



# LAGEBERICHT 2004

Bericht über die Lage der Tourismus-  
und Freizeitwirtschaft in Österreich 2004



# INHALT

<b>1. EINLEITUNG</b>	<b>1</b>
<b>2. ZUSTANDSANALYSE UND AUFZEIGEN VON VERÄNDERUNGEN</b>	<b>3</b>
<b>2.1 Wirtschaftliche und sozialpolitische Daten</b>	<b>3</b>
<b>2.2 Internationaler Ausblick</b>	<b>7</b>
<b>2.3 Entwicklungslinien der Branche</b>	<b>9</b>
2.3.1 Nachfrageseite	9
2.3.2 Angebotsseite	11
2.3.3 Tourismusdestination Österreich im internationalen Wettbewerb	12
2.3.4 Prognose 2005 und 2006	13
<b>2.4 Rechtliche Maßnahmen</b>	<b>14</b>
2.4.1 Ausländerbeschäftigungsgesetz (Saisoniermodell)	14
2.4.2 Betrieb von Schleppliften	15
2.4.3 Novelle zum Mutterschutzgesetz (MSchG) und Väter-Karenzgesetz (VKG) - Elternteilzeit (BGBl. I Nr. 123/2004)	15
2.4.4 Novelle zum Gleichbehandlungsgesetz (BGBl. I Nr. 65/2004)	15
2.4.5 Besteuerung von Trinkgeld	16
2.4.6 EU-Recht	17
<b>2.5 Reisewirtschaft</b>	<b>17</b>
2.5.1 Reisebüros und Reiseveranstalter	17
2.5.2 Tourismus-Servicestelle	18
<b>2.6 Wirtschaftliche Lage der Betriebe</b>	<b>19</b>
2.6.1 Die wirtschaftliche Lage der Hotellerie	19
2.6.1.1 Die Entwicklung der Einnahmen	19
2.6.1.2 Die Entwicklung des Cashflows	20
2.6.1.3 Die wirtschaftliche Stabilität der Hotellerie	21
2.6.1.4 Auslastung	22
2.6.2 Die wirtschaftliche Lage der Gastronomie	24
2.6.2.1 Die Entwicklung von Einnahmen und Cashflow	24
2.6.2.2 Die wirtschaftliche Stabilität der Gastronomie	24
2.6.3 Die Insolvenzentwicklung in Hotellerie und Gastronomie	25
<b>2.7 Investitionen / Finanzierung</b>	<b>27</b>
2.7.1 Investitionen	27
2.7.2 Finanzierung - Die Entwicklung der Großkreditausleihungen	29
<b>2.8 Statistik</b>	<b>30</b>
2.8.1 Tourismus-Satellitenkonto (TSA)	30
2.8.2 Tourismus MONitor Austria (T-MONA)	32





Bundesminister  
Martin Bartenstein

## 1. EINLEITUNG

Aufgrund der Bedeutung der Tourismus- und Freizeitwirtschaft für den Wirtschaftsstandort Österreich wurde in das Arbeitsübereinkommen der Bundesregierung vom 17. Dezember 1990 eine Aussage darüber aufgenommen, dass dem Nationalrat – unter Einbeziehung der Tourismusforschung – jährlich über die Lage der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Österreich berichtet werden soll. Diesen Tourismusbericht verstehe ich allerdings nicht nur als einen parlamentarischen Auftrag, vielmehr soll er als Informationsquelle für alle im Tourismus Tätigen dienen.

Der vorliegende Bericht soll vor allem einen umfassenden Überblick über das abgelaufene Tourismus-Jahr 2004 sowie einen Ausblick auf die zukünftige Entwicklung liefern. Außerdem wird in einigen Bereichen erstmals auch das erste Halbjahr 2005 kurz behandelt. Die im Bericht enthaltenen Daten entsprechen dem Stand Mai/Juni 2005. Zum Nachlesen der jeweils aktuellsten Zahlen und Fakten des österreichischen Tourismus darf ich Sie auf die Homepage der Sektion Tourismus und Freizeitwirtschaft ([www.bmwa.gv.at/tourismus](http://www.bmwa.gv.at/tourismus)) einladen. Die wichtigsten touristischen Kennziffern wie Nächtigungen, Ankünfte und Umsatzentwicklung sind dort zu finden und werden monatlich aktualisiert.

Österreich bleibt ein überaus beliebtes Urlaubsland! Im Jahr 2004 konnten die Umsätze wieder um 2,4 % auf 18,55 Mrd. EUR gesteigert werden, obwohl das erste Mal seit 1997 ein leichter Rückgang der Nächtigungen von 0,6 % auf 117,2 Mio. hingenommen werden musste. Auch bei den Ankünften konnte wieder ein Plus verzeichnet werden: 28,5 Mio. (+ 1,2 %) Gäste insgesamt, davon 19,4 Mio. Ausländer (+ 1,5 %) und 9,1 Mio. Inländer (+ 0,4 %).

Die Tendenz zu kürzeren Reisen setzte sich aber auch im abgelaufenen Jahr fort: Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der inländischen Gäste sank auf 3,4 Nächte, ausländische Reisende übernachteten im Schnitt 4,4-mal in Österreich.

Für das Jahr 2005 wird für den Tourismus- und Freizeitmarkt in Österreich eine Steigerung der Umsätze von knapp 4 % gegenüber 2004 prognostiziert. Im Jahr 2006 ist mit einem Zuwachs von 4 1/2 % zu rechnen, da eine konjunkturelle Belebung in unseren wichtigen europäischen Herkunftsmärkten erwartet wird (siehe Seiten 13/14).

Mein Dank gilt insbesondere dem Wirtschaftsforschungsinstitut und der Österreichischen Hotel- und Tourismusbank GesmbH, die am Lagebericht mitgewirkt haben.

Ich wünsche allen im Tourismus Beschäftigten ein erfolgreiches Tourismus-Jahr 2005!

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Martin Bartenstein'. The signature is stylized and cursive, with a large, prominent 'M' and 'B'.

Dr. Martin Bartenstein



---

## 2. ZUSTANDSANALYSE UND AUFZEIGEN VON VERÄNDERUNGEN

### 2.1 Wirtschaftliche und sozialpolitische Daten

Unter den im internationalen Reiseverkehr wichtigen Zielländern konnte Österreich gemessen an der Ausländernachfrage seine Spitzenposition halten. Die Pro-Kopf-Einnahmen aus dem internationalen Tourismus beliefen sich im Jahr 2004 auf 1.535 EUR (2003: 1.539 EUR; Marktanteil 5,2 % am europäischen Tourismus gemessen an den Umsätzen) gefolgt von der Schweiz (1.134 EUR), Belgien-Luxemburg (958 EUR), Spanien (899 EUR) und Frankreich (532 EUR). Höhere Pro-Kopf-Einnahmen bei einem allerdings sehr geringen Marktanteil weisen nur Zypern (2.389 EUR; Marktanteil 0,72 %) und Malta auf (1.584 EUR; Marktanteil 0,27 %). Der europäische<sup>1)</sup> Durchschnitt lag bei 439 EUR, jener der EU-25 bei 468 EUR und jener der EU-15 bei 516 EUR.

Nach dem TSA-Konzept betragen im Jahr 2004 die Aufwendungen für Tourismus und Freizeitwirtschaft der Österreicher im Inland 12,31 Mrd. EUR (+ 3 %). Mit 9,87 Mrd. EUR konzentrierte sich der Großteil der Ausgaben auf Urlaubsreisen, wobei die Aufwendungen der übernachtenden Touristen mit 6,16 Mrd. EUR jene der Tagesbesucher (3,71 Mrd. EUR) merklich überstiegen.

---

<sup>1)</sup> Europa ist hier wie folgt definiert: EU-25, Island, Norwegen, Schweiz, Türkei.

### Übersicht 1: Aufwendungen für Tourismus und Freizeitwirtschaft in Österreich

	2000	2001	2002	2003	2004
	Mio. €				
1. Aufwendungen der Ausländer <sup>1)</sup>	12.288,0	13.397,0	13.905,9	14.660,0	15.011,8
1.1 Übernachtende Touristen	11.031,0	11.957,0	12.356,7	13.129,5	13.420,1
1.2 Tagesbesucher	1.257,0	1.440,0	1.549,2	1.530,5	1.591,7
2. Aufwendungen inländischer Besucher	10.344,0	10.965,0	11.308,0	11.953,5	12.312,1
2.1 Übernachtende Touristen	5.679,0	6.176,0	6.367,6	7.021,9	7.192,8
2.1.1 Urlaubsreisende <sup>2)</sup>	4.844,0	5.259,0	5.436,3	6.014,2	6.159,0
2.1.2 Geschäftsreisende	835,0	917,0	931,3	1.007,7	1.033,8
2.2 Tagesbesucher	4.665,0	4.789,0	4.940,4	4.931,6	5.119,3
2.2.1 Urlaubsreisende	3.344,0	3.413,0	3.521,3	3.568,4	3.711,1
2.2.2 Geschäftsreisende	1.321,0	1.376,0	1.419,1	1.363,2	1.408,2
3. Aufwendungen der Inländer in Wochenendhäusern und Zweitwohnungen	822,0	856,0	881,6	887,7	920,5
Gesamtausgaben laut TSA-Konzept (1+2+3)	23.454,0	25.218,0	26.095,5	27.501,2	28.244,5
4. Aufwendungen der Inländer in Österreich für den Freizeitkonsum am Wohnort	19.546,4	20.043,4	20.279,6	20.363,2	21.096,3
5. Aufwendungen der Inländer für Auslandsreisen <sup>13)</sup>	10.049,0	10.961,0	10.807,6	11.500,8	11.484,7
Aufwendungen für Tourismus und Freizeit in Österreich (1+2+3+4)	43.000,4	45.261,4	46.375,1	47.864,4	49.340,8
Aufwendungen der Inländer für Tourismus und Freizeit in Österreich (2+3+4)	30.712,4	31.864,4	32.469,1	33.204,4	34.329,0
Aufwendungen der Inländer für Tourismus und Freizeit insgesamt (2+3+4+5)	40.761,4	42.825,4	43.276,7	44.705,2	45.813,6

Quelle: OeNB, Statistik Austria, WIFO. – 1) Einschließlich des internationalen Personentransportes. Aufgrund des unterschiedlichen Revisionszeitpunktes können die Daten laut TSA von jenen laut Zahlungsbilanz abweichen. – 2) Einschließlich Aufwendungen im Zuge von Kuraufenthalten. – 3) Urlaubs- und Geschäftsreisen.

Für Dienst- und Geschäftsreisen wandten die Österreicher 2,44 Mrd. EUR auf. Mit einem Anteil von 57,7 % überwogen hier die Tagesbesuche.

Durch die Anwendung des TSA-Konzeptes wird die Bedeutung der Tagesreisen als Gesamtgröße sichtbar: Mit 5,12 Mrd. EUR blieben diese nur rund 2 Mrd. EUR hinter den Aufwendungen der inländischen Übernachtungstouristen zurück.

Im Zuge von Besuchen in Wochenendhäusern und Zweitwohnungen gaben die Österreicher 921 Mio. EUR aus. Dieser Wert beinhaltet nur die laufenden Kosten; eine Berücksichtigung der Investitionskosten und Grundstückskäufe würde die betreffende Ausgabenposition noch deutlich erhöhen.

Insgesamt belief sich der in Österreich 2004 erwirtschaftete Tourismusumsatz laut TSA auf 28,24 Mrd. EUR (2003: 27,50 Mrd. EUR). Davon entfielen 53,1 % auf ausländische Gäste (rund 15 Mrd. EUR; + 2,4 %), 43,6 % auf inländische Reisende sowie 3,3 % auf die Ausgaben der Inländer in Wochenendhäusern und Zweitwohnungen.



Für den nicht-touristischen Freizeitkonsum am Wohnort gaben die Österreicher im Vorjahr 21,10 Mrd. EUR aus. Eine Gesamtbetrachtung der Tourismusausgaben von In- und Ausländern nach dem TSA-Konzept und der Freizeitaufwendungen der Österreicher am Wohnort ergab für das Jahr 2004 ein Volumen von 49,34 Mrd. EUR (einschließlich der Dienst- und Geschäftsreisen).

Die Ausgaben der Österreicher für Inlandsaufenthalte wuchsen um 2,6 % (real: - 0,3 %, im Vergleich zum Jahr 2003 (+ 6,6 %, real: + 4 %)), jene der ausländischen Gäste um 2,4 % (real:- 0,5 %; 2003: + 5,3 %, real: + 3 %). Bei den Tourismusimporten (Auslandsreisen der Österreicher) war nach einem kräftigen Wachstum 2003 (+ 6,4 %) im Vorjahr eine Stagnation auf dem Niveau von 11,5 Mrd. EUR zu verzeichnen.

Der Überschuss in der Reiseverkehrsbilanz stieg von 3,15 Mrd. EUR im Jahr 2003 auf 3,52 Mrd. EUR im Vorjahr und belief sich auf 1,5 % des BIP.

In der Wintersaison 2003/04 lässt sich im Vergleich mit den Daten des Vorjahres eine deutlich positive Entwicklung der Tourismusumsätze beobachten. Insgesamt sind die Einnahmen um 5,7 % gestiegen, wobei die Nachfragesteigerung aus dem Inland mit + 7 % deutlich stärker als jene aus dem Ausland (+ 5,5 %) ausfiel.

Der Städtetourismus verbuchte in der Wintersaison 2003/04 mit + 7,8 % überdurchschnittliche Nächtigungszuwächse (Österreich insgesamt: + 2,2 %). Hervorzuheben sind die Steigerungen in Wien (+ 10,3 %), Salzburg (+ 8,2 %), Linz und St. Pölten (jeweils + 5,1 %). Rückgänge waren in Eisenstadt (- 10,1 %) und Graz (- 5,5 %) zu verzeichnen.

Im Gegensatz zur Wintersaison wuchsen die Einnahmen in der Sommersaison 2004 mit + 1,4 % nur schwach (2003: + 5,5 %), wobei sich der Binnenreiseverkehr mit + 0,8 % wesentlich verhaltener entwickelte als die Tourismusexporte (+ 1,5 %).

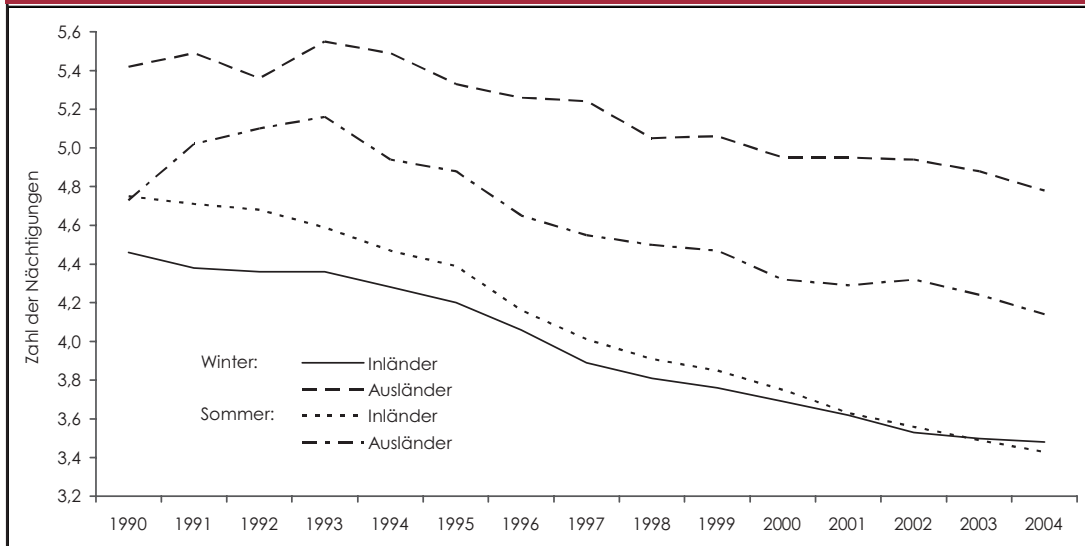
Im Vergleich zur rückläufigen bundesweiten Entwicklung (- 2,1 %) zeigte der Städtetourismus im Sommer 2004 mit + 5,3 % ein recht kräftiges Wachstum der Nächtigungsziffern. Stark überdurchschnittliche Zuwächse verzeichneten Linz (+ 15,7 %) und Salzburg (+ 8,5 %). Beträchtliche Nächtigungseinbußen von 14,6 % gab es aufgrund des hohen Vergleichswertes des Vorjahres – bedingt durch die besondere Stellung als Kulturhauptstadt – in Graz.

Auf den für Österreich wichtigen Herkunftsmärkten konnten im Kalenderjahr 2004 bei Gästen aus Spanien (+ 19,4 %), der Slowakei (+ 19,3 %), Japan (+ 16,1 %), Ungarn (+ 13,9 %), den USA (+ 13,4 %), Tschechien (+ 13,1 %), Frankreich (+ 7,7 %) und

Großbritannien (+ 7 %) deutliche Zugewinne an Nächtigungen verbucht werden, während der deutsche (– 3,5 %) und der polnische (– 7,9 %) Markt enttäuschten. Die Zahl der Nächtigungen von Belgiern und Schweizern überstieg jeweils nur knapp das Vorjahresniveau. Insgesamt lässt sich eine leicht negative Tendenz (– 0,5 %) in der Nächtigungstatistik ausländischer Gäste feststellen.

Die Tendenz zu kürzeren Reisen setzte sich auch im abgelaufenen Jahr fort: Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der inländischen Gäste sank auf 3,4 Nächte, ausländische Reisende übernachteten im Schnitt 4,4 mal in Österreich.

