch dar und trägt dazu bei, den Informationsstand über EU-Tourismuspolitik und -projekte in Österreich weiter zu verbessern, gemeinsame Standpunkte zu formulieren und so die österreichischen Interessen noch gezielter einzubringen.

Makroregionale Strategien

Europäische Donaunraumstrategie

Im Juni 2011 wurde die EU Donaunraumstrategie (EUSDR) durch den Europäischen Rat angenommen. Sie stellt die zweite makroregionale EU-Strategie nach der EU-Ostsee-strategie dar. In geographischer Hinsicht umfasst die Donaunraumstrategie acht EU-

Mitgliedstaaten¹, vier potentielle und aktuelle Beitrittskandidatenländer² und zwei Drittstaaten³.

Tourismus ist gemeinsam mit Kultur als Prioritätsbereich 3 in der EUSDR verankert, Bulgarien und Rumänien fungieren als Bereichskoordinatoren. Das BMWFW vertritt Österreich in einem Lenkungsausschuss und nimmt die Abstimmung mit den relevanten österreichischen Akteur/innen des Donaunraumtourismus wahr.

Der Donaunraum soll als attraktive europäische Tourismusdestination international positioniert und das qualitätsorientierte touristische Angebot weiterentwickelt werden. Dadurch sollen mehr Gäste aus Europa, aber auch Übersee, den Donaunraum besuchen und animiert werden, länger in der Region zu verweilen.

Das BMWFW hat 2012-2013, basierend auf den österreichischen Erfolgsbeispielen Donaunraumbesteig (OÖ) und UNESCO Welterbesteig Wachau (NÖ), das grenzüberschreitende, EU-kofinanzierte Projekt DanubeHIKE durchgeführt. Ziel dieses Projekts war – nebst dem schon erfolgreichen Radtourismus – den Wandertourismus als zweites nachhaltiges Standbein in allen Donaunländern auszubauen. Als weitere EU-kofinanzierte und tourismusrelevante Donaunraumprojekte mit österreichischem Lead wurden das Projekt Transdanube (nachhaltige Mobilität im Donaunraum), Danubeparks Step2.0 (Bewahrung und sanfte touristische Nutzung des Naturerbes Donau) sowie Danube LIMES Brand (Inwertsetzung gesamter römischer Donaunraumlimes als UNESCO Kulturerbe) identifiziert.

Europäische Alpenraumstrategie

Beim Gipfel am 19. Dezember 2013 gab der Europäische Rat der Europäischen Kommissi-

¹ Deutschland, Österreich, Tschechien, Slowakei, Slowenien, Ungarn, Rumänien und Bulgarien

² Kroatien, Serbien, Bosnien-Herzegowina und Montenegro

³ Ukraine, Republik Moldau

on den Auftrag, bis Juni 2015 in Kooperation mit den Mitgliedstaaten eine EU Strategie für den Alpenraum zu entwickeln. In Österreich gibt es dazu nunmehr eine Koordinationsplattform, die die Bundesländer und Fachministerien einbindet. Im Hintergrunddokument zur Ratsentscheidung wird bereits festgehalten, dass Tourismus ein wesentlicher Faktor für Wachstum und Beschäftigung im Alpenraum ist und seine nachhaltige Entwicklung gefördert werden soll. Bestehende Initiativen wie die Alpenkonvention, das Alpine Space Programm (ETZ) oder Netzwerke (z. B. the ALPS) sollen in die Entwicklung der Strategie eingebunden werden.

Ratspräsidentschaften 2013 und Ausblick 2014

► **Ratspräsidentschaften 2013:** Irland hat im April eine europäische Konferenz zum Thema „Unlocking the past to create a vibrant future“ abgehalten. Litauen hat im Oktober das 12. Europäische Tourismusforum „Tourism – A Force for Economic Growth, Social Change and Welfare“ gemeinsam mit der Kommission in Vilnius ausgerichtet. Gleichzeitig gab es eine kurze Tourismusministerrunde mit Diskussionen zum mehrjährigen Finanzrahmen 2014–2020, zur Senioreninitiative und zum Thema Reiseerleichterungen/Visa.