Abbildung 1: Aufenthaltsdauer von in- und ausländischen Gästen



Quelle: Statistik Austria.

## 2.2 Internationaler Ausblick

Nachdem der internationale Tourismus durch die kriegerischen Konflikte im Irak und in Afghanistan sowie durch die SARS-Epidemie im Jahr 2003 eine Dämpfung erlitten hatte, entspannte sich die Lage im abgelaufenen Jahr weitgehend.

Gemessen an den Ankünften erreichte der internationale Tourismus vorläufigen Berechnungen zufolge einen neuen Rekordwert von 760 Mio.<sup>2)</sup> (2003: 694 Mio.<sup>3)</sup>) und mit + 10 % die höchste Steigerungsrate der letzten 20 Jahre. Besonders positiv entwickelte sich die Zahl der Touristenankünfte in Asien und im pazifischen Raum (+ 29 %) sowie im Nahen Osten (+ 20 %), Europa verzeichnete mit + 4 % ein unterdurchschnittliches Wachstum, konnte aber trotz eines von 57,7 % auf 54,6 % gesunkenen Marktanteils seine Vormachtstellung im Welttourismus weiter halten. In den 10 neuen EU-Mitgliedsländern zeigte sich ein kräftiges Wachstum der Tourismuseinnahmen, was zum Teil auf Effekte der EU-Erweiterung und Wechselkursvorteile zurückgeführt werden kann.

Das kräftige Wachstum im Welttourismus kann großteils mit der günstigen globalen Konjunktursituation in Verbindung gebracht werden.

Die Weltwirtschaft befindet sich gegenwärtig in einer Phase eines ausgeprägten Konjunkturaufschwungs, der im Jahr 2004 Niederschlag in einer Steigerung der gesamtwirtschaftlichen Produktion um 5 % sowie in einer Ausweitung des Welthandels um 9 % fand. Eine besonders positive Entwicklung war neben den USA und China auch in Lateinamerika und den ostasiatischen Schwellenländern zu verzeichnen. Die Unterschiede im Wachstumstempo zwischen den Ländergruppen waren überwiegend durch die Inlandsnachfrage determiniert. Experten gehen von einer künftig weniger dynamischen Konjunktur sowie einer Verlangsamung der Expansion des Welthandels aus und prognostizieren mit + 1½ % bis + 1¾ % für heuer eine schwächere Dynamik der gesamtwirtschaftlichen Produktion.

In den USA konnte 2004 ein Wirtschaftswachstum von 4½ % realisiert werden. Die Investitionen und der private Konsum wurden kräftig ausgeweitet, auch im Wohnbau konnte ein kräftiges Wachstum verzeichnet werden. Die Konjunktur wurde durch eine sehr expansive Fiskal- und Geldpolitik in Gang gebracht, wobei sich trotz schrittweiser Anhebung der Zinssätze keine Beeinträchtigung des Aufschwungs zeigte. Für das laufende und das nächste Jahr erwarten die Experten eine Abschwächung des Wirtschaftswachstums auf eine jährliche Steigerungsrate von + 3,8 % bzw. + 3,1 %.

<sup>2)</sup> WTO, World Tourism Barometer, 2005, 3(1).

<sup>3)</sup> WTO, World Tourism Barometer, 2004, 2(1).

---

In den USA und China nähert sich die Wirtschaft den Kapazitätsgrenzen, so dass die Inflation stimuliert wird. Für die USA wird für heuer eine Inflationsrate knapp unter 3 % erwartet. Daraus dürften Maßnahmen der Notenbank zur schrittweisen Anhebung der Zinssätze resultieren.

Die vorliegenden Prognosen sind vor dem Hintergrund von Unsicherheitsfaktoren zu betrachten, die besondere Relevanz für den Euro-Raum haben. Während in den USA und Asien die Wirtschaft sehr rasch wächst, befindet sich der Euro-Raum in einer Konjunkturschwäche. Unsicherheit geht von dem gegenwärtig hohen Erdölpreis aus. Allerdings werden weder darin noch im Euro-Kurs die entscheidenden Hemmnisse gesehen, da sich die Exporte durchaus günstig entwickeln.

Im Euro-Raum ist trotz Export- und Gewinnsteigerungen eine verhaltene Entwicklung der Konsum- und Investitionsausgaben zu erkennen.

Das reale BIP konnte hier im abgelaufenen Jahr um 2 % gesteigert werden, wobei diese Zunahme durch die Auslandsnachfrage gestützt wurde. Dieser Umstand wird speziell in Deutschland und Italien deutlich, wo die Inlandsnachfrage sogar stagnierte.

Für das laufende Jahr zeichnet sich im Euro-Raum eine etwas schwächere Dynamik ab. Die gesamtwirtschaftliche Produktion dürfte im Vorjahresvergleich um 1½ % bis 1¾ % steigen. Die von der Auslandsnachfrage ausgehenden Impulse lassen nach, ein tragender Aufschwung von Konsum und Wohnbau ist nicht absehbar. Die Investitionstätigkeit sollte jedoch durch die stark verbesserte Ertragslage der Unternehmen stimuliert werden. Unter der Annahme eines Rückgangs der Erdölpreise und des Euro-Kurses wäre für 2006 mit einem Wachstum von mehr als 2 % für den Euro-Raum zu rechnen.

Insgesamt konnte in Deutschland das reale Bruttoinlandsprodukt im Jahr 2004 um 1,6 % gesteigert werden. Trotz dämpfender Wirkung der Euro-Aufwertung nahm die Warenausfuhr der deutschen Unternehmen um 10 % zu, wobei die Exporte nach Asien, in die OPEC-Länder aber auch in den Euro-Raum kräftig wuchsen. In Letzterem profitierte Deutschland von einer verbesserten Wettbewerbsposition aufgrund unterdurchschnittlicher Lohn- und Preissteigerungen.

Den zu Jahresbeginn 2004 umgesetzten Steuerentlastungen wirkten die belastenden Effekte der Gesundheitsreform und die Energieverteuerung entgegen, was in der Folge zu einer Einschränkung bei den Ausgaben der privaten Haushalte führte. Die mangelnde Investitionsbereitschaft und die damit verbundene Zurückhaltung bei der Neueinstellung von Arbeitnehmern seitens der Unternehmen bewirkt eine nur

---

mäßige Konjunkturerholung: Für das heurige Jahr wird ein Wachstum zwischen + ½ % und + 1½ % prognostiziert. Eine tragende Rolle wird dabei der Investitionstätigkeit zugeschrieben, während auf die Entwicklung des privaten Konsums – trotz neuerlicher Steuerentlastung – die Verunsicherung der Konsumenten durchschlägt.

Die österreichische Wirtschaft entwickelt sich günstiger als im Euro-Raum. Positive Impulse gehen von der realisierten Steuerreform aus. Für die Jahre 2005 und 2006 ist jeweils ein Wirtschaftswachstum von 2¼ % zu erwarten. Als Auslöser dieser Steigerung gelten der aufgrund von Einkommenssteuersenkung und Beschäftigungsausweitung begünstigte private Konsum und die Bautätigkeit. Als Indikator für die positive Entwicklung der Baubranche gilt die gute Auftragslage.

Im heurigen Jahr wird die Inflationsrate auf 2,5 % ansteigen, 2006 wird eine Entspannung der Lage und ein Sinken der Verbraucherpreise auf 1,8 % erwartet.

Trotz Schaffung neuer Arbeitsplätze stagnierte die Zahl der Arbeitslosen. Dies ist auf eine starke Ausweitung des Arbeitskräfteangebotes durch Einbürgerungen und auf die Pensionsreform zurückzuführen. Zusätzliche ausländische Arbeitskräfte kommen vor allem aus Deutschland, während gleichzeitig immer weniger Österreicher in Deutschland arbeiten.

Nach Ablauf der Investitionszuwachsprämie per Ende 2004 ist heuer mit einer geringeren Steigerung der Investitionen (vor allem bei Maschinen und Fahrzeugen) zu rechnen. Das verlangsamte Wachstum des Welthandels wird heuer eine Dämpfung der Auslandsnachfrage bewirken.

## 2.3 Entwicklungslinien der Branche

### 2.3.1 Nachfrageseite

Daten zur Struktur des touristischen Konsums nach Gütern bzw. Dienstleistungen liegen aktuell nur für das Jahr 2003 vor. Wie in den bisherigen Berechnungen entfällt der größte Teil der Einnahmen aus dem internationalen Reiseverkehr und der privaten Ausgaben der Österreicher für Tourismus und Freizeit im Inland auf das Beherbergungs- und Gaststättenwesen sowie auf den Transportsektor.<sup>4)</sup>

---

<sup>4)</sup> Aufgrund des hohen Detailgrades ist die vorliegende Berechnung nicht konsistent mit dem TSA-Konzept.

Übersicht 2: Aufwendungen für Tourismus und Freizeitwirtschaft in Österreich im Jahr 2003						
	Inländer	Ausländer <sup>1)</sup>	Insgesamt <sup>1)</sup>	Inländer	Ausländer <sup>1)</sup>	Insgesamt <sup>1)</sup>
	In 1.000 €			Anteile in %		
01 Nahrungsmittel, antialkoholische Getränke	481.854	1.174.545	1.656.399	1,83	8,01	4,04
02 Tabak, alkoholische Getränke, Narkotikum	188.552	459.604	648.156	0,71	3,14	1,58
03 Kleidung und Schuhe	1.627.018	714.940	2.341.958	6,17	4,88	5,71
04 Einrichtung	276.302	306.403	582.705	1,05	2,09	1,42
05 Gesundheit	83.801	204.268	288.069	0,32	1,39	0,70
06 Transport	3.938.085	1.633.642	5.571.727	14,93	11,14	13,58
Individualtransport	2.244.253	654.150	2.898.403	8,51	4,46	7,06
Öffentlicher Transport	1.693.832	979.492	2.673.324	6,42	6,68	6,51
07 Kommunikation	364.898	204.268	569.167	1,38	1,39	1,39
08 Foto-, Kino-, Fernseh- und Rundfunkgeräte	2.242.692	216.324	2.459.016	8,50	1,48	5,99
09 Sport	2.441.130	235.081	2.676.210	9,25	1,60	6,52
10 Kultur, Bildung, Unterhaltung	3.451.718	244.933	3.696.651	13,09	1,67	9,01
11 Glücksspiel	1.071.619	103.366	1.174.985	4,06	0,71	2,86
12 Reisebüros	2.830.593	273.031	3.103.624	10,73	1,86	7,56
13 Restaurants und Unterkunft	6.893.417	8.512.543	15.405.960	26,13	58,07	37,54
14 Übrige Waren	485.773	377.051	862.823	1,84	2,57	2,10
Summe 01-142)	26.377.452	14.660.000	41.037.452	100,00	100,00	100,00
Aufwendungen übernachtender inländischer Touristen für Geschäftsreisen	1.007.705	–	1.007.705			
Aufwendungen inländ. Tagesbesucher	4.931.565	–	4.931.565			
Aufwendungen der Inländer in Wochenendhäusern und Zweitwohnungen	887.705	–	887.705			
Tourismus und Freizeitwirtschaft in Österreich insgesamt	33.204.427	14.660.000	47.864.427			

Quelle: OeNB, VGR, WIFO. Rundungen können Rechendifferenzen ergeben. – <sup>1)</sup> Einschließlich des internationalen Personentransportes. – <sup>2)</sup> Inländer: Aufwendungen übernachtender Touristen für Urlaubsreisen und Aufwendungen für den Freizeitkonsum am Wohnort.

Demnach entfielen im Jahr 2003 37,5 % der Gesamtaufwendungen (hier: Summe der 14 Verbrauchsgruppen) bzw. 15,41 Mrd. EUR auf Restaurants und Unterkunft. Davon wurden mit 10,90 Mrd. EUR oder 70,8 % der Großteil für Verpflegung ausgegeben.

Der Transport machte mit 5,57 Mrd. EUR einen Anteil von 13,6 % an den Gesamtausgaben aus, wobei die Aufwendungen für den Individualverkehr (2,90 Mrd. EUR) über jenen für den öffentlichen Transport (2,67 Mrd. EUR) lagen.

Für Foto-, Kino-, Fernseh- und Rundfunkgeräte wurden 2003 insgesamt 2,46 Mrd. EUR ausgegeben, wobei 87,6 % auf den Freizeitkonsum der Inländer am Wohnort entfielen.



Die Aufwendungen für Kultur, Bildung und Unterhaltung (einschließlich Museumsbesuche) beliefen sich auf 3,70 Mrd. EUR bzw. 9 % der Gesamtaufwendungen. Über 93 % dieser Ausgaben wurden von Inländern getätigt. Mit 40,5 % machen die Ausgaben für Zeitungen, Zeitschriften und Bücher den Großteil dieser Aufwandsgruppe aus.

Für Sport (Sportausrüstung und -dienstleistungen, Bäder, Saunen, Solarien) wurden 2,68 Mrd. EUR ausgegeben, und zwar fast zur Gänze (91,2 %) von Inländern.

Die Ausgaben für Kleidung und Schuhe beliefen sich auf 2,34 Mrd. EUR oder 5,7 % der Gesamtaufwendungen.

Von den verbleibenden Aufwendungen machten die Leistungen der Reisebüros mit 3,10 Mrd. EUR den größten Teil aus, 91,2 % davon entfielen auf die Inländer.

### **2.3.2 Angebotsseite**

Das Beherbergungs- und Gaststättenwesen umfasste laut Leistungs- und Strukturhebung des Jahres 2002 etwa 43.100 Betriebe. Die Bruttowertschöpfung des Sektors zu Herstellungspreisen belief sich im vergangenen Jahr auf 9,73 Mrd. EUR (2003: 9,28 Mrd. EUR), der Anteil des Sektors an der Summe der Wirtschaftsbereiche betrug damit wie im Jahr zuvor 4,6 %.

Im Jahresdurchschnitt 2004 beschäftigte die Branche 159.000 unselbstständige Arbeitnehmer (ohne Berücksichtigung von Karenzgeld- bzw. Kinderbetreuungsgeldbeziehern und Präsenzdienern) sowie 34.300 Selbstständige. Die Arbeitslosenquote des Beherbergungs- und Gaststättenwesens betrug laut ÖNACE-Klassifizierung 17,8 %.

Der seit 1990 anhaltende Trend zur Qualitätsverbesserung setzte sich auch im abgelaufenen Jahr fort: Die 5-/4-Sterne-Betriebe erfuhren einen Bettenzuwachs, während die Kapazität der 3-Sterne-Betriebe stagnierte und jene der 2-/1-Sterne-Betriebe sowie der Privatunterkünfte einen Rückgang erfuhr.

Während die kontinuierliche Steigerung der Bettenzahl bei den 5-/4-Sterne-Betrieben seit 1990 zu einem Gesamtzuwachs von 55 % im Winter und 44,2 % im Sommer führte, halbierten sich in beiden Saisonen die Kapazitäten der 2-/1-Sterne-Betriebe. Bei den Privatunterkünften wurden im selben Zeitraum 41,4 % des Winter- und 49,4 % des Sommerbestandes abgebaut. Die Betriebe der 3-Sterne-Kategorie zeigen langfristig

eine Stagnation, wobei für den Winter Zuwachs-, für den Sommer Abbautendenzen erkennbar sind.

Die durchschnittliche Kapazitätsauslastung über alle Unterkunftsarten lag im Winter 2003/04 mit 33 % (2003: 32,5 %) um fast 4 Prozentpunkte über jener der Sommersaison 2004 (29,1 %; 2003: 29,6 %). Während sich im Vorjahresvergleich die Auslastung im Sommer für alle Unterkunftsarten rückläufig entwickelte, traf dies im Winter nur auf die 1- bis 3-Sterne-Betriebe zu. Die höchste Bettenauslastung wurde in beiden Saisonen (Winter: 38 %, Sommer: 36,9 %) in der 5-/4-Sterne-Kategorie erreicht.

### 2.3.3 Tourismusdestination Österreich im internationalen Wettbewerb

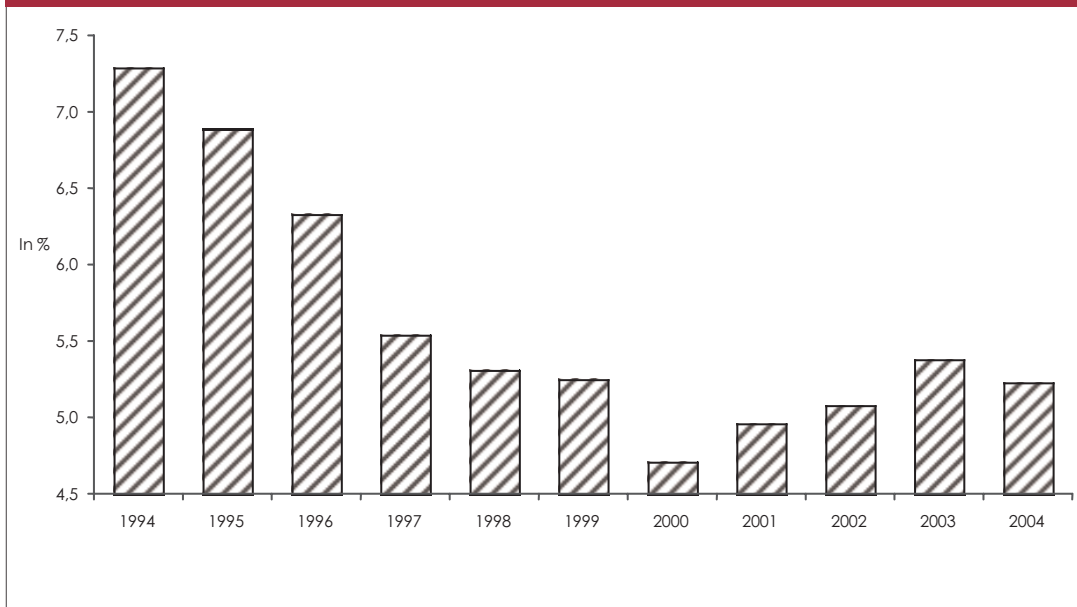
Die nominell stagnierenden Tourismusexporte (ohne internationalen Personentransport; real: - 2,8 %) führten im Jahr 2004 zu leichten Marktanteilsverlusten im internationalen europäischen<sup>5)</sup> Tourismus. Damit wurde die seit dem Jahr 2000 grundsätzlich positive Entwicklung kurzfristig unterbrochen. Seit 2000 ist der österreichische Marktanteil von 4,7 % auf 5,2 % bzw. um 11 % gestiegen.

Aus der EU-15 zählten Schweden (- 9,4 %), Dänemark (- 6,9 %), Finnland (- 4,2 %) und die Niederlande (- 4 %) zu den größten Verlierern, kräftige Marktanteilsgewinne hingegen verbuchten Großbritannien (+ 7,1 %), Portugal (+ 6,4 %) und Griechenland (+ 6 %). Von den zehn neuen EU-Mitgliedstaaten konnten Litauen (+ 16,7 %), Polen (+ 14,7 %) und Slowenien (+ 5,9 %) ihre Position am internationalen europäischen Tourismus besonders stark ausbauen, beträchtliche Marktanteilsverluste mussten die Slowakei (- 15,2 %) und Ungarn (- 12,9 %) hinnehmen.

---

<sup>5)</sup> Siehe Fußnote 1.

Abbildung 2: Entwicklung des nominellen Marktanteils Österreichs im internationalen europäischen<sup>1)</sup> Tourismus



Quelle: IMF, OeNB, WTO, WIFO. Ohne internationalen Personentransport. 2004: Schätzung. – <sup>1)</sup> EU-25, Norwegen, Island, Schweiz und Türkei.

### 2.3.4 Prognose 2005 und 2006

In der abgelaufenen Wintersaison 2004/05 entwickelten sich die Tourismusumsätze eher moderat, was jedoch in Anbetracht der folgenden Gesichtspunkte relativiert werden muss: Bei einem direkten statistischen Vergleich mit den Vorjahreswerten gilt es, das Rekordniveau der Wintersaison 2003/04 (+ 5,7 %) zu bedenken, aufgrund dessen auch ein geringer Zuwachs als deutlicher Erfolg gewertet werden kann. Dies gilt umso mehr, als zusätzliche dämpfende Effekte aufgrund der vom deutschen Markt ausgehenden Nachfrageprobleme verkraftet werden müssen. Letzteres muss auch in Bezug auf die Einschätzung der Sommersaison 2005 berücksichtigt werden, zumal die anhaltende Kauf- bzw. Konsumzurückhaltung der Deutschen Probleme bereiten dürfte. Vor dem skizzierten Hintergrund ist deshalb der für den Jahresdurchschnitt 2005 erwartete Zuwachs der internationalen Tourismusumsätze (laut TSA-Konzept) in der Größenordnung von 3 % als beachtliche Leistung zu betrachten. Etwas stärker als die Ausgaben der ausländischen Besucher werden die Aufwendungen der Inländer (einschließlich der Ausgaben im Zuge von Aufenthalten in Wochenendhäusern und Zweitwohnungen; 3½ %) expandieren. Für den nicht-touristischen Freizeitkonsum der Österreicher am Wohnort wird mit + 4½ % eine höhere Zuwachsrate erwartet als für den touristischen Konsum ausländischer und inländischer Gäste (+ 3¼ %). Insgesamt

---

betrachtet wird der Tourismus- und Freizeitmarkt in Österreich im Jahr 2005 somit eine Steigerung von knapp 4 % erfahren und ein Volumen von rund 51,2 Mrd. EUR erreichen.

Aufgrund der für 2006 erwarteten konjunkturellen Belebung in unseren wichtigen europäischen Herkunftsmärkten wird eine Steigerung der Tourismusumsätze laut TSA-Konzept um gut 5 % erwartet, der nicht-touristische Freizeitkonsum wird im Gegensatz zum Jahr 2005 mit 4 % schwächer wachsen als die Tourismuseinnahmen. Damit wird die gesamte Tourismus- und Freizeitwirtschaft im Jahr 2006 einen Zuwachs von 4½ % erfahren, so dass Umsätze in der Größenordnung von etwa 53,6 Mrd. EUR realisiert werden können.

## **2.4 Rechtliche Maßnahmen**

### **2.4.1 Ausländerbeschäftigungsgesetz (Saisoniermodell)**

Aufgrund des Übergangsarrangements zur Arbeitnehmerfreizügigkeit findet das Ausländerbeschäftigungsgesetz während einer Übergangsfrist von 2+3+2 (max. sieben) Jahren auch auf die Zulassung neuer EU-Bürger Anwendung. Arbeitgeber, die Arbeitskräfte aus neuen EU-Mitgliedstaaten (Ausnahme: Zypern und Malta) beschäftigen möchten, brauchen weiterhin eine arbeitsmarktbehördliche Genehmigung. Zugelassene neue EU-Bürger werden daher auch weiterhin auf die Ausländerhöchstzahlen und auf die Saisonkontingente angerechnet.

Aufgrund des Beitrittsvertrages ist Österreich jedoch verpflichtet, neue EU-Bürger bei der Zulassung zum Arbeitsmarkt gegenüber Drittstaatsangehörigen generell zu bevorzugen (sog. Gemeinschaftspräferenz). Dementsprechend sehen auch die Saisonverordnungen für den Tourismus seit dem Wintertourismus 2003/04 ausdrücklich einen Vorrang für neue EU-Bürger bei der Erteilung von Kontingentbewilligungen vor (BGBl. II Nr. 533/2003, 193/2004, 398/2004, 423/2004). Das Arbeitsmarktservice ist angewiesen, die den neuen Mitgliedstaaten sehr wichtige Gemeinschaftspräferenz konsequent umzusetzen.

## 2.4.2 Betrieb von Schleppliften

Mit der Gewerbeordnung 2004 (BGBl. I Nr. 131/2004) wurde neben den Eisenbahnen und Seilbahnen auch der Betrieb von Schleppliften, soweit auf diese das Seilbahngesetz 2003, BGBl. I Nr. 103 anzuwenden ist, von der Gewerbeordnung und damit von einer gewerbebehördlichen (Betriebsanlagen-)Genehmigung ausgenommen.

## 2.4.3 Novelle zum Mutterschutzgesetz (MSchG) und Väter-Karenzgesetz (VKG) - Elternteilzeit (BGBl. I Nr. 123/2004)

Seit 1.7.2004 besteht nunmehr in Betrieben mit mehr als 20 Arbeitnehmer/innen ein Anspruch auf Teilzeitbeschäftigung dem Grunde nach längstens bis zum 7. Geburtstag des Kindes bzw. bis zu einem späteren Schuleintritt, wenn das Arbeitsverhältnis zum Zeitpunkt des Antritts der Teilzeitbeschäftigung ununterbrochen mindestens drei Jahre gedauert hat (Zeiten einer Karenz nach dem MSchG bzw. VKG werden eingerechnet). Die Ausgestaltung der Teilzeitbeschäftigung, d. h. Beginn, Dauer, Ausmaß und Lage der Arbeitszeit, ist mit dem/der Arbeitgeber/in zu vereinbaren.

Besteht kein Anspruch auf Teilzeitbeschäftigung, kann eine solche einschließlich Beginn, Dauer, Ausmaß und Lage der Teilzeitbeschäftigung längstens bis zum 4. Geburtstag des Kindes mit dem/der Arbeitgeber/in vereinbart werden.

Für kleinere Betriebe besteht die Möglichkeit, durch Betriebsvereinbarung einen Anspruch auf Teilzeitbeschäftigung festzulegen. Schließlich soll durch eine neue Beihilfe im Arbeitsmarktförderungsgesetz ein Anreiz für solche Betriebe geboten werden, Teilzeitarbeit für Eltern von Kleinkindern zu ermöglichen und zusätzliche Arbeitsplätze zu schaffen.

## 2.4.4 Novelle zum Gleichbehandlungsgesetz (BGBl. I Nr. 65/2004)

Seit 1.7.2004 gilt das neue Gleichbehandlungsrecht. Das bisherige Gleichbehandlungsgesetz, das die Gleichbehandlung von Frauen und Männern im Arbeitsleben in der Privatwirtschaft regelt, wurde um eine Reihe von Gründen erweitert, aus denen ein Mensch nicht benachteiligt werden darf.

Anlass dafür war die Umsetzung der Anti-Diskriminierungsrichtlinien der EU. Des Weiteren wurde die geänderte Gleichbehandlungsrichtlinie umgesetzt.

---

Das Gleichbehandlungsgesetz enthält nunmehr ein Diskriminierungsverbot in der Arbeitswelt in Bezug auf Geschlecht, ethnische Zugehörigkeit, Religion oder Weltanschauung, Alter und sexuelle Orientierung. Bei Verstößen gegen dieses Diskriminierungsverbot sind Sanktionen in Form von Schadenersatzansprüchen vorgesehen, wobei regelmäßig auch der immaterielle Schaden zu ersetzen ist. Für einzelne Tatbestände ist auch eine Schadenersatzuntergrenze geregelt.

In Bezug auf das Diskriminierungsmerkmal ethnische Herkunft ist ein Diskriminierungsverbot auch außerhalb der Arbeitswelt, nämlich in wichtigen Bereichen öffentlicher Dienstleistungen wie Sozialschutz und Bildung und darüber hinaus auch beim Zugang zu Gütern und Dienstleistungen vorgesehen. Auch hier ist als Sanktion ein Schadenersatzanspruch normiert.

#### **2.4.5 Besteuerung von Trinkgeld**

Zur bisher geltenden Rechtslage kann festgehalten werden, dass Trinkgelder, die unselbständig Beschäftigte erhalten, steuerpflichtigen Arbeitslohn darstellen, jedoch nicht dem Lohnsteuerabzug durch den Arbeitgeber unterliegen. Für Trinkgelder gilt der "Veranlagungsfreibetrag". Dies bedeutet, dass Trinkgelder (und "andere Einkünfte") bis zu einem jährlichen Gesamtbetrag von 730 EUR zu keiner Pflichtveranlagung führen und daher steuerfrei sind.

Im Zuge einer öffentlichen Diskussion im Jahr 2004 ist vom Bundesministerium für Finanzen (BMF) eine generelle Pauschalbesteuerung für Trinkgelder, sowohl bei Kreditkarten- als auch bei Barzahlung, in Anlehnung an die bestehende Rechtslage in der Sozialversicherung vorgeschlagen worden. Dieses Vorhaben des BMF hat heftige Reaktionen der Wirtschaft und der Arbeitnehmervertreter ausgelöst, die sich beide für eine Steuerbefreiung nach deutschem Vorbild ausgesprochen haben.

Das BMF hat dieser Forderung nun nachgegeben. Mittlerweile ist ein entsprechender Abänderungsantrag zum Einkommensteuergesetz 1988 im Parlament beschlossen worden. Demnach werden aus Gründen der Verfahrensökonomie alle von dritter Seite freiwillig an Arbeitnehmer gewährten ortsüblichen Trinkgelder - somit auch Trinkgelder, die über Kreditkarte bezahlt werden - zur Gänze lohn- bzw. einkommensteuerfrei gestellt. Die Sozialversicherungspflicht für Trinkgelder bleibt weiterhin bestehen.



## 2.4.6 EU-Recht

Obwohl auf europäischer Ebene derzeit keine Kompetenz für Rechtsetzung im Tourismus besteht, wird Tourismus als Querschnittsmaterie natürlich von einer Reihe von rechtlichen Maßnahmen betroffen, die ihren Ursprung in anderen Politikbereichen der Europäischen Union haben.

Im Entwurf für eine Verfassung für Europa sind im Artikel I-17 jene Bereiche aufgezählt, in denen die Union die Durchführung von Unterstützungs-, Koordinierungs- und Ergänzungsmaßnahmen beschließen kann - darunter auch im Tourismus. Im Artikel III-281 wird dieser Bereich spezifiziert.

### *Artikel III-281*

*(1) Die Union ergänzt die Maßnahmen der Mitgliedstaaten im Tourismussektor, insbesondere durch die Förderung der Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen der Union in diesem Sektor.*

*Die Union verfolgt zu diesem Zwecke mit ihrer Tätigkeit das Ziel,*

- a) die Schaffung eines günstigen Umfelds für die Entwicklung der Unternehmen in diesem Sektor anzuregen;*
- b) die Zusammenarbeit zwischen den Mitgliedstaaten insbesondere durch den Austausch bewährter Praktiken zu unterstützen.*

*(2) Durch Europäisches Gesetz oder Rahmengesetz werden unter Ausschluss jeglicher Harmonisierung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten die spezifischen Maßnahmen zur Ergänzung der Maßnahmen festgelegt, die die Mitgliedstaaten zur Verwirklichung der in diesem Artikel genannten Ziele durchführen.*

## 2.5 Reisewirtschaft

### 2.5.1 Reisebüros und Reiseveranstalter

In Österreich üben derzeit rund 2.400 Betriebe das Reisebürogewerbe aus. Davon treten rund 600 als Reiseveranstalter auf.

Der Incoming- und Outgoing-Bereich brachte mit rund 10.500 Mitarbeiter/innen einen Umsatzerlös von rund 3 Mrd. EUR.

Einen wesentlichen Beitrag für den heimischen Tourismus leisten die Incoming-Reisebüros mit 22 Mio. gebuchten Nächtigungen und einem Umsatz von 876 Mio. EUR. 2004 betrug die durchschnittliche Reisedauer der Österreicher/innen elf Tage (2003 waren es noch 12,5 Tage). Ein Trend zu immer kürzeren Reisen zeichnet sich ab.

**Incoming-Tourismus:**

2004 wurden bei den Nächtigungen von Gästen der drei größten Herkunftsmärkte (Deutschland, Österreich und Niederlande) leichte Rückgänge verzeichnet. Mitunter starke Steigerungsraten wiesen vor allem die Fernmärkte sowie die zentral- und ost-europäischen Märkte (Ausnahme: Polen) auf.

**Outgoing-Tourismus:**

Die beliebteste Urlaubsdestination der Österreicher/innen im Jahr 2004 war Italien gefolgt von Griechenland, Kroatien, Spanien und Türkei.

**Reisebürosicherungsverordnung (RSV):**

In intensiven Gesprächsrunden wird im BMWA an der Ausarbeitung eines neuen Insolvenzabsicherungssystems für Reisebüros gearbeitet, welches auf eine bessere Verteilung des Risikos in Insolvenzfällen Bedacht nimmt. Aufgrund des Ausstiegs der beiden größten am österreichischen Markt tätigen Versicherungsunternehmen (Europäische Reiseversicherung AG und ELVIA Reiseversicherung AG) mit 1.1.2006 aus der Insolvenzabsicherungsgeschäftssparte muss vor allem für diejenigen Reisebüros, die als Absicherung gemäß RSV eine Versicherung bei einem der beiden Versicherungsunternehmen gewählt haben, eine Folgelösung gefunden werden.

**Inkrafttreten der EG-VO Nr. 261/2004 mit 17. Februar 2005:**

Diese EG-VO regelt Ausgleichs- und Unterstützungsleistungen für Fluggäste im Fall der Nichtbeförderung und bei Annullierung oder großer Verspätung von Flügen. Mit Inkrafttreten dieser Verordnung wurde die EWG-VO Nr. 295/91 aufgehoben. Wesentliche Änderungen zur Verordnung 295/91 sind einerseits die Einbeziehung von Pauschalreisen im Linien- und Charterverkehr in den Geltungsbereich der EG-VO 261/2004 (sofern nicht die Pauschalreiserichtlinie bzw. deren nationale Umsetzung zu tragen kommt) und andererseits die Ausweitung des Regelungsbereiches der Mindestrechte für Fluggäste in Fällen der Nichtbeförderung gegen den Willen des Fluggastes und bei Annullierung oder großer Verspätung von Flügen.

## 2.5.2 Tourismus-Servicestelle

Die Tourismus-Servicestelle im BMWA steht seit 1997 als zentrale Anlaufstelle für alle Anfragen, Beschwerden, Informationen, Auskünfte und sonstige den Tourismus betreffenden Angelegenheiten den Inlands- und Auslandsreisenden, den Unternehmen, den Behörden und Institutionen zur Verfügung.

Die Tourismus-Servicestelle bearbeitet jährlich etwa 1.000 - 1.500 Anfragen und Beschwerden. Als besonderes Service bietet sie die kostenlose Vermittlung in

Streitfällen zwischen der Touristikbranche (Hotellerie, Gastronomie, Reiseveranstalter) und den Reisenden an.

Rund 2/3 aller Beschwerdefälle bei der Tourismus-Servicestelle betreffen Incoming Tourismus, wovon rund die Hälfte auf Beherbergungsbetriebe entfällt.

Knapp 1/3 aller Beschwerdeführer nahmen Probleme bei Auslandsreisen (mangelnde Prospektwahrheit, Überbuchungen, Flugverspätungen im Charter- wie auch im Linienverkehr) zum Anlass, sich an die Tourismus-Servicestelle zu wenden. Nicht enthalten sind Anfragen zu besonderen Krisen/Anlässen während des letzten Jahres (z. B.: Flutkatastrophe in Südostasien und Probleme im Zusammenhang mit Internetbuchungen).