► **Vorschau Ratspräsidentschaften 2014:**

Griechenland führte am 10. März 2014 ein informelles Ministertreffen zu den Themen Meeres- und Küstentourismus und zum Vorschlag der Kommission zu den Qualitätsprinzipien durch (der GR Vorsitz nahm hierzu auch die Verhandlungen im Rat auf). Am 11. März 2014 wurde eine b2b Konferenz zum Thema „Intense Online Marketing and New Tools: Challenges and Perspectives“ organisiert. Italien plant am 17. und 18. Juli 2014 in Rom eine Veranstaltung im Themenbereich „Kultur und Tourismus“. Es soll des Weiteren in einer

Tourismusministerrunde ein politisches Dokument der Kommission diskutiert werden, das die Ergebnisse unter der Periode von Vizepräsident Tajani reflektiert, Schlüsselinitiativen bewertet und mögliche Zukunftsszenarien für die Weiterführung der Arbeiten entwickelt.

Welttourismusorganisation (UNWTO)



Die UNWTO ist eine Spezialagentur der Vereinten Nationen (VN) mit Sitz in Madrid und dient als globales Forum für Tourismuspolitik und

Plattform für touristisches Know How und Statistik. Derzeit hat die UNWTO 156 Vollmitglieder, sechs assoziierte Mitglieder (Regionen) und an die 500 angeschlossene Mitglieder (affiliated members). Letztere repräsentieren den privaten Sektor, Ausbildungseinrichtungen, Tourismusverbände und lokale Tourismusbehörden. Die UNWTO ist im Hinblick auf die Mitgliedschaft von öffentlichem und privatem Sektor und deren institutionalisierter Zusammenarbeit auf der ganzen Welt einzigartig im UN-System. Die UNWTO spielt eine zentrale Rolle bei der Förderung der Entwicklung eines verantwortungsvollen, nachhaltigen und universell zugänglichen Tourismus, mit dem Ziel beizutragen zu:

- wirtschaftlicher Entwicklung,
- internationalem Verständnis, Frieden und Wohlstand,
- der Beachtung von grundlegenden Menschenrechten und Grundfreiheiten.

Die strategischen Ziele der Organisation sind

- Sicherstellung der kontinuierlichen Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit von Destinationen,
- Förderung der nachhaltigen Entwicklung des Tourismus in Übereinstimmung mit dem Globalen Ethikkodex und den Millennium-Entwicklungszielen.

Wichtige Initiativen 2013

Um die Anerkennung des Tourismussektors bei den Regierungen zu stärken, unterstützt die UNWTO die T20 Initiative. Im Rahmen dieser Initiative treffen sich die Tourismusminister der G20-Länder, um Erfahrungen und Informationen auszutauschen und politische Impulse zu setzen. 2012 wurde der Tourismus erstmals in die Abschluss-Erklärung des G20 Gipfels in Mexiko aufgenommen, wobei die Rolle von Reiseerleichterungen für wirtschaftliches Wachstum und Arbeitsplatzsicherung betont wurde.

Ebenso sind die Besteuerung im Tourismus sowie die Verbesserung der Konnektivität der touristischen Destinationen, speziell Fluganbindungen, ein Schwerpunktthema der UNWTO.

Die UNWTO arbeitet derzeit an einer internationalen Konvention zum Schutz der Reisenden und der Tourismuswirtschaft in Fällen von Krisen, speziell durch höhere Gewalt. Die Konvention soll mit der EU-Pauschalreise-richtlinie, die gerade auf EU-Ebene überarbeitet wird, abgestimmt sein. Dadurch soll ein internationaler Standard im Bereich Konsumentenschutz auch über die Grenzen der EU hinweg einheitlich gelten.

2012 hat die UNWTO das Spezialprojekt zur Erforschung von Tourismus und Frieden an der Alpen-Adria Universität in Klagenfurt (Projektleiterin Frau Mag. Cordula Wohlmuther und Prof. Werner Wintersteiner) initiiert, das vom BMWFW unterstützt wird. Das International Handbook on Tourism and Peace, das anhand von konkreten Beispielen aus der Praxis und durch Beiträge von renommierten Expert/innen aus aller Welt die Thematik untersucht, wurde im BMWFW am 29. Jänner 2014 der interessierten Öffentlichkeit vorgestellt.

Ein weiteres Arbeitsfeld der UNWTO ist die Messung der volkswirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus und deren internationale Vergleichbarkeit. Österreich ist aufgrund seiner anerkannten Kompetenz seit 2010 im Technical Advisory Board vertreten.