Auch die heimischen Tourismusunternehmen haben immer mehr die Dienste der Tourismus-Servicestelle in Anspruch genommen, um Reibungsverluste im Zusammenhang mit Gästebeschwerden hintanzuhalten.

Insgesamt können sowohl die Zusammenarbeit mit der gesamten heimischen Reisebranche als auch mit den österreichischen Tourismusunternehmen sowie den regionalen und überregionalen Tourismusverbänden bei der kulanten Abwicklung der Beschwerden als vorbildlich und sehr verantwortungsvoll bezeichnet werden. Dadurch konnten enttäuschte Gäste zufrieden gestellt und als Stammkunden wieder gewonnen werden.

## **2.6 Wirtschaftliche Lage der Betriebe**

### **2.6.1 Die wirtschaftliche Lage der Hotellerie**

#### **2.6.1.1 Die Entwicklung der Einnahmen**

Die durchschnittlichen Einnahmen pro Unternehmen in der 3-Sterne-Kategorie, die bei etwa 580.000 EUR p.a. liegen, konnten nicht gesteigert werden, was auch für die Unternehmen der 5/4-Sterne-Kategorie zutrifft, wo die durchschnittlichen Einnahmen bei etwa 1,3 Mio. EUR liegen.

Die Entwicklung verlief einnahmenseitig sehr unspektakulär: Sowohl Auslastung und Preise im Beherbergungsbereich als auch Sitzplatzerlöse im Verpflegungsbereich

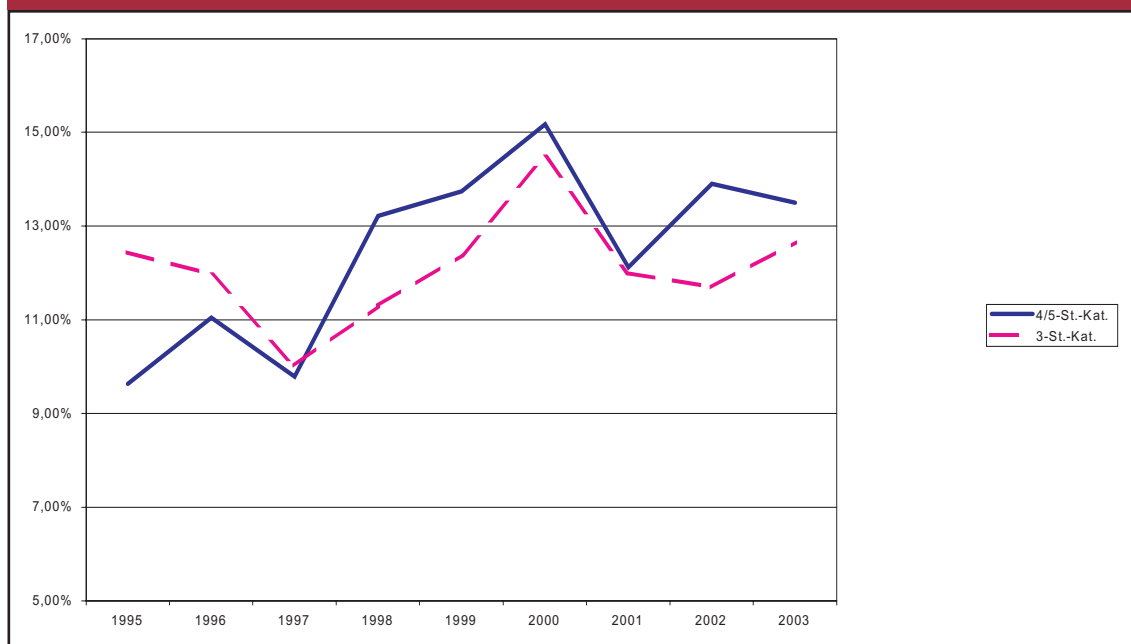
bewegten sich auf dem Vorjahresniveau. Die einnahmenseitige Stagnation verbunden mit einer Inflationierung der Ausgaben hat jedoch in der Folge das Betriebsergebnis vor Zinsen belastet.

Insgesamt setzte sich jedoch der Trend zu höherer Qualität auch im Jahr 2004 fort. Die Unternehmen des höheren Qualitätsniveaus sind dabei, die minderen Qualitäten zu überholen. Die heimische Hotellerie entwickelt sich sowohl nachfrage- als auch angebotsseitig hin zum Hochpreissegment.

### 2.6.1.2 Die Entwicklung des Cashflows

Das operative Ergebnis (ausgedrückt als Cashflow vor Zinsen) hat aufgrund der oben genannten Gründe langfristig eine rückläufige Entwicklung genommen. Jedoch unter Berücksichtigung der in den letzten Jahren äußerst niedrigen Zinsen (Cashflow nach Zinsen) zeigt nachstehende Darstellung eine weitgehend stabile Ertragskraft.

Abbildung 3: Entwicklung des Cashflows nach Zinsen (in % der Einnahmen)



Quelle: ÖHT

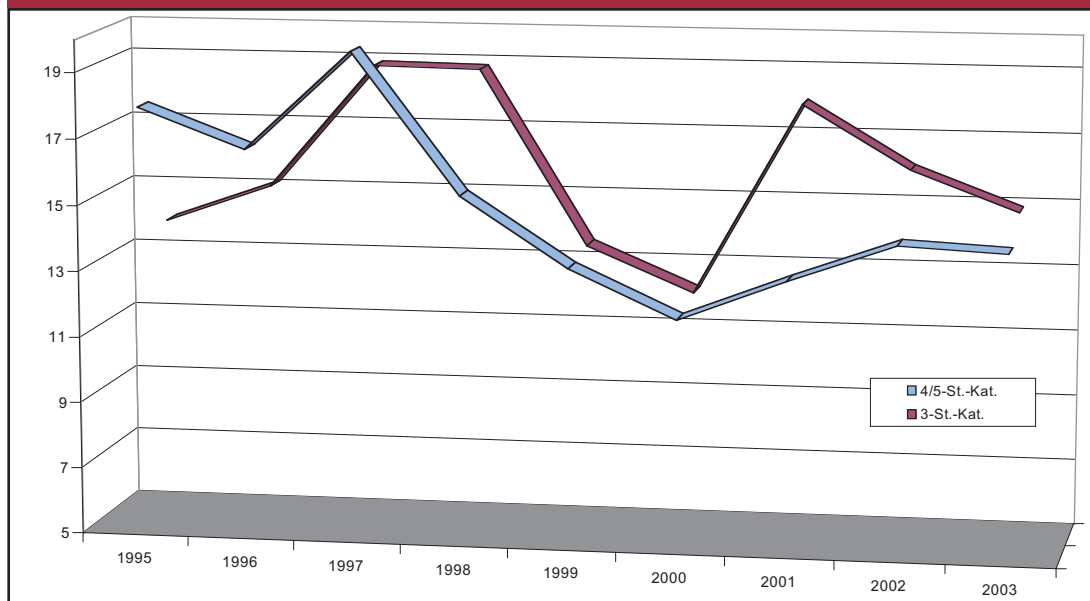
### 2.6.1.3 Die wirtschaftliche Stabilität der Hotellerie

Betrachtet man die dynamischen Kennzahlen zur Verschuldung - das Fremdkapital wird zu Stromgrößen wie Umsatz oder Cashflow in Beziehung gesetzt - so ist eine weiter fortgesetzte Verbesserung der Bonitätslage bei den 3-Sterne-Betrieben, vor allem jedoch bei den 5/4-Sterne-Betrieben zu erkennen.

Am prägnantesten von allen Kennzahlen beschreibt das Verhältnis von Fremdkapital zu Cashflow das Maß der gegebenen Verschuldung. Diese Kennzahl wird auch als "dynamischer Verschuldungsgrad" oder "fiktive Fremdkapitalrückzahlungsdauer" bezeichnet, da das Ergebnis auch als jene Zeitspanne interpretiert werden kann, die erforderlich ist, die gesamten Fremdmittel aus dem Cashflow zurückzuführen. Derzeit können im Durchschnitt sowohl die Unternehmen der 3-Sterne- als auch die der 5/4-Sterne-Kategorie die vom Unternehmens-Reorganisations-Gesetz (URG) geforderte Grenze einhalten.<sup>6)</sup>

Ein wesentlicher Teil der Tourismuswirtschaft befindet sich nach wie vor in einer angespannten Situation, die derzeit nur aufgrund der günstigen Zinslandschaft nicht zu weitergehenden Schwierigkeiten führt. Es ist aber ersichtlich, dass in letzter Zeit wesentliche Erfolge in der Festigung der betrieblichen Stabilität erreicht werden konnten.

Abbildung 4: Entschuldungsdauer in Jahren (Fremdkapital/Cashflow nach Zinsen)



Quelle: ÖHT

<sup>6)</sup> Eine Entschuldung sollte entsprechend den Bestimmungen des URG in maximal 15 Jahren möglich sein.

---

Die betriebswirtschaftliche Analyse der Hotellerie lässt sich wie folgt zusammenfassen:

- Eine Zurückhaltung bei den Investitionen in den Jahren 2001 bis 2003 hat dazu beigetragen, die Verschuldung zu stabilisieren. Bedingt durch die gute Konjunktur und wohl auch das niedrige Zinsniveau haben Betriebe in der Folge Investitionsdefizite abgebaut, was allerdings auch wieder zu einer leichten Erhöhung der Verschuldung geführt hat.
- In einer langfristigen Betrachtung hat die verstärkte Nachfrage wieder zu einer Zunahme der Nächtigungen (von der die Unternehmen der höheren Qualitätsklassen mehr profitiert haben), einer verbesserten Auslastung und damit auch zu höheren Einnahmen geführt. Zusammen mit einer Entspannung auf der Zinsseite hat dies eine Verbesserung der wirtschaftlichen Ergebnisse der Betriebe bewirkt. Dies gilt für die Unternehmen der 3- und 5/4-Sterne-Kategorie in gleicher Weise.
- Die guten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen konnte die Hotellerie in verstärktem Umfang für eine fortgesetzte Stabilisierung nutzen. Vor allem den Unternehmen der 5/4-Sterne-Kategorie ist es gelungen, erstmals auch ein - wenn auch bescheidenes - positives bilanzielles Eigenkapital auszuweisen. Es werden allerdings einige Jahre mit sehr gutem Geschäftsgang erforderlich sein, um auch bei den 3-Sterne-Betrieben eine nachhaltige Verbesserung zu erreichen.
- Nach wie vor ist die Verschuldung ausgedrückt in statischen Kennzahlen hoch. Dynamische Kennzahlen (wie z. B. Entschuldungsdauer unter 15 Jahren) zeigen insgesamt ein positiveres Bild, so dass die Hotellerie im Durchschnitt die vom URG geforderten Kennzahlengrenzen erfüllen kann. Dies ist vor allem im Hinblick auf die künftig durch Basel II erhöhten Anforderungen an die Bonität bedeutsam.
- Mögliche Beeinträchtigungen wie z. B. durch geänderte Rahmenbedingungen werden unterschiedlich aufgenommen. Vor allem die Betriebe mit suboptimalen Betriebsgrößen und solche mit minderer Qualität werden weiter durch sich ändernde Rahmenbedingungen benachteiligt werden.
- Demgegenüber konnten die Qualitätsbetriebe ihr gutes wirtschaftliches Niveau im Wesentlichen halten. Diese Unternehmen konnten sich auch wirtschaftlich überdurchschnittlich entwickeln und sind die Hoffnungsträger für die weitere positive Entwicklung des Tourismus.

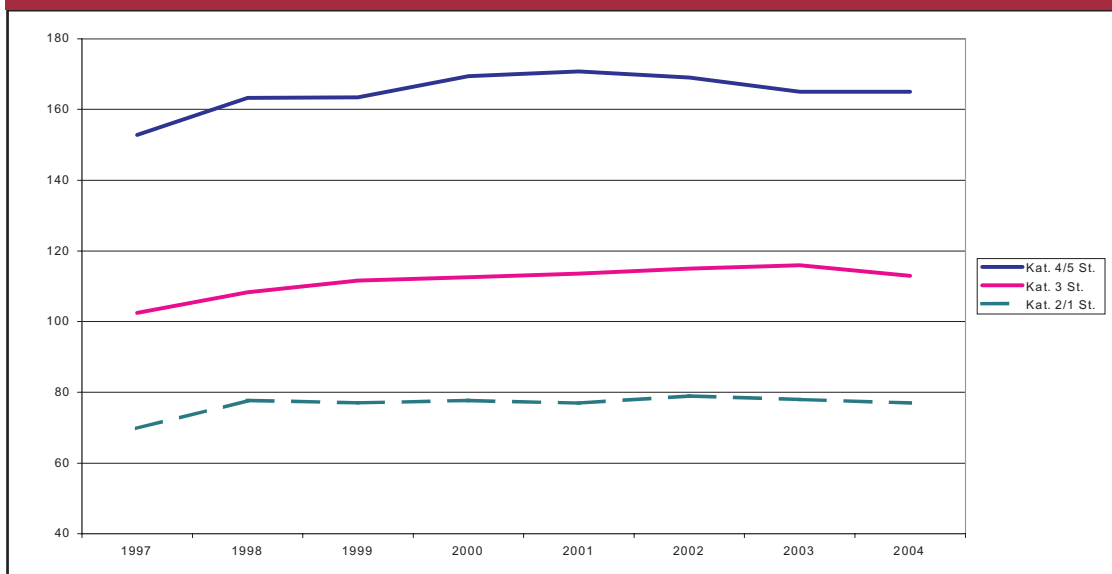
#### 2.6.1.4 Auslastung

Nachstehende Darstellung der Auslastung nach Vollbelegstagen (VBT) zeigt ein weitgehend unverändertes Bild im Zeitablauf. Während die Unternehmen der höheren Kategorie ihre Auslastung im Zeitablauf von 153 auf zuletzt rund 165 VBT verbessern konnten (3-Sterne-Betriebe von 103 auf 113 VBT), konnten die Betriebe der 2/1-Sterne-



Kategorie nur von 70 auf 77 VBT zulegen. Eine wirtschaftliche Betriebsführung ist allerdings bei dieser Auslastung nicht möglich.

Abbildung 5: Entwicklung der Auslastung nach Kategorien (in Vollbelegtagen)



Quelle: Tourismus in Zahlen, WKÖ, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft, 41. Ausgabe, März 2005

Die schon seit langem bestehende Kluft in den betriebswirtschaftlichen Ergebnissen zwischen Unternehmen minderer Qualität mit kleinen Betriebsgrößen und Unternehmen der oberen Kategorien mit wirtschaftlichen Betriebsgrößen bleibt bestehen. Dies zeigt sich auch an der Entwicklung der Zahl der Unternehmen der einzelnen Kategorien, die eine Steigerung bei der Zahl der oberen Qualitätsklassen, eine mehr oder weniger stagnierende Entwicklung bei den Unternehmen der 3-Sterne-Kategorie und starke Rückgänge bei der Zahl der Unternehmen minderer Qualität aufweist.

Sowohl die Entwicklung der Auslastung als auch der Zahl der Unternehmen zeigt, dass sich Österreich zum Qualitätstourismusland entwickelt. Der Umbau von Unternehmen hin zu qualitativ hochwertigem Angebot ist im Gang. Diese Unternehmen bieten aufgrund der höheren Auslastung und Offenhaltungszeit auch über einen längeren Zeitraum Arbeitsplätze an.

## 2.6.2 Die wirtschaftliche Lage der Gastronomie

### 2.6.2.1 Die Entwicklung von Einnahmen und Cashflow

Die Daten der heimischen Gastronomie (Restaurants, Gasthäuser, Imbiss-Stuben, Cafehäuser und Eissalons) zeigen folgendes Bild:

Tabelle 1: Entwicklung von Erfolgszahlen der Gastronomie<sup>7)</sup>

	2003	2002	2001
durchschnittliche Einnahmen in EUR	563.000,--	559.000,--	552.000,--
Umsatzveränderung gegenüber Vorjahr	0,7 %	1,4 %	3,2 %
Cashflow (vor Zinsen)	12,8%	10,1%	9,5 %
Cashflow (nach Zinsen)	9,7%	9,1 %	8,6 %

### 2.6.2.2 Die wirtschaftliche Stabilität der Gastronomie

Anhand der vom URG vorgegebenen Kennzahlen Eigenkapitalausstattung und Schuldentilgungsdauer wird die wirtschaftliche Stabilität der Gastronomiebetriebe beurteilt.

Tabelle 2: Entwicklung von Stabilitätskennzahlen der Gastronomie<sup>8)</sup>

	2003	2002	2001
Eigenkapitalausstattung	- 1,8 %	- 8,4 %	- 7,5 %
Schuldentilgungsdauer	10,2 Jahre	5,8 Jahre	6,5 Jahre

Das Ziel der Erreichung der positiven Eigenkapitalausstattung von 8 % wird bei weitem verfehlt. Es zeigt sich jedoch, dass - wohl im Hinblick auf die künftig notwendigen Eigenkapitalerfordernisse, die als Folge von Basel II für die weitere Finanzierung maßgeblich sein werden - die Unternehmen der Gastronomie - so wie auch der Hotellerie - erhebliche Anstrengungen machen müssen, um eine Verbesserung der Eigenkapitaldecke zu erreichen.

Das Erfordernis, die Schulden innerhalb von 15 Jahren rückführen zu können, wird im Durchschnitt gut erreicht - die Zahlen lassen im Bereich der Schuldentilgungsdauer allerdings eine Verschlechterung gegenüber dem Vorjahr erkennen.

<sup>7)</sup> Quelle: KMU Forschung Austria - Bilanzbranchenbild. Durch Ausweitung der Stichprobe (mehr Kleinbetriebe) sind die durchschnittlichen Einnahmen pro Betrieb im Vergleich zu den Daten im Lagebericht 2003 verändert. Trendanalysen können erst nach weiter gehenden Auswertungen angeboten werden, die für künftige Jahre vorgesehen sind.

<sup>8)</sup> Quelle: KMU Forschung Austria

Bei näherer Betrachtung der Kennzahlen ist auch für die Gastronomieunternehmen (ähnlich wie für die Hotellerie) festzustellen, dass der wirtschaftliche Erfolg und die unternehmerische Stabilität stark mit der Betriebsgröße korreliert. Auch in diesem Fall gilt, dass die Betriebsgröße zu den erfolgsentscheidenden Einflussgrößen gehört.

**Tabelle 3: Ausgewählte Kennzahlen 2003 der Gastronomie nach Größenklassen<sup>9)</sup>**

<b>Eigenkapitalausstattung (alle Unternehmen)</b>	<b>- 1,8 %</b>
Eigenkapitalausstattung (Umsatz bis 0,3 Mio. EUR)	- 18,9 %
Eigenkapitalausstattung (Umsatz 0,3 bis 0,5 Mio. EUR)	- 14,9 %
Eigenkapitalausstattung (Umsatz 0,5 – 1 Mio. EUR)	- 6,0 %
Eigenkapitalausstattung (Umsatz 1 – 2 Mio. EUR)	- 1,7 %
Eigenkapitalausstattung (Umsatz 2 – 4 Mio. EUR)	12,5 %
Eigenkapitalausstattung (Umsatz 4 – 7 Mio. EUR)	20,7 %
Eigenkapitalausstattung (Umsatz über 7 Mio. EUR)	17,4 %
<b>Schuldentilgungsdauer (alle Unternehmen)</b>	<b>10,2 Jahre</b>
Schuldentilgungsdauer (Umsatz bis 0,3 Mio. EUR)	negativ
Schuldentilgungsdauer (Umsatz 0,3 – 0,5 Mio. EUR)	11,2 Jahre
Schuldentilgungsdauer (Umsatz 0,5 – 1 Mio. EUR)	9,1 Jahre
Schuldentilgungsdauer (Umsatz 1 – 2 Mio. EUR)	7,0 Jahre
Schuldentilgungsdauer (Umsatz 2 – 4 Mio. EUR)	5,2 Jahre
Schuldentilgungsdauer (Umsatz 4 – 7 Mio. EUR)	7,1 Jahre
Schuldentilgungsdauer (Umsatz über 7 Mio. EUR)	3,9 Jahre

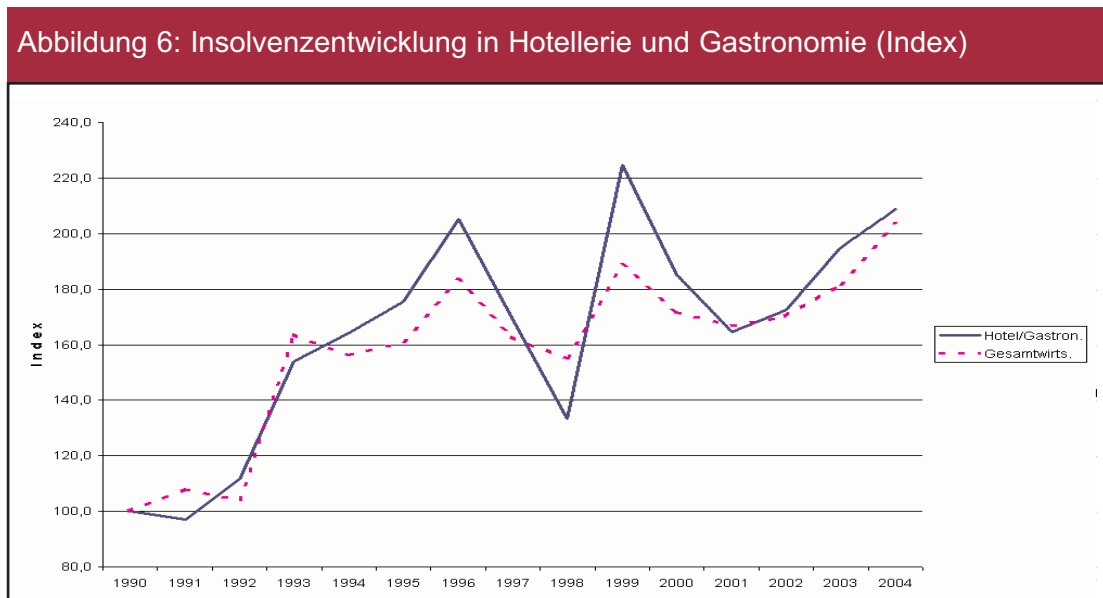
Unter diesem Gesichtspunkt ist der Schwerpunkt der Betriebsgrößenoptimierung sowohl im Bereich der TOP-Tourismus-Förderung als auch der Übernahme von Garantien für Tourismus- und Freizeitbetriebe als ein wichtiges förderungspolitisches Signal zur Erreichung wirtschaftlich gesunder, langfristig lebensfähiger Unternehmen zu sehen.

## 2.6.3 Die Insolvenzentwicklung in Hotellerie und Gastronomie

Die Entwicklung der Insolvenzen in der Gesamtwirtschaft sowie in der Hotellerie und Gastronomie ist durchwegs eine sehr ähnliche. Ab dem Jahr 1994 ist allerdings festzustellen, dass im Hotel- und Gastgewerbe die jeweilige Entwicklung deutlicher ausfällt. In einer Zeit rückläufiger Konjunktur ist die Zunahme an Insolvenzen größer, aber auch

<sup>9)</sup> Quelle: KMU Forschung Austria

bei einer Erholung, wie sie in den letzten beiden Jahren zu beobachten ist, fällt der Rückgang bei den Insolvenzen markanter aus.



Quelle: KSV

Somit zeigen die Zahlen der Insolvenzentwicklung, dass die im vergangenen Jahr flauere Konjunktur - die in der Gesamtwirtschaft die Insolvenzen steigen ließ - auch in der Hotellerie und Gastronomie zu einer verstärkten Zunahme bei den Insolvenzen geführt hat.

Erfreulich ist jedoch die Insolvenzquote (Zahl der Insolvenzen pro 100 lebende Unternehmen), die mit 1,58 % in der Hotellerie und Gastronomie deutlich geringer ausfällt als mit 1,90 % in der Gesamtwirtschaft.

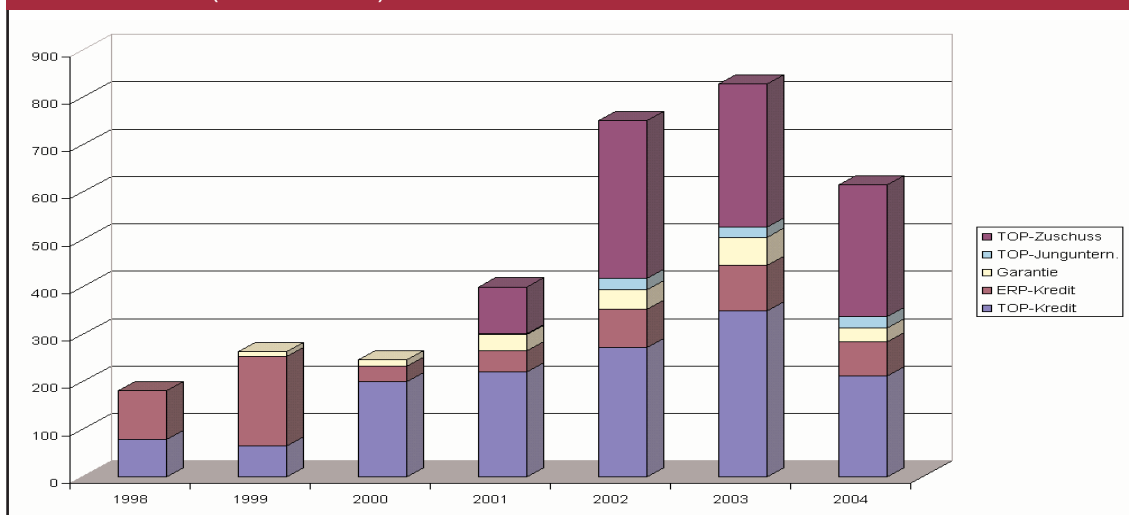
Bemerkenswert ist darüber hinaus, dass die durchschnittlichen Passiva im Insolvenzfall in der Gesamtwirtschaft 0,8 Mio. EUR betragen haben, während sich der volkswirtschaftliche Schaden im Falle einer Insolvenz in der Tourismuswirtschaft auf lediglich 0,34 Mio. EUR belief und damit weniger als halb so groß ist wie in der Gesamtwirtschaft. Insgesamt ist zu berücksichtigen, dass das Insolvenzgeschehen in Hotellerie und Gastronomie von der Gastronomie geprägt ist. Eine Trennung der beiden Branchen ist mangels entsprechend detaillierter Statistiken nicht möglich.

## 2.7 Investitionen / Finanzierung

### 2.7.1 Investitionen

Nach mehreren guten Jahren mit Nüchtigungszuwächsen und dadurch ausgelösten Investitionen hat die Tourismuswirtschaft 2004 weiter investiert. Es wurde aus Mitteln des ERP-Fonds und der TOP-Tourismus-Förderung ein Investitionsvolumen von rund 266 Mio. EUR mitfinanziert. Das geförderte Gesamtinvestitionsvolumen - inklusive des mittels TOP-Zuschuss bzw. TOP-Unternehmensgründung und Garantie des Bundes geförderten Investitionsvolumens - belief sich auf rund 596 Mio. EUR.

Abbildung 7: Entwicklung des geförderten Investitionsvolumens bei der ÖHT (in Mio. EUR)



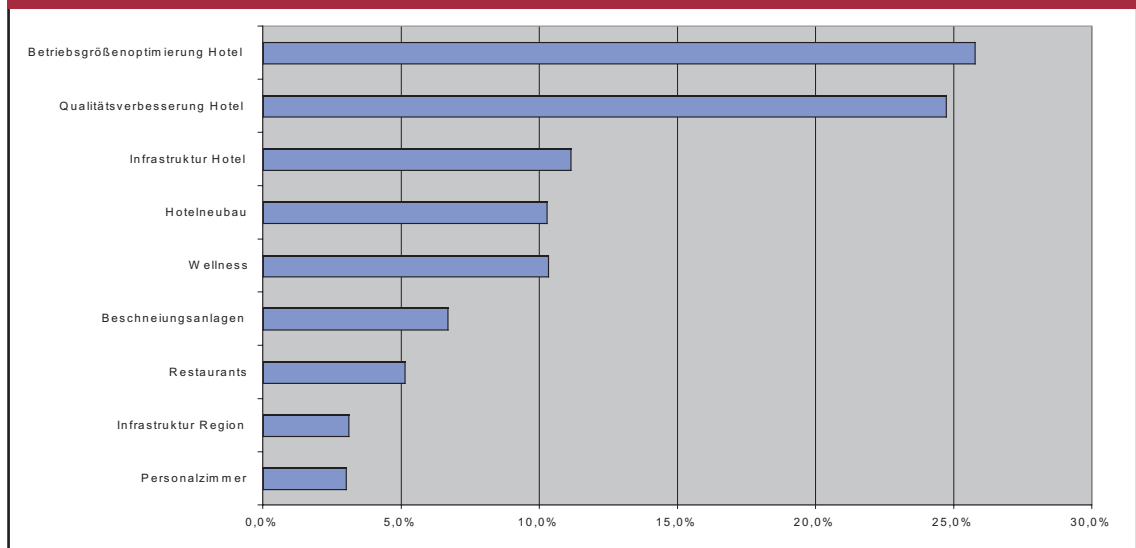
Quelle: ÖHT

Die Aufteilung nach Branchen zeigt, dass rund

- 85 % der Mittel in die Hotellerie
- 10 % in regionale Infrastruktur und
- 5 % in den Restaurantbereich geflossen sind.

Die Schwerpunkte der Investitionen haben sich in den letzten Jahren deutlich verändert. In der Hotellerie sind "Betriebsgrößenoptimierung", "Verbesserung der Qualität" und "Schaffung von infrastrukturellen Einrichtungen" (Wellness-, Seminar- und Fitnessräume) die beherrschenden Themen.

Abbildung 8: Schwerpunkte der Investitionen



Quelle: ÖHT

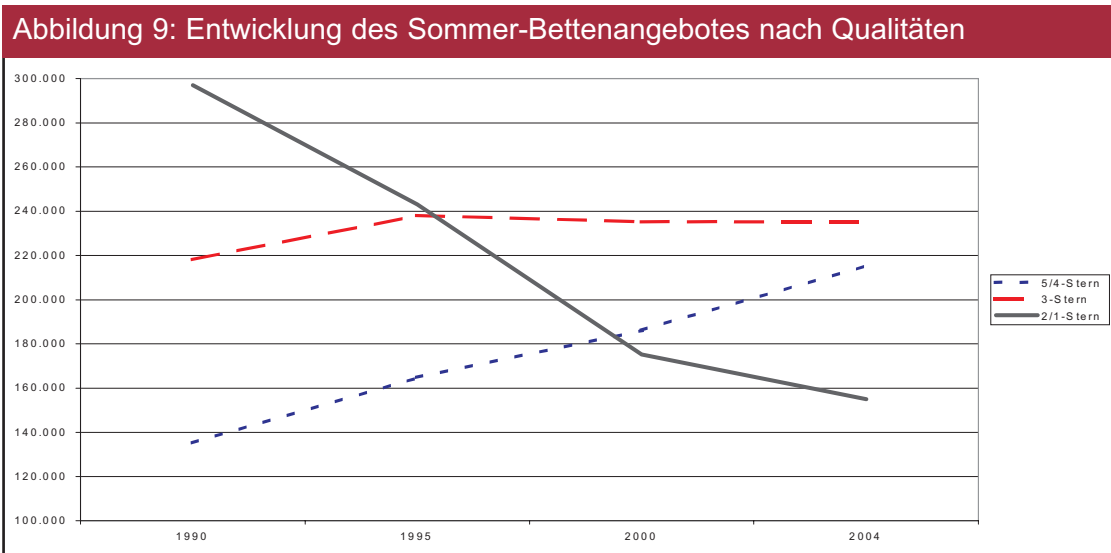
Mit diesen Investitionen wird versucht, einerseits im Qualitätswettbewerb mitzuhalten und andererseits auch die Wetterunabhängigkeit zu verbessern oder ein eigenständiges Angebot mit Zusatzeinrichtungen zu schaffen.

Die Errichtung oder der Ausbau von Restaurants ist stark rückläufig oder findet in Form sehr kleiner Investitionen, die im Bereich TOP-Zuschuss finanziert werden, statt.

Die Errichtung von infrastrukturellen Einrichtungen auf Regionsebene ist etwas zurückgegangen. Allerdings wurden in den Jahren davor beträchtliche Investitionen in Beschneigungsanlagen und regionale Erholungs- und Badeeinrichtungen (Thermen) getätigt.

Insgesamt ist es gelungen, den Umbau des heimischen Angebotes deutlich in Richtung höherwertiger Qualität voranzutreiben, wobei dieses Ziel auch durch die Investitionsförderungsmaßnahmen des Bundes massiv unterstützt wurde. Wie die nachfolgende Abbildung zeigt, sind beim Sommer-Bettenangebot im Zeitraum 1990-2004 die 2/1-Sterne-Qualitäten stark zurückgegangen, während die 5/4-Sterne-Kategorien erheblich zugenommen haben.





Quelle: Statistik Austria

Die Veränderungen haben weiters bewirkt, dass auch die durchschnittliche Betriebsgröße in bescheidenem Ausmaß von durchschnittlich 37 Betten pro Betrieb im Jahr 1996 auf 43 Betten im Jahr 2004 gestiegen ist.

### 2.7.2 Finanzierung - Die Entwicklung der Großkreditausleihungen

Die veränderte Investitionsbereitschaft spiegelt sich auch in einer Zunahme der Fremdkapitalaufnahme in der Verschuldungsstatistik der Oesterreichischen Nationalbank (OeNB) wider.

**Tabelle 4: Entwicklung der Großkreditausleihungen in Hotellerie und Gastronomie (Kredite über 0,363 Mio. EUR)**

Jahr	Betrag in Mio. EUR	Veränderung gegenüber Vorjahr in %
1998	2.664	4,3 %
1999	2.715	1,9 %
2000	2.769	2,0 %
2001	3.011	8,7 %
2002	3.169	5,3 %
2003	3.295	4,0 %
2004	3.752	13,9 %

Quelle: OeNB, Statistiken, Daten & Analysen Q2/05

Während in der Wirtschaft insgesamt die Zunahme der Verschuldung gegenüber dem Vorjahr 10,8 % ausmachte, hat sich die Verschuldung in der Hotellerie und Gastronomie - gemessen an den Großkreditausleihungen - um 13,9 % erhöht. Bei diesem enormen Anstieg handelt es sich auch um einen Nachzieheffekt aus dem Investitionsboom 2003. Bedingt durch die gute Nachfrage haben Beherbergungs- und Gaststättenunternehmen zur Verbesserung der Qualität des Angebotes und der Konkurrenzfähigkeit wieder Investitionsvorhaben in beträchtlichem Umfang verwirklicht und mit ihrer Investitionstätigkeit auch vor- und nachgelagerte Wirtschaftsbereiche belebt. Laut Auskunft der OeNB werden von der Großkreditevidenz in der von kleinen und mittleren Unternehmen dominierten Hotellerie und Gastronomie lediglich 7 % der Grundgesamtheit abgebildet. Dies geht auch mit der in der ÖHT gemachten Erfahrung einher, dass es vor allem die großen Unternehmen sind, die sich dynamisch weiterentwickeln und daher eine rege Investitionstätigkeit entfalten.