Der Welttourismustag 2013 stand unter dem Motto „Tourismus und Wasser: schützen wir unsere gemeinsame Zukunft!“ und wurde international auf den Malediven begangen.

20. Generalversammlung der UN-Welttourismusorganisation



Die 20. Generalversammlung der UN-Welttourismusorganisation (UNWTO) wurde im August in Simbabwe abgehalten.

Bestimmende Themen der Konferenz waren grenzüberschreitende Reiseerleichterungen und Visaliberalisierungen sowie neue Strategien zur Bewältigung der stetig wachsenden internationalen Touristenströme.

Der Generalsekretär der UNWTO, Taleb Rifai aus Jordanien, wurde für eine weitere Funktionsperiode einstimmig wiedergewählt.

In der Sitzung der Europakommission erfolgte die Wahl Österreichs zum neuen Vorsitz dieses Gremiums für die kommenden zwei Jahre. Auch für das Welt-Ethikkomitee wurde ein neuer Vorsitz gewählt. Dieser fiel auf Herrn Pascal Lamy, bekannt als langjähriger Vorsitzender der Welthandelsorganisation WTO.

Organisation für wirtschaftliche Entwicklung und Zusammenarbeit (OECD)

Das Tourismuskomitee der OECD ist ein internationales Forum der Mitgliedsländer und ausgewählter Nicht-Mitgliedsländer für den Austausch und das Monitoring von tourismuspolitischen Initiativen. Ziel ist die Entwicklung von Strategien und Empfehlungen sowie der direkte Vergleich von tourismuspolitischen Maßnahmen zur Identifikation von Best Practices. Den Vorsitz führt seit Anfang 2014 Italien (davor die USA). Das OECD Tourismuskomitee tagt zweimal jährlich.

Schwerpunkte des Arbeitsprogramms 2013/2014:

- ▶ Analyse von effizienten Tourismuspolitiken für Wachstum;
- ▶ Publikation über Trends und Politiken 2014 in OECD Staaten und ausgewählten Nicht-OECD Staaten;
- ▶ Studie zu Qualitätsjobs im Tourismus;
- ▶ Harmonisierung und Weiterentwicklung statistischer Messmethoden im Tourismus;
- ▶ Studie zu Besteuerung im Tourismus;
- ▶ Tourismus und Kreativwirtschaft: Untersuchung von Synergien; Literaturanalyse und Fallbeispiele; Österreich hat das Beispiel „CREATIVE AUSTRIA“ (Zusammenarbeit der Tourismusorganisationen von Wien, Graz, Salzburg und Vorarlberg) zur gemeinsamen Imagebildung und Bewerbung von Kunst- und Kreativwirtschaft eingebracht; die Gesamtergebnisse werden in Kooperation mit der OECD in Österreich bei einem Workshop in Linz im Rahmen des Ars Electronica Festivals 2014 präsentiert.

Bilaterale Beziehungen

Das BMFWF verfolgt und intensiviert die bilateralen Beziehungen im Bereich des Tourismus mit dem Ziel des Informationsaustausches, des Zusammenführens von potentiellen Partnern, der Unterstützung von internationalen Projekten und der Diskussion möglicher Problembereiche. Die Umsetzung erfolgt in Tagungen Gemischter Tourismuskommissionen und Arbeitsgruppen im Rahmen der bilateralen Wirtschaftskommissionen, ad-hoc Sitzungen und Runden Tischen, der Organisation von Fachexkursionen und durch den Empfang von Delegationen.

Intensivere Beziehungen bestehen mit:

- ▶ Russland, Indien, China;
- ▶ Ländern der Schwarzmeer-Region;
- ▶ Südkaukasus und Zentralasien;
- ▶ Vereinigte Arabische Emirate, Katar;
- ▶ Nachbarländern Österreichs;
- ▶ Donauanrainerstaaten;
- ▶ Westbalkanstaaten.

Von besonderem Interesse sind in vielen Ländern, in denen der Tourismus aufgebaut und weiterentwickelt wird, immer wieder die Erfahrungen und das Know How Österreichs in allen touristischen Belangen sowie Kontakte im Bereich der Aus- und Weiterbildung und mit möglichen Investor/innen.