Erfreulich dabei ist, dass sich trotz der zunehmenden Verschuldung die Eigenkapitalsituation weiter stabilisiert hat.

## 2.8 Statistik

### 2.8.1 Tourismus-Satellitenkonto (TSA)

Der Tourismus spielt in der österreichischen Volkswirtschaft eine bedeutende Rolle. Die herkömmliche Tourismusstatistik und die Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung (VGR) vermögen die Vielfalt an volkswirtschaftlichen Verflechtungen des Tourismus nur unzureichend darzustellen. Um die monetäre Größenordnung der Tourismuswirtschaft zu erfassen sowie eine Basis für die Beobachtung der laufenden Entwicklung zu schaffen, erschien die Implementierung eines Tourismus-Satellitenkontos (TSA) als ein geeigneter Ansatz. Dessen Umsetzung für Österreich erfolgte im Jahr 2001 beginnend mit dem Berichtsjahr 1999 in einem gemeinsamen Projekt der Statistik Austria (ST.AT) und des Österreichischen Instituts für Wirtschaftsforschung (WIFO) im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit (BMWA).

Die volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus bzw. sein Beitrag zur gesamtwirtschaftlichen Wertschöpfung ist eine wichtige Kennziffer für die Wirtschaftspolitik. Zur Ermittlung dieser zentralen Größe sind die TSA-Ergebnisse unter Berücksichtigung aller durch den Tourismus ausgelösten direkten und indirekten Effekte, aber unter Ausschluss der Dienst- und Geschäftsreisen darzustellen. Dabei ergaben sich für das Jahr 2004 direkte und indirekte Wertschöpfungseffekte von 21,16 Mrd. EUR (2003:

20,61 Mrd. EUR; siehe Übersicht 3). Damit belief sich der Beitrag des Tourismus zur gesamtwirtschaftlichen Bruttowertschöpfung (BIP) auf 9 % und blieb im Vergleich zu 2003 in etwa unverändert.

Da Vorjahresvergleiche mitunter durch Sondereinflüsse verzerrte Ergebnisse liefern, zeigen längerfristige Vergleiche eher den authentischen Wachstumspfad: So expandierte die gesamte touristische Wertschöpfung seit 1999 um 25,5 % bzw. um durchschnittlich 4,6 % pro Jahr, damit konnte eine Steigerung des Wertschöpfungsanteils am BIP von rund einem ½ Prozentpunkt realisiert werden.

Im Hinblick auf die Ermittlung der volkswirtschaftlichen Bedeutung der Tourismus- und Freizeitwirtschaft muss der nicht-touristische Freizeitkonsum der Österreicher am Wohnort noch zusätzlich berücksichtigt werden. In diesem Zusammenhang wurden für das Jahr 2004 21,10 Mrd. EUR ermittelt. Für die dadurch ausgelösten direkten und indirekten Wertschöpfungseffekte ergab sich ein Betrag von 17,30 Mrd. EUR (2003: 16,70 Mrd. EUR). Der Beitrag des Freizeitkonsums der Inländer am Wohnort zur gesamtwirtschaftlichen Wertschöpfung betrug damit wie auch schon im Jahr zuvor 7,4 %.

### Übersicht 3: Die volkswirtschaftliche Bedeutung von Tourismus und Freizeitwirtschaft in Österreich

Aggregate	1999	2000	2001	2002	2003	2004	1999	2000	2001	2002	2003	2004
	Endgültig			Vorläuf. Schätz.			Endgültig			Vorläuf. Schätz.		
TSA – Direkte Wertschöpfung des Tourismus lt. TSA												
	Mio. EUR						Anteil am BIP in %					
Ohne Dienst- und Geschäftsreisen	11.285	11.869	12.623	13.294	14.007	14.420	5,7	5,7	5,9	6,0	6,2	6,2
Einschl. Dienst- und Geschäftsreisen	12.154	12.848	13.685	14.381	15.143	15.553	6,2	6,2	6,4	6,5	6,7	6,6
TSA-Erweiterungen - Direkte u. indirekte Wertschöpfung												
	Mio. EUR						Anteil am BIP in %					
Tourismus (ohne Dienst- und Geschäftsreisen)	16.859	17.464	18.799	19.471	20.607	21.158	8,6	8,5	8,8	8,8	9,1	9,0
Freizeitkonsum der Inländer am Wohnort	14.517	16.028	16.436	16.629	16.698	17.299	7,4	7,8	7,7	7,5	7,4	7,4
Tourismus und Freizeitwirtschaft in Österreich	31.376	33.492	35.234	36.100	37.305	38.457	16,0	16,2	16,6	16,3	16,5	16,4

Quelle: Statistik Austria, WIFO.

Bei einer Gesamtbetrachtung der inlandswirksamen Aufwendungen für den nicht-touristischen Freizeitkonsum am Wohnort und den touristischen Konsum wird die beachtliche Dimension der Tourismus- und Freizeitwirtschaft insgesamt deutlich:

- Die für das Jahr 2004 ermittelten direkten und indirekten Wertschöpfungseffekte ergaben ein Volumen von 38,46 Mrd. EUR (+ 3,1 %), im Zeitraum 1999-2004 wurde damit ein Zuwachs von 22,6 % bzw. von durchschnittlich 4,2 % pro Jahr erwirtschaftet.
- Der Gesamtbeitrag der Tourismus- und Freizeitwirtschaft zum BIP erreichte in den vergangenen beiden Jahren jeweils rund 16½ %, er liegt damit gegenwärtig um etwa einen ½ Prozentpunkt höher als im TSA-Basisjahr 1999.

Obwohl die hier ermittelten Wertschöpfungsanteile am BIP niedriger ausfallen als die zuletzt publizierten<sup>9)</sup>, bedeutet dies nicht etwa einen Rückgang, sondern beruht auf einer neuen Berechnungsmethode, nämlich der Anwendung aktueller Wertschöpfungsmultiplikatoren auf Basis der Input-Output-Tabelle 2000. Die zu einem früheren Zeitpunkt publizierten "höheren" Werte basierten auf der gegenwärtig nicht mehr aktuellen Input-Output-Tabelle 1995.

Die neue Input-Output-Tabelle 2000 bildet eine revidierte statistische Grundlage für die gesamtösterreichische Wirtschaft. Damit wurde die Basis zu einer konsistenten Ermittlung der Wertschöpfungsbeiträge aller Wirtschaftssektoren auf der Grundlage eines aktuelleren Datengebäudes geschaffen.

## 2.8.2 Tourismus MONitor Austria (T-MONA)

Im Juli 2004 wurde mit dem Kooperationsprojekt T-MONA - unter Beteiligung der Österreich Werbung, des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit, der Wirtschaftskammer Österreich sowie aller Landestourismusorganisationen und von 21 Regionen - ein innovatives Gästemonitoring-System implementiert. Das webbasierte Management-Informationssystem zeichnet sich durch permanent erhobene reiseverhaltensbezogene und soziodemografische Marktforschungsdaten aus, die ein immer aktuelles Bild der in- und ausländischen Touristen in Österreich liefern.

Die Grundgesamtheit bilden alle zum Zeitpunkt der Befragung in Österreich weilenden Nächtigungsgäste, deren Reisezweck nicht ausschließlich beruflicher Natur ist. Basierend auf einem Quotenauswahlverfahren nach Region, Zeit und Nationalität werden im ersten Jahr insgesamt 17.000 (9.000 in der Sommersaison 2004) persönlich-mündliche Interviews am jeweiligen Urlaubsort der Gäste durchgeführt. Hinsichtlich der Herkunftsländer werden zur Zeit Touristen aus Österreich, Deutschland, der Schweiz,

<sup>9)</sup>Laimer, P., Smeral, E., Ein Tourismus-Satellitenkonto für Österreich. Methodik, Ergebnisse und Prognosen für die Jahre 2000-2005, Studie der Statistik Austria und des WIFO im Auftrag des BMWA, Wien, November 2004.

---

den Niederlanden, Italien, Großbritannien, Frankreich und Belgien berücksichtigt, wobei die Anzahl der erfassten Herkunftsländer kontinuierlich erweitert werden soll.

T-MONA zeichnet sich durch vielfältige Analyse- und Verknüpfungsmöglichkeiten aus, wobei die einfache, benutzerfreundliche Bedienung auch Nicht-Marktforschern einen effizienten Umgang mit dem System ermöglicht sowie leicht interpretierbare Ergebnisse liefert.

Durch die unmittelbare Online-Erfassung der Daten stehen diese sofort nach der Befragung zur Analyse bereit und können auf Knopfdruck als Grafik oder Tabelle dargestellt werden. Dabei sieht das Online-System folgende Funktionsbereiche vor: Mittels Snapshots können die eigenen Daten dargestellt und mit Hilfe der integrierten Analysemethoden untersucht werden. Unterstützung bei der Entwicklung neuer Strategien bieten neben der Analyseebene zahlreiche weitere Darstellungs- und Auswahlmöglichkeiten. Eine Stärke des Systems liegt in den Analysemöglichkeiten in Form von Vergleichen mit anderen Regionen, der Zielgruppenauswahl, der Kombination von Filtern, Segmenten und Benchmarkoptionen für eine detaillierte Analyse. Weiters lässt sich die zeitliche Entwicklung eigener Daten verfolgen. Durch derartige Zeitreihenanalysen lassen sich Trends frühzeitig erkennen und entsprechende Marketingmaßnahmen setzen.

Andererseits ist aufgrund der Verwendung einheitlicher Fragebögen anonymes Benchmarking zwischen den beteiligten Regionen möglich.

Auf die individuellen Kundenbedürfnisse zugeschnittene Auswertungen sind im Rahmen der Analysemethoden durch Auswahl einzelner Gästegruppen möglich.

Als Auswahlkriterien fungieren:

- Altersstufen
- Berufsgruppen, Bildung
- Informationsverhalten
- Entscheidungszeitpunkt
- Bisherige Aufenthalte (Stammgäste/Intervallgäste/Erstbesucher)
- Individualtouristen oder Pauschaltouristen
- Unterkunftsart
- Urlaubsarten
- Gästetypologien
- Reisebegleitung (alleine/mit Partner/mit einer Gruppe)
- Ausgaben

- 
- Image nach Herkunftsländern
  - Aktivitäten
  - Anreise (Anreiseverkehrsmittel)
  - Zufriedenheit
  - Saison (Haupt-/Nachsaison)

Daraus können von Nutzern relevante Fragestellungen definiert und im Rahmen einer individuellen Auswertung in Auftrag gegeben werden. Außerdem erstellt die ÖW auch standardmäßig eine Vielzahl von Berichten, die sich mit spezifischen Zielgruppen wie Gästen aus den einzelnen Herkunftsländern, Jugendlichen, 60+ oder Familien mit Kindern beschäftigen. Hinsichtlich der im Urlaub überwiegend ausgeübten Aktivitäten wird ein Fokus auf Wandern, Radfahren & Mountainbiken, Sommer-Aktivurlaub, Städte- und Kultururlaub sowie Wellness gelegt.

Das Projekt T-MONA wurde erstmals in der Sommersaison 2004 (Befragungszeitraum: Juli bis September) umgesetzt und erbrachte folgende Hauptergebnisse:

Überraschend viele Gäste verbrachten zum ersten Mal ihren Urlaub in Österreich. 17 % der Befragten zählten zu den Erstbesuchern, davon kamen wiederum 50 % aus Deutschland, 21 % aus Österreich und 7 % aus den Niederlanden. Im Bereich der Stammgäste liegen weiterhin die Herkunftsmärkte Deutschland (44 %) und Österreich (40 %) klar an der Spitze.

Große Bedeutung kommt dem Internet sowohl zur Informationsbeschaffung über den künftigen Urlaubsort als auch als Buchungsmedium zu. Jeder vierte österreichische Sommerurlauber informiert sich im Web, bei den Erstbesuchern sind es sogar 38 %. Starke Zugriffe sind dabei auf die Websites der Regionen sowie auf Suchmaschinen zu verzeichnen. Gleichzeitig verlieren herkömmliche Prospekte an Bedeutung. 20 % der Buchungen erfolgen bereits online.

Ausschlaggebende Motive für einen Österreichbesuch sind in der schönen Landschaft, der Freundlichkeit der Bevölkerung und der Möglichkeit zu ausgedehnten Spaziergängen zu finden. 62 % der Befragten bewerten ihren Österreichaufenthalt mit der Bestnote 1. Auch die durchschnittliche Zufriedenheit mit 1,4 deutet auf erfüllte Erwartungen hin. Der Großteil der Urlauber plant, in den nächsten zwei bis drei Jahren wieder nach Österreich zu kommen (90 %) bzw. das Land als Urlaubsdestination weiterzuempfehlen. Das Image Österreichs ist durch Gastfreundlichkeit, Charme, Sicherheit, hohen Erlebniswert sowie hohe Qualität geprägt. Von einer geringen Gästezahl wurde Österreich als langweilig (6 %) und schmutzig (5 %) empfunden. Als Schwachpunkte wurden das Preis-Leistungsverhältnis für Speisen und Getränke und

das Schlechtwetterprogramm genannt.

Der Sommergast in Österreich weist im Durchschnitt folgendes Profil auf: Er ist zu 91 % Individualtourist und mit 46 Jahren mittleren Alters. Seine Informationen bezieht er zu 30 % bei Bekannten, zu 25 % im Internet und zu 11 % im Reisebüro und bucht seine Unterkunft vorwiegend (zu 61 %) direkt. Als Transportmittel steht der eigene PKW im Vordergrund (79 %). Der typische Sommergast reist zu 42 % in Begleitung des Partners, zu 20 % mit Familie und Kindern und zu 13 % alleine, seine durchschnittlichen Tagesausgaben belaufen sich insgesamt auf 103 EUR.

Basierend auf den T-MONA-Ergebnissen kann eine Typologie des Österreichurlaubers abgeleitet werden. Die größten Gruppen sollen in der Folge kurz dargestellt werden<sup>10)</sup>.

#### **Wanderfrischler (14 %)**

Für ihn stehen Wandern, Bergsteigen und Naturattraktionen im Mittelpunkt seines Urlaubes, wobei individuelle Ausflüge dominieren. Der Wanderfrischler ist im Schnitt 50 Jahre alt und häufig deutscher Herkunft (21 %).

#### **Städte- und Kultururlauber (12 %)**

Bei dieser Urlauberguppe erfreuen sich Museums- und Ausstellungsbesuche großer Beliebtheit. Außerdem kommt gutem Essen ein hoher Stellenwert zu. Der Städte- und Kultururlauber schließt sich gerne Reisegruppen an. Das Durchschnittsalter liegt bei 51 Jahren.

#### **Wanderurlauber (15 %)**

Der Wanderurlauber konzentriert sich ganz auf das Wandern, Bergsteigen und Klettern. Dabei werden gerne Inklusivkarten genutzt. Unter allen Urlaubertypen findet sich hier der höchste Anteil an deutschen Gästen (56 %).

#### **Sport-/Aktivurlauber (12 %)**

Für diesen Gästetyp steht eine große Auswahl an Sportarten auf dem Programm. Neben den Klassikern Wandern, Bergsteigen und Radfahren kommen auch Golf, Reiten, Segeln und Tennis zum Zug. Der Sport-/Aktivurlauber ist im Schnitt 42 Jahre alt, nächtigt gern am Campingplatz, nimmt relativ häufig das Angebot von Wellnesseinrichtungen in Anspruch und besucht auch des öfteren Szenelokale. Jeder Dritte dieses Urlaubertyps hat einen akademischen Abschluss.

#### **Sun- & Beach-Urlauber (13 %)**

Der im Schnitt 42jährige Sun- & Beach-Urlauber zeigt sowohl Interesse an Sehenswürdigkeiten als auch an Szenelokalen. Wichtiger Bestandteil seines Urlaubes,

<sup>10)</sup> Die Bezeichnung der Typologien stammt aus den T-MONA-Ergebnissen vom Sommer 2004.



den er gerne am Campingplatz verbringt, ist das Genießen der Sonne. Fast die Hälfte dieser Gruppe machen inländische Gäste aus.

**“Nichtstuer” (14 %)**

Die Gruppe der “Nichtstuer“ setzt sich überwiegend aus Schülern, Studenten und Pensionisten zusammen, welche sich im Urlaub wenig aktiv zeigen und zumeist alleine unterwegs sind. 50 % dieses Gästetyps kommen aus Österreich.

---

## 3. STRATEGIEN / INITIATIVEN / ARBEITSFELDER

### 3.1 Maßnahmen zur strategischen Tourismusedwicklung

#### 3.1.1 Studien

Im Auftrag des BMWA werden Studien zu aktuellen Themen der österreichischen Tourismus- und Freizeitwirtschaft sowie als Basis für die Strategieentwicklung erstellt.