Ein Auszug aus den bilateralen Aktivitäten 2013:

Tagung der Arbeitsgruppe mit Ukraine sowie Russland; Beiträge zu den Wirtschaftskommissionen mit Georgien, Vereinigte Arabische Emirate und Moldawien, Mongolei, Indien, Bhutan und Kirgisistan, Usbekistan und Ukraine, Turkmenistan und Kasachstan sowie China. Arbeitsgespräche mit Delegationen aus Russland, Saudi Arabien und Aserbaidschan.



Vertreter/innen des BMFWF, Herr Nazim Samadov, Deputy Minister, Ministry of Culture and Tourism of the Republic of Azerbaijan, Herr Rauf Pashayev Deputy Head of the Department of Tourism, Ministry of Culture and Tourism of the Republic of Azerbaijan und Herr Fikret Mamedov, Head of Strategy and Planning Division, Department of Tourism, Ministry of Culture and Tourism of the Republic of Azerbaijan.

8



Österreich
ankommen
und aufleben

www.austria.info



Österreich
Werbung

Die Österreich Werbung

Die Österreich Werbung (ÖW) ist Österreichs nationale Tourismusorganisation. Seit 1955 ist es Aufgabe des Vereins (vormals unter dem Namen „Österreichische Fremdenverkehrswerbung“, seit 1989 unter „Österreich Werbung“) das Urlaubsland Österreich zu bewerben. Zentrales Anliegen der ÖW ist es, gemeinsam mit allen österreichischen Tourismuspartnern für den Erhalt bzw. den Ausbau der Wettbewerbsfähigkeit des Tourismuslandes Österreich zu sorgen. Damit leistet die ÖW einen essentiellen Beitrag zur Steigerung des österreichischen Marktanteils am internationalen Tourismus.

Kernaufgaben der Österreich Werbung

- ▶ Führung der Marke „Urlaub in Österreich“: Die Marke macht Österreich als Urlaubsland unterscheidbar und vermittelt den emotionalen Mehrwert eines Österreich-Aufenthaltes.
- ▶ Bearbeitung der international erfolgreichsten Märkte mit innovativem, zeitgemäßem Marketing.
- ▶ Partner der österreichischen Tourismusbe-

triebe und wesentlicher Netzwerkknoten im Tourismus: Die Branche profitiert vom stets aktuellen und fundierten Wissen der ÖW über Gäste und Märkte.

Grundsätzlich werden diese drei Kernaufgaben durch öffentliche Mittel basisfinanziert, daher von der ÖW bereitgestellt. Dabei gibt es Angebote und Serviceleistungen, die allen in der Branche gleichermaßen zur Verfügung gestellt werden. Bei den Marketingaktivitäten, an denen sich Tourismuspartner mit ihren eigenen konkreten Produkten beteiligen können, übernimmt die ÖW die Basisfinanzierung. Durch die (nicht kostendeckenden) Leistungsbeiträge der Partner wird das Marketing zusätzlich verstärkt.

Budget

Das Budget der ÖW setzt sich aus Mitgliedsbeiträgen des Bundesministeriums für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft (75%) und der Wirtschaftskammer Österreich (25%) sowie aus Leistungsbeiträgen der österreichischen Tourismuswirtschaft (u.a. Landestourismusorganisationen, Regionen und Betriebe) für Marketingleistungen zusammen.



Die Mitgliedsbeiträge von BMWFW und WKO beliefen sich 2013 wie in den Vorjahren auf 32 Mio. EUR (BMWFW: 24 Mio. EUR, WKO: 8 Mio. EUR), das Gesamtbudget betrug rund 50 Mio. EUR.

Aktivitäten

Weltweit sind derzeit 210 Mitarbeiter für die ÖW tätig. Dabei konzentriert sich die ÖW auf die Bearbeitung von Märkten in den drei geografischen Regionen Westeuropa, CEE und Übersee. Diese Märkte, in denen die ÖW großteils auch mit eigenen Büros vertreten ist, decken mehr als 96% aller Nächtigungen (2013: rund 133 Mio.) ab und weisen das größte Potenzial für den heimischen Tourismus auf. In allen anderen Ländern ist die ÖW erste Ansprechpartnerin für touristische Projekte.