##### Nationale Studien

###### E-Gästebblatt - externe Evaluierung des Umsetzungsstandes

Auftragnehmer: Fessel-GfK Institut für Marktforschung GmbH

Inhalt: Das elektronische Gästebblatt ist seit 2001 einsatzfähig und die Umstellung ist sukzessive in den Tourismusgemeinden vorgesehen. Aufgrund der schleppenden Einführung des eGästebblattes erschien eine externe Evaluierung des Umsetzungsstandes sinnvoll, um einerseits auf Basis der bereits vorhandenen Erfahrungen Vor- und Nachteile sowie Stärken und Schwächen des neuen Systems auszuloten und andererseits herauszufinden, welche Hinderungsgründe es in jenen Gemeinden gibt, die mit der Einführung des Gästebblattes noch nicht begonnen haben. Im Befragungszeitraum April/Mai 2004 wurden die berichtspflichtigen Gemeinden in Österreich schriftlich befragt.

Hauptergebnis: Nutzung vor allem in 4-/5-Sterne-Hotels in tourismusstarken Gemeinden (vor allem Tirol, Vorarlberg, Salzburg und Kärnten). Problembereiche: Kosten, verschiedene Softwaresysteme. Alle Nutzergemeinden müssen sowohl Daten, die elektronisch übermittelt wurden, als auch Daten, die "klassisch" übermittelt wurden, verarbeiten.

###### Zukunftssicherung Wintersport

Auftragnehmer: MANOVA Grabler & Kepplinger OEG

Inhalt: Die Studie "Zukunftssicherung Wintersport: Skifahrer, Aufhörer und Nicht-Skifahrer" stellt den zweiten Teil eines strategisch orientierten Forschungsprogrammes für die Seilbahnwirtschaft und den Wintersporttourismus dar. Den Ausgangspunkt der durchgeführten Studie bildet eine detaillierte quantitative Bestandsaufnahme der aktiven und inaktiven Wintersportsegmente.

Hauptergebnis: Das Herzstück der Studie bildet eine Analyse der Gründe für

---

Skisportverweigerung und die Ermittlung der möglichen Bereitschaft für eine (Wieder-) Aufnahme des aktiven Skisports. Eine Hochrechnung auf die jeweiligen Kernmärkte gibt konkrete Hinweise auf bis dato noch unausgeschöpfte Potenziale an Wintersportlern.

#### Austrian Climate and Health Tourism Initiative (ACTIVE)

Auftragnehmer: Institut für Meteorologie, Department für Wasser-Atmosphäre-Umwelt, an der Universität für Bodenkultur Wien

Inhalt: Im Zentrum der Studie steht das "natürliche Heilmittel Klima" in Österreich. Österreichische Regionen wurden nach dem letzten Wissenschaftsstand humanbioklimatologisch bewertet und Entwicklungspotenziale für heilklimatische Kurorte und Luftkurorte aufgezeigt.

#### E-Learning-Konzeption: Tourismus-Statistik

Auftragnehmer: MANOVA Grabler & Kepplinger OEG

Inhalt: Entwicklung eines Grobkonzeptes für ein E-Learning-Tool, das die Nutzbarkeit von Statistiken und Marktforschung in der Praxis erhöhen soll. Die vorliegende Arbeit geht von den strategischen Marketingaufgaben einer Destination aus und konzipiert darauf aufbauend Module für das Erlernen des gezielten Einsatzes von Zahlen und Daten. Damit sollen die neuen Informationstools der Tourismuswirtschaft zu einer breiteren und effizienteren Nutzung geführt werden.

#### Ein Tourismus-Satellitenkonto für Österreich. Methodik, Ergebnisse und Prognosen für die Jahre 2000 bis 2005

Auftragnehmer: Statistik Austria/Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung

Inhalt: Basierend auf den von EUROSTAT, OECD und WTO empfohlenen methodischen Grundlagen wurde im Auftrag des BMWA ein Tourismus-Satellitenkonto (TSA, Tourism Satellite Account) für Österreich neu entwickelt.

Im TSA werden umfassend monetäre und budgetäre Größen zusammengefasst, die Vergleiche mit analog errechneten Satelliten anderer Wirtschaftszweige oder anderer Länder ermöglichen und regelmäßig aktualisiert werden.

#### Ein TSA-Beschäftigungsmodul für Österreich (Beschäftigung in Tourismusindustrien)

Auftragnehmer: Statistik Austria

Inhalt: Da die Tourismusindustrie als Beschäftigungsmotor fungiert, wurde das "Beschäftigungsmodul für Tourismus" ergänzend zum "Tourismus-Satellitenkonto für Österreich" beauftragt und mit Ende des Jahres 2004 fertig gestellt. In Zukunft wird das Beschäftigungsmodul in den bestehenden TSA integriert.

---

Die aktuellen Studien bzw. Projekte werden auf der Homepage des BMWA mit kurzer inhaltlicher Darstellung vorgestellt ([www.bmwa.gv.at/tourismus](http://www.bmwa.gv.at/tourismus)). Kurzfassungen der veröffentlichten Studien bzw. Projekte sind downloadbar oder werden auf Anfrage kostenlos zugesendet.

Die Langfassungen der veröffentlichten Studien bzw. Projekte können bei der im Auftrag des BMWA eingerichteten Dokumentationsstelle an der Wirtschaftsuniversität Wien ("Tourismus-Studien Austria", Adresse: Augasse 2-6, 1090 Wien, Internet: [www.studien.at](http://www.studien.at)) gegen Kostenersatz bezogen werden.

### Internationale Studien

#### Handbuch zur Evaluierung der Qualität in Tourismusdestinationen

Diese Studie ist als Follow-up der früheren Studien "Integriertes Qualitätsmanagement in Küstenzonen, Städten und ländlichen Gebieten" zu sehen.

Die Ergebnisse der Studie resultierten in der Entwicklung eines Indikatorensets, das zur Verbesserung des Qualitätsmanagements auf Destinationsebene eingesetzt werden kann. Dieses Indikatorenset umfasst qualitative Indikatoren, betriebliche Indikatoren und quantitative Indikatoren, die zusammen ein aussagekräftiges Bild über die Qualität der touristischen Dienstleistung geben sollen. Diese "benchmarking"-Indikatoren sollen zu einem verbesserten Destinationsmanagement in Europa beitragen.

#### Machbarkeitsstudie "Tourismus und Transport - MusTT"

Im Mittelpunkt dieser Machbarkeitsstudie stand die Frage, wie ein maximaler wirtschaftlicher Output bei minimaler Belastung von Mensch (sozial) und Umwelt (ökologisch) erreicht werden kann. Die Schwerpunkte der Studie, die erstmalig die Themen Tourismus und Transport umfassend verknüpft, lagen in der Erarbeitung eines integrierten Ansatzes zur Erreichung eines optimalen Gleichgewichts zwischen Output und Belastungen, einer Analyse des Reiseverhaltens von Touristen in Bezug auf Zeit und Raum und einer Analyse von bestehenden Modellprojekten (good practices).

#### Machbarkeitsstudie "Vernetzung im Tourismus"

Das Setzen von Maßnahmen zum Ziele einer verstärkten Vernetzung auf europäischer Ebene im Bereich Destinationen und Wissensmanagement war ein zentraler Punkt in der Mitteilung der Kommission Zusammenarbeit für die Zukunft des Tourismus in Europa [KOM (2001) 665endg.].

Im Mittelpunkt der Studie stand die optimale Nutzbarmachung von Netzwerken,

---

Partnerschaften und Kompetenzzentren. Als Ausgangspunkt wurde ein Inventar erstellt, um Anzahl und Tragweite der vorhandenen Organisationen zu ermitteln. Dies könnte die Grundlage für die Erstellung eines umfassenden Datenbank-Systems über vorhandene Organisationen sein. Darüber hinaus wurde eine Reihe von Empfehlungen ausgearbeitet und an die Akteure weitergeleitet. Die Kommission soll damit in ihren Bestrebungen unterstützt werden, das Potenzial von Netzwerken, Partnerschaften und Kompetenzzentren umfassender zu nutzen; außerdem soll sichergestellt werden, dass diese Organisationen selbst hiervon bestmöglich profitieren.

Handbuch "Learning Areas in the European tourism industry"

Unter einer "Learning Area" versteht man ein System zur Vermittlung von Lehrinhalten, die der Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit dienen. Das Handbuch zeigt auf, wie eine Learning Area im Tourismussektor zu effizientem Informationsmanagement beitragen kann. Der modellhafte Prozess zeigt dem Benutzer eine Reihe von methodischen Schritten, die Theorie und Praxis zu einer gemeinsamen erkennbaren Struktur zusammenführen.

Publikation: Die europäische Tourismusindustrie - Ein multisektoraler Wirtschaftszweig mit dynamischen Märkten

Diese von der Europäischen Kommission, GD Unternehmen, erstellte Studie gibt einen guten Überblick über die Chancen und Herausforderungen, mit denen die Tourismuswirtschaft gegenwärtig konfrontiert ist. Gleichzeitig beinhaltet sie Vorschläge, wie die Wettbewerbsfähigkeit des Tourismus verbessert werden kann.

Die deutschen Kurzfassungen bzw. Schlussfolgerungen zu den einzelnen Studien sind in elektronischer Form im BMWA erhältlich und können unter email: [post@v2.bmwa.gv.at](mailto:post@v2.bmwa.gv.at) angefordert werden.

## 3.1.2 Förderungen

### 3.1.2.1 Organisation

Das BMWA ist verantwortlich für den Einsatz von Budgetmitteln für Förderungsmaßnahmen im touristischen Bereich. Ein Großteil der Fördermittel geht der Österreichischen Hotel- und Tourismusbank GesmbH (ÖHT) in Entsprechung des bestehenden Abwicklungsvertrages zur Gestionierung der Förderungsprogramme TOP-Tourismus-Förderung sowie Übernahme von Garantien für Tourismus- und Freizeitbetriebe zu. Der andere Teil der Fördermittel wird vom BMWA auf Grundlage der

---

"Allgemeinen Rahmenrichtlinien für die Gewährung von Förderungen aus Bundesmitteln" in der Fassung vom 26. Jänner 2004 - teilweise auch in Verbindung mit EU-Kofinanzierungsmitteln - vergeben.

Die Austria Wirtschaftsservice GesmbH (aws) wickelt Förderungsaktionen - vor allem im Garantiebereich - ab, die auch der Tourismus ansprechen kann.

Vom ERP-Fonds werden auch für die Einräumung von ERP-Krediten an die Tourismuswirtschaft jährlich entsprechende Mittel bereitgestellt; es handelt sich dabei um keine Budgetmittel, sondern um eine Dotierung im Rahmen des jeweiligen ERP-Jahresprogramms.

### 3.1.2.2 Strategie

Mit der Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit der österreichischen Tourismus- und Freizeitwirtschaft im In- und Ausland ist das Ziel einer dauerhaft erfolgreichen österreichischen Tourismuswirtschaft verbunden. Auch im Jahre 2004 wurde nach den folgenden strategischen Überlegungen vorgegangen:

- Österreichs Tourismuswirtschaft soll selbstbestimmt am internationalen Markt agieren
- Verbesserung der Durchsetzung von Anliegen der Branche
- Einsatz von IT und neuen Medien
- Positionierung des Tourismuslandes Österreich im internationalen Umfeld als gestaltender Partner und anerkannter Know-how-Träger

Das nachstehend angeführte strategische Handeln beim Einsatz von Tourismusförderungsmitteln orientierte sich vor allem an den Notwendigkeiten zur Qualitäts- und Standortverbesserung, Betriebsgrößenoptimierung mit dem Ziel der Etablierung eines Ganzjahrestourismus, Verbesserung der Eigenkapitalstruktur, Bildung von Kooperationen und Netzwerken, des Setzens zeitgemäßer Werbeaktivitäten sowie der Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Tourismuswirtschaft; als Handlungsfelder sind zu nennen:

- förderpolitische, -strategische und -technische Begleitung der strategischen Schwerpunktprogramme der Sektion V durch gezielten Einsatz von Förderungsmitteln (Destinationsmanagement Monitor Austria - DMMA, Gesundheitstourismus, Kultur und Tourismus)
- Ausarbeitung von Förderungsprogrammen nach strategischen Zielsetzungen der Sektion V (z. B. TOP-Tourismus-Förderungsprogramm, Schutzhüttenanierungspro-

- gramm)
- Auswahl von im Rahmen von EU-Programmen zu finanzierenden Projekten nach touristischen Zielvorstellungen der Sektion V
  - Steuerung in Bezug auf die Abwicklung von Förderungsprojekten und der Vergabe von Studien nach den Zielvorstellungen der Sektion V
  - Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Tourismuswirtschaft z. B. durch Aufzeigen eines Handlungsbedarfs und von sich ergebenden Umsetzungsprojekten

### 3.1.2.3 Förderungen im Wege der Österreichischen Hotel- und Tourismusbank GesmbH (ÖHT)

#### 3.1.2.3.1 TOP-Tourismus-Förderung

Ziel der TOP-Tourismus-Förderung ist die Erhaltung bzw. Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit bestehender Tourismusunternehmen, deren sinnvolle wirtschaftliche Fortentwicklung sowie die Sicherung von Beschäftigung. Darüber hinaus wird die Gründung solcher Unternehmen unterstützt. Dies steht im Einklang mit dem Ziel der Europäischen Union, durch eine verstärkte Förderung der kleinen und mittleren Unternehmen das Beschäftigungsvolumen, die Innovationskraft und die Dynamik der Wirtschaft zu erhöhen.

Zur Umsetzung dieses Zieles kommen in der TOP-Tourismus-Förderung folgende Förderschienen zum Einsatz:

- A: Verbesserung der Angebotsstruktur
- B: TOP-Beratungs- und Ausbildungsförderung
- C: TOP-Kooperationsförderung
- D: TOP-Restrukturierungsmaßnahmen
- E: TOP-Unternehmensneugründungen und -übernahmen

Teil A: Verbesserung der Angebotsstruktur

Die wichtigsten Informationen werden nachstehend zusammengefasst:

TOP-Tourismus-Kredite (Vorhaben > 1,000.000 EUR)

- Insgesamt wurden in der TOP-Tourismus-Aktion 2004 73 Ansuchen mit einem Gesamtkreditvolumen von 92,3 Mio. EUR genehmigt.
- Zusammen mit ERP-Mitteln in Höhe von 31,6 Mio. EUR konnten geförderte Finanzierungsmittel in Höhe von rund 124 Mio. EUR bereitgestellt werden. Damit

wurden Tourismusprojekte mit einem Gesamtinvestitionsvolumen von 266 Mio. EUR gefördert.

- Rund 90 % der genehmigten Ansuchen entfielen auf Angebotsverbesserungen bei Hotellerie und Gastronomie, der Rest auf Angebotsverbesserungen bei touristischen Infrastruktureinrichtungen.

Der Mitteleinsatz in den Zielgebieten wird im Kapitel 3.1.2.6.2.2 dargestellt.

TOP-Tourismus-Zuschüsse (Vorhaben < 1,000.000 EUR)

Eine Aufgliederung der erledigten Anträge im Rahmen der TOP-Tourismus-Zuschussaktion nach Bundesländern kann der Homepage des BMWA unter [www.bmwa.gv.at/tourismus](http://www.bmwa.gv.at/tourismus) entnommen werden.

**Tabelle 5: Antrags- und Ergebnisübersicht (TOP-Tourismus-Zuschüsse)**

<b>Antragsübersicht</b>	
eingereichte Anträge	885
erledigte Anträge gesamt (inkl. Anträge aus Vorjahren)	785
abgelehnte Anträge gesamt (inkl. Anträge aus Vorjahren)	65
<b>Ergebnisübersicht (Basis: erledigte Anträge lt. Antrags übersicht)</b>	
Gesamtinvestitionskosten der erledigten Fälle	278 Mio. EUR
davon förderbare Kosten	197 Mio. EUR
bewilligte Zuschüsse	9,02 Mio. EUR

Bei den erledigten Fällen wurde die Art der Maßnahme erhoben. Die Schwerpunkte der Investitionen sind nach der Reihenfolge ihrer Bedeutung wie folgt gegeben: Modernisierung, Eröffnung/Neuerrichtung, Betriebsgrößenoptimierung und Qualitätsverbesserung. Der Rest entfällt auf Maßnahmen wie Rationalisierung, Angebotsverbesserung, etc.

#### Teil B: TOP-Beratungs- und Ausbildungsförderung

Nach entsprechender Koordinierung mit den Bundesländern konnten mit Ende 2004 drei Zuschüsse in der Höhe von 42.000 EUR ausbezahlt werden.

Die Ansuchen auf Förderung von Beratungsleistungen stellten das Ansprechen neuer Gästegruppen in den Mittelpunkt ihrer Beratungen. Die Umsetzung soll vor allem mittels geeigneter Marketingkonzepte erfolgen. Diese dienen hauptsächlich der Verbesserung



---

der Zielgruppendefinition bzw. einer exakteren Orientierung an neuen Zielgruppen.

#### Teil C: TOP-Kooperationsförderung

2004 wurden 20 Ansuchen im Rahmen dieser Förderung eingereicht. Für die TOP-Kooperationsförderung wurden im Jahr 2004 etwa 268.000 EUR an Budgetmitteln ausbezahlt.

In Summe wurden bei betrieblichen Kooperationen rund 18.000 Betten zusammengeschlossen, was in etwa 3 % der in Österreich gewerblich angebotenen Betten entspricht.

Der sich nun schon über einige Jahre abzeichnende Trend, der ein gemeinsames Marketing bzw. gemeinsame Werbeauftritte in den Mittelpunkt stellt, hat sich auch im abgelaufenen Jahr fortgesetzt.

In den Mittelpunkt der Bemühungen rückte auch die Saisonverlängerung bzw. das Bewerben der zweiten Saison. Im Zuge dessen wurde zunehmend auch die nach wie vor bestehende Hemmschwelle gegenüber den elektronischen Medien (e-commerce) abgebaut sowie die Vorzüge der erleichterten Buchbarkeit des Urlaubs via Call-Center und Internet erkannt und in den Konzepten entsprechend umgesetzt.