Die Bandbreite der Marketingaktivitäten reicht von klassischer Werbung oder Presse-

arbeit für das Tourismusland Österreich über Onlineaktivitäten bis hin zu Verkaufsförderplattformen oder Schulungen für die Reisebüro- und Veranstalterbranche. Für die österreichischen Tourismusanbieter stellt die ÖW darüber hinaus maßgeschneiderte Marketingmaßnahmen abgestimmt auf ihre jeweiligen Bedürfnisse und Marktchancen zur Verfügung.

Zu den Basisdienstleistungen der ÖW an die Branche zählt aber auch die Gästeinformation, deren Herzstück neben dem „Urlaubs-service der Österreich Werbung“ (größtes Informations- und Service Center für „Urlaub in Österreich“) das Internet-Portal www.austria.info ist. Auf Österreichs größter Tourismus-Plattform im Internet sind Informationen und Angebote aus ganz Österreich in derzeit 20 Sprachen gebündelt für die potenziellen Gäste aufbereitet.



Schwerpunkt 2013

„Weiter denken. Weiter geben.“

Nachhaltiges Planen und Handeln wirkt in alle Lebensbereiche der Menschen hinein und wird das in Zukunft noch viel stärker tun, auch in den Tourismus. Denn auch wenn derzeit zwar (noch) nicht reiseentscheidend, wird „Nachhaltigkeit“ für den österreichischen Tourismus zu einem Profilierungsthema und damit zur Chance, neue Impulse für die Produktentwicklung und Absicherung des wirtschaftlichen Erfolges der Branche zu setzen. Dies vor allem vor dem Hintergrund, dass in Zeiten des Wandels neue Werte in einem überdurchschnittlichen Ausmaß an Bedeutung gewinnen und im Rahmen der Reiseentscheidungen neue Maßstäbe angelegt werden. Das Urlaubsland Österreich hat im Bereich der Nachhaltigkeit bereits herausragende Leistungen vorzuweisen, die der breiten Öffentlichkeit allerdings noch nicht bekannt sind. Mit dem Schwerpunkt 2013 unter dem Titel „Weiter denken. Weiter geben.“ sollte Österreich einmal mehr als besondere Reisedestination positioniert und

auf der Weltkarte von einer neuen, überraschenden – aber gut fundierten – Seite gezeigt werden.

Ein Meilenstein im Rahmen des ÖW-Nachhaltigkeitsschwerpunkts war die erste atb_experience, die sich unter dem Titel „tourism in transition. Nachhaltige Beiträge des österreichischen Tourismus in Zeiten des Umbruchs“ diesem wichtigen Zukunftsthema widmete. Die ÖW lud von 9. bis 11. Juni rund 300 hochkarätige Gäste aus dem In- und Ausland zum Wissens- und Erfahrungsaustausch. Neben dem Ziel der Verkaufsförderung standen in den drei Tagen der atb_experience vor allem das Netzwerken und Impulse für die Produktentwicklung im Mittelpunkt. Nach dem ersten Teil der Veranstaltung in Kärnten nutzten die internationalen Gäste die Möglichkeit, weitere konkrete Erfahrungen zum Thema Nachhaltigkeit im österreichischen Tourismusangebot in allen Bundesländern zu machen.

Mit der atb_experience ist die ÖW völlig neue Wege in der Verkaufsförderung gegangen



und hat erstmalig ein Format mit Fokus auf Produkterlebnis, Networking und Wissensaustausch etabliert. Die außerordentliche Dynamik während der Veranstaltung und die vielen positiven Rückmeldungen der Teilnehmer/innen aus dem In- und Ausland zeigten, dass damit die richtige Richtung eingeschlagen wurde.

Marketinghighlights 2013

Australien: Austria. Dirndl Temptation – Dare to Flirt Back!

Knapp 6 Wochen lang sorgten 40 charmante Dirndl Botschafter für Aufsehen in der australischen Millionenmetropole Sydney. Eingekleidet in Bad Ausseer Rastl- und Salzburger Gössl-Dirndl sowie Lanz-Lederhosen, machten sie bei publikumsstarken Events und an bekannten Orten auf das Urlaubsland Österreich aufmerksam. Unter dem Motto „Austria. Dirndl Temptation – Dare to flirt back!“ forderten sie Passanten augenzwinkernd auf, „zurückzuflirten“ und ihre Leidenschaft für österreichische Tradition zu teilen. Für „Flirtwillige“ gab es einen Flug mit Austrian Airlines von Sydney nach Wien und retour zu gewinnen.

Die Ausflüge der Austrian Dirndl Ambassadors führten sie zum Koala-Streicheln in den Taronga Zoo, zu den berühmten Surf Life Savers am Manly Beach, auf eine Fährenfahrt über den Hafen von Sydney und zu einem Pub Crawl durch das historische „The Rocks“ Viertel. Ein gelungener Stand-up Paddle Boarding Versuch in Dirndl und Lederhosen war vermutlich überhaupt eine Weltneuheit. Mit dem Besuch der Premiere der Open-Air Oper „Carmen“ im Hafen von Sydney ging die Tour der Austrian Dirndl Ambassadors zu Ende. Die Aktion war in Sydney sechs Wochen lang Stadtgespräch – an all den publikumsstarken Orten, wo die Dirndl Botschafter auftauchten, gelang es, Neugierde und Begeisterung für das Urlaubsland Österreich zu wecken.

Großbritannien: Winterzauber in London

Mitte Oktober sorgte die ÖW in der britischen Hauptstadt für einen aufsehenerregenden Winterbeginn und verwandelte Londons hektisches Bankenviertel in eine schneereiche Winterlandschaft. Inmitten der „City“, dem Bankenviertel Londons, wurde ein rot-weiß-roter Buzzer platziert, den neugierige Passanten drückten und so aus dem grauen Platz im herbstlichen London innerhalb weniger Minuten ein österreichisches Wintererlebnis machten. Denn plötzlich tauchten Musiker auf, eine verschneite Skihütte, schneebedeckte Bäume sowie ein Schneemann erschienen und ein charmanter Skilehrer begrüßte die überraschten Gäste und lud sie ein, in die Winterlandschaft einzutreten. Gemeinsam nahmen sie in gemütlichen Liegestühlen vor der Skihütte Platz und beobachteten bei Glühwein und Jause das Schauspiel. So fanden sich Ski- und Snowboardfahrer vor der Hütte ein und schwärmten von der letzten Abfahrt. Ein Urlauberpaar bei einer Winterwanderung machte auf das Urlaubserlebnis abseits der Piste aufmerksam. Als Höhepunkt ließ es die ÖW auch tatsächlich schneien. Nach zehn Minuten gab es noch ein Polaroid Foto als Erinnerung für die Gäste, bevor die Winterlandschaft wieder verschwand – bis der nächste den Buzzer drückte ...



© ÖW



Ausblick 2014

„Österreich. Treffpunkt Europas“

2014 rückt die ÖW mit ihrem Themenschwerpunkt Österreichs Lebenskultur, Mentalität, Kulinarik und das breite Kulturangebot des Urlaubslandes Österreich ins Scheinwerferlicht.

Im Rahmen ihres Marketings erzählt die ÖW Geschichten von Österreich und zeigt dabei verschiedenste Facetten des Urlaubslandes. Um wettbewerbsfähig zu bleiben, ist es wichtig, diese Geschichten immer wieder zu aktualisieren, damit sie in den Köpfen und Herzen der Menschen ankommen und in weiterer Folge die Urlaubsentscheidung beeinflussen.

Der Zeitpunkt für den Kommunikationsschwerpunkt „Österreich. Treffpunkt Euro-

pas“ 2014 ist nicht zufällig: Vor 25 Jahren kam es zur Ostöffnung, dem Mauerfall in Deutschland. Vor diesem Hintergrund beleuchtet die ÖW Österreich als Treffpunkt Europas aus verschiedenen Blickwinkeln: Geografisch im Herzen der Alpen gelegen, ist das Land bis heute durch das Aufeinandertreffen unterschiedlicher Kulturen, Gewohnheiten und Geschichten geprägt. All diese lebendigen Einflüsse spiegeln sich in der österreichischen Lebenskultur, der Mentalität, der Architektur, aber vor allem auch der Kulinarik und dem breiten Kulturangebot wider. Unter Berücksichtigung der spezifischen Marktgegebenheiten fließt der Themenschwerpunkt in die weltweiten ÖW-Kampagnen und Marketingaktivitäten ein. Auf diese Weise kann sich Österreich als Urlaubsland – einmal mehr – klar von seinen Mitbewerbern abheben.