#### Teil D: TOP-Restrukturierungsmaßnahmen

Ziel der Maßnahme ist es, kleine und mittlere Unternehmen des Tourismus, die wesentliche Angebotsträger des heimischen Tourismus sind und eine langfristige Erfolgchance haben, mit Hilfe von ideellen und finanziellen Maßnahmen zu unterstützen und deren Finanzstruktur zu verbessern.

Die Unterstützung ist grundsätzlich in folgender Form möglich:

1. ideelle (nicht monetäre) Hilfestellung (Sanierungskonzept, Monitoring)
2. finanzielle Hilfe in Form von Zinsstützungen
3. Übernahme von Garantien
4. Coachingmaßnahmen

Die ideelle Hilfestellung wird in jenen Fällen geleistet, in denen die in den Richtlinien vorgegebenen Voraussetzungen erfüllt werden. Sie besteht in der Ausarbeitung eines Sanierungskonzeptes durch die ÖHT, das auch als Reorganisationskonzept im Sinne des URG eingesetzt werden kann, und hinsichtlich dessen die Umsetzung in den

---

Unternehmen von den Spezialisten der ÖHT unterstützt wird. In besonders komplexen Fällen können zusätzlich Coaching- bzw. Monitoringmaßnahmen zur Umsetzung der Sanierungsmaßnahmen vereinbart und diese zum Teil durch das BMWA finanziell unterstützt werden. In Ergänzung dazu kann nach einer diesbezüglichen positiven Entscheidung eine materielle Hilfestellung in Form von Zinsenzuschüssen auf Langzeitdarlehen oder Beteiligungen eingeräumt werden.

Im Jahr 2004 wurden von 14 eingereichten Anträgen zehn detailliert (vor Ort) geprüft und entsprechende Sanierungskonzepte ausgearbeitet. Davon konnten in drei Fällen entscheidungsreif ausverhandelte Restrukturierungskonzepte umgesetzt werden. In vier Fällen mussten richtliniengemäß Ablehnungen empfohlen werden. Sieben der erstellten Sanierungskonzepte werden derzeit mit den finanzierenden Hausbanken verhandelt. Im Rahmen der Aktion konnten in Bezug auf die im Jahr 2004 eingelangten Anträge bundesweit 16 Arbeitsplätze gesichert werden.

Jene Betriebe, die 2004 im Rahmen der TOP-Restrukturierungsaktion angesucht haben, erzielten im abgelaufenen Bilanzjahr Umsätze von rund 6,8 Mio. EUR. Die Verschuldung dieser Unternehmen betrug mit 18 Mio. EUR etwa das 3-fache ihres Jahresumsatzes. Durch die Verhandlungen der ÖHT gelang es, im Rahmen der bisher erarbeiteten und umgesetzten Sanierungskonzepte bei den finanzierenden Hausbanken Forderungsverzichte über insgesamt 0,07 Mio. EUR zu erzielen. Zusätzlich ist es gelungen, durch Kapitaleinlagen der Hoteliers (Liegenschaftsverkäufe, etc.) und Beteiligungsfinanzierungen weitere 0,04 Mio. EUR einzubringen, so dass die Eigenkapitalbasis der Betriebe um insgesamt 0,1 Mio. EUR verbessert wurde. Von den verbleibenden Restverbindlichkeiten wurden 0,45 Mio. EUR richtliniengemäß in Langzeitdarlehen umgewandelt, ihre Verzinsung auf den Verfahrenszinssatz (oder darunter) abgesenkt und für Zinsstützungen im Rahmen der Restrukturierungsaktion vorgeschlagen.

Tabelle 6: Antrags- und Ergebnisübersicht (TOP-Restrukturierungsmaßnahmen)

<b>Antragsübersicht</b>	
eingereichte Anträge	14
davon erledigte Anträge	3
davon abgelehnte Anträge	4
davon aktuell verhandelte Anträge	7
davon noch nicht in Bearbeitung genommene Anträge	0
Bilanzsumme der eingereichten Anträge	15 Mio. EUR
Gesamtumsatz der eingereichten Anträge	6,8 Mio. EUR
Gesamtverschuldung der eingereichten Anträge	17,8 Mio. EUR
<b>Ergebnisübersicht (Basis: erledigte Anträge lt. Antragsübersicht)</b>	
erzielte Obligoreduktionen	0,07 Mio. EUR
Darlehen, deren Verzinsung auf einen unter dem Verfahrenszinssatz liegenden Zinssatz reduziert werden konnte	0,06 Mio. EUR
Darlehen, deren Verzinsung auf den Verfahrenszinssatz reduziert werden konnte (ohne geförderte Darlehen)	0,8 Mio. EUR
Zufuhr von Eigenkapital (vorwiegend durch Liegenschaftsverkäufe)	0,04 Mio. EUR
Langzeitdarlehen mit Zinsstützung aus der Restrukturierungsaktion	0,45 Mio. EUR
ausbezahlte Zuschüsse	0,20 Mio. EUR

Quelle: ÖHT

Zusätzlich ist es im Jahr 2004 gelungen, insgesamt weitere drei Anträge aus den Vorjahren entscheidungsreif auszuverhandeln und mit der entsprechenden Umsetzung der einzelnen Restrukturierungskonzepte zu beginnen.

Teil E: TOP-Unternehmensneugründungen und -übernahmen

In der TOP-Unternehmensneugründungen und -übernahmen-Aktion gliedern sich die Ergebnisse 2004 wie folgt:

Tabelle 7: Antrags- und Ergebnisübersicht (TOP-Unternehmensneugründungen und -übernahmen)	
<b>Antragsübersicht</b>	
eingereichte Anträge	159
erledigte Anträge (inkl. Anträge aus Vorjahren)	94
abgelehnte Anträge (inkl. Anträge aus Vorjahren)	20
<b>Ergebnisübersicht (Basis: erledigte Anträge)</b>	
Gesamtkosten (materielle und immaterielle Kosten)	24,6 Mio. EUR
davon förderbare Kosten	19,9 Mio. EUR
davon Zuschuss im Rahmen Teil A TOP -Zuschuss-Aktion (für materielle Kosten)	0,9 Mio. EUR
davon Zuschuss im Rahmen Teil E Unternehmensneugründungen und -übernahmen (für immaterielle Kosten)	0,06 Mio. EUR
geschaffene Arbeitsplätze	296

Quelle: ÖHT

Eine Aufgliederung der erledigten Anträge im Rahmen der TOP-Unternehmensneugründungen und -übernahmen-Aktion nach Bundesländern kann der Homepage des BMWA unter [www.bmwa.gv.at/tourismus](http://www.bmwa.gv.at/tourismus) entnommen werden. Bei den als Neugründer geltenden 94 erledigten Fällen liegt der Schwerpunkt in den materiellen Investitionen zur Inangangsetzung des Betriebes bzw. bei der Modernisierung des Bestandes. Bei den positiv erledigten Fällen wurden insgesamt 296 Arbeitsplätze (390 inklusive jeweilige Unternehmer) geschaffen.

Neben den oben dargestellten Maßnahmen wurden die Neugründer auch mit Garantien unterstützt, wobei insgesamt fünf Ansuchen mit einem Garantievolumen von 0,7 Mio. EUR und einem Investitionsvolumen von 1,45 Mio. EUR bewilligt wurden. Dabei wurden insgesamt 35 Arbeitsplätze neu geschaffen.

### 3.1.2.3.2 Übernahme von Garantien für Tourismus- und Freizeitbetriebe

Seit Bestehen der Garantieaktion im Jahre 1999 wurden bei der ÖHT (inkl. der mittlerweile ausgelaufenen Garantien für Kongresse) insgesamt 414 Garantieanträge eingereicht, davon 46 im Jahr 2004. Das insgesamt angesuchte Garantievolumen betrug 252 Mio. EUR (davon 33 Mio. EUR im vergangenen Jahr).

Im Wirtschaftsjahr 2004 wurden 25 Anträge positiv entschieden. 25 Ansuchen wurden außer Evidenz genommen. Bei den noch offenen Anträgen (38) handelt es sich über-

wiegend um richtlinienkonforme, förderungswürdige und auch bereits vorbegutachtete Vorhaben, die meist aufgrund noch fehlender Unterlagen bislang nicht abgeschlossen werden konnten.

Die Garantie wurde 2004 überwiegend für die Finanzierung von investiven Maßnahmen - vor allem für Qualitätsverbesserungen bzw. Betriebsgrößenoptimierungen - herangezogen, wobei u.a. auch die Realisierung einiger Unternehmensneugründungen vor allem im gastronomischen Bereich ermöglicht wurde. Weiters wurden Garantien für finanzielle Restrukturierungen sowie für Beteiligungen zur Verbesserung der nach wie vor schlechten Eigenkapitalausstattung heimischer Tourismusbetriebe eingeräumt.

<b>Tabelle 8: Antrags- und Ergebnisübersicht (Übernahme von Garantien für Tourismus- und Freizeitbetriebe inklusive Kongressgarantien)</b>	
<b>Antragsübersicht</b>	
Zahl der Anträge	46
Antragsvolumen	33,0 Mio. EUR
<b>Ergebnisübersicht (Basis: erledigte Anträge)</b>	
genehmigtes Volumen	14,8 Mio. EUR
besichertes Investitionsvolumen	27,6 Mio. EUR
garantiertes Beteiligungsvolumen	0,1 Mio. EUR
Beschäftigte in Betrieben, die Garantie erhielten	530

Aufgrund der letztjährigen Entwicklung ist auch für die kommenden Jahre eine gleichbleibende Nachfrage nach dem Garantieinstrument zu erwarten. Es wird ein deutlicher Anstieg des Garantievolumens nicht zuletzt durch die Einführung der Basler Eigenkapitaladäquanz-Richtlinien erwartet.

#### 3.1.2.4 Förderungen im Wege des ERP-Fonds

Im Jahr 2004 wurden von der ERP-Fachkommission insgesamt 31,63 Mio. EUR ERP-Kreditmittel vergeben, wobei mit der Kreditvergabe sehr ähnliche Ziele verfolgt wurden wie in der TOP-Tourismus-Förderung (Verbesserung der Angebotsqualität und der Wettbewerbsfähigkeit, Unterstützung des Aktiv- und Erlebnisurlaubs, touristische Entwicklung benachteiligter Regionen). Diese Mittel kamen in der Hotellerie überwiegend bei An-, Um- und Zubauvorhaben für die Erneuerung der Kapazitäten und in den Ziel- bzw. Nationalen Regionalförderungsgebieten auch für Neubauvorhaben zum Einsatz. Der weitere wesentliche Schwerpunkt waren touristische Infrastrukturvorhaben. Informationen dazu sind der Homepage des BMWA unter

---

www.bmwa.gv.at/tourismus bzw. der Abbildung "Entwicklung des geförderten Investitionsvolumen bei der ÖHT" (Seite 27) zu entnehmen.

### 3.1.2.5 Förderungen im Wege des BMWA

#### 3.1.2.5.1 Einzelsubventionen

Im Jahr 2004 unterstützte das BMWA mit einer Gesamtsumme von rund 5,1 Mio. EUR Projektträger wie z. B. den Bundesverband für Urlaub am Bauernhof in Österreich, die WOTEG Wolfgangsee Tourismusentwicklung GmbH sowie den Verband alpiner Vereine Österreichs. Weiters wurden im Zusammenhang mit dem "Strategischen Schwerpunktprogramm 3" (SSP 3; siehe dazu auch Kapitel 3.1.3.3) insgesamt fünf Ansuchen einer positiven Erledigung zugeführt.

#### 3.1.2.5.2 EU-Projektförderungen

##### 3.1.2.5.2.1 Ziel 1-Gebietsprogramm

Das Ziel 1-Gebietsprogramm betrifft die Förderung besonders benachteiligter Gebiete (Burgenland), wofür für die Strukturfondsperiode 2000-2006 rund 270 Mio. EUR zur Verfügung stehen. Die durch dieses Programm hervorgerufene touristische Entwicklung leistet einen wesentlichen Beitrag zur Unterstützung des Regions- und Strukturwachstums.

Im vergangenen Jahr wurden im Rahmen des Ziel 1-Gebietsprogrammes drei Förderungsansuchen, und zwar ein Ansuchen der ARGE Gesunde Bewegung Ges.n.b.R. in der Höhe von 113.889 EUR sowie zwei Ansuchen des Landesverbandes "Burgenland Tourismus", und zwar ein Ansuchen in der Höhe von 741.317 EUR, davon 211.805 EUR nationale Mittel/BMWA und 529.512 EUR EU-Mittel/ERP-Fonds, und ein Ansuchen im Rahmen des Additionalitätenprogrammes in der Höhe von 247.000 EUR (nationale Mittel/BMWA), positiv erledigt.

Im Rahmen der ERP-Aktion für die Tourismuswirtschaft wurden 2004 im Ziel 1-Programm in fünf Fällen ERP-Kredite vergeben.

### 3.1.2.5.2.2 Ziel-2-Gebietsprogramm

Bei den Ziel-2-Gebieten handelt es sich um Gebiete mit einem sozioökonomischen Wandel in den Sektoren Industrie und Dienstleistungen, ländliche Gebiete mit rückläufiger Entwicklung und um Problemgebiete in den Städten. In Österreich gibt es in allen Bundesländern - außer Burgenland - Ziel-2-Gebiete. Für die Strukturfondsperiode 2000-2006 stehen rund 680 Mio. EUR zur Verfügung.

Im vergangenen Jahr wurden im Zusammenhang mit den Ziel-2-Gebietsprogrammen im Rahmen der TOP-Tourismus-Förderung 2001-2006 22 Förderungsfälle mit einem Zuschussvolumen von 5,267.797 EUR aus Tourismusförderungsmitteln des BMWA und EU-Mitteln gefördert; weiters wurden sieben ERP-Kredite vergeben.

In den Phasing-Out-Gebieten (gemäß EU-Definition) wurden im vergangenen Jahr im Rahmen der TOP-Tourismus-Förderung 2001-2006 19 Förderungsfälle mit einem Zuschussvolumen von 3,026.571 EUR aus Tourismusförderungsmitteln des BMWA und EU-Mitteln unterstützt; in weiteren vier Fällen kamen ERP-Kredite zum Einsatz.

### 3.1.2.5.2.3 Gemeinschaftsinitiativenprogramme

Mit der Verordnung (EG) Nr. 1260/1999 wurden die vier Interventionen LEADER+, INTERREG III, EQUAL und URBAN II als Gemeinschaftsinitiativen (GI) für die Strukturfondsperiode 2000-2006 festgelegt, wobei für den Tourismus die GI LEADER+ und INTERREG III bedeutend sind. Die Finanzierung der GI von Seiten der Europäischen Union (EU) erfolgt aus den Strukturfonds. Den Strukturfondsmitteln sind nationale Mittel (öffentliche und private) gegenüberzustellen.

#### LEADER+:

Im Rahmen dieser GI der EU werden innovative Strategien zur Entwicklung ausgesuchter ländlicher Regionen gefördert. Wesentliche Elemente dieser Initiative sind die Bevorzugung integrierter regionaler Entwicklungsstrategien gegenüber sektorspezifischen Aktionen, die besondere Betonung des Mitwirkens der lokalen Bevölkerung an der gebietsbezogenen Entwicklung sowie die intensive Zusammenarbeit und Vernetzung der ländlichen Gebiete.

Als Programmziele für LEADER+ sind zu nennen:

- ökonomische, ökologische und soziokulturell nachhaltige Entwicklungsansätze
- Stärkung der Regionsidentität und des Regionsbewusstseins
- transregionale/-nationale Zusammenarbeit
- innovative Lösungsansätze

---

Die finanziellen Mittel werden im Falle von LEADER+ aus dem "Europäischen Ausrichtungs- und Garantiefonds für die Landwirtschaft, Abteilung Ausrichtung" (EAGFL-A) bereitgestellt. Gemäß dem LEADER+-Programm konnten im Jahr 2004 sieben Förderungszusagen (Burgenland: drei, Niederösterreich: eine, Salzburg: eine, Steiermark: eine und Tirol: eine) in der Höhe von insgesamt 172.190 EUR (Beteiligung des BMWA) einer positiven Erledigung zugeführt werden.

#### INTERREG III:

Ziel dieser GI der EU ist die Förderung der schrittweisen Entwicklung von Strukturen für eine verstärkte länderübergreifende Zusammenarbeit der Regionen Europas. Die Umsetzung erfolgt über drei Punkte:

1. Ausrichtung A - grenzübergreifende Zusammenarbeit: die Zusammenarbeit benachbarter Gebiete soll mit der Umsetzung gemeinsamer Entwicklungsstrategien das Entstehen grenzübergreifender wirtschaftlicher und sozialer "Pole" fördern. In Österreich werden insgesamt sieben INTERREG III A-Programme umgesetzt. Vier davon sind "Außengrenzprogramme" mit Tschechien, Slowakei, Ungarn und Slowenien, für die PHARE CBC-Mittel zum Einsatz kommen. Die anderen drei sind "Binnengrenzprogramme" mit Italien, Deutschland/Bayern und Alpenrhein-Bodensee-Hochrhein. Touristische Projekte sind vor allem themenbezogene Infrastruktur- und Marketingmaßnahmen, Vernetzungen und Packages, aber auch Studien.
2. Ausrichtung B - transnationale Zusammenarbeit: es werden Raumentwicklungskooperationen in elf europäischen Großregionen gefördert, wobei Österreich bei den Programmen Alpenraum (alle acht Alpenanrainerstaaten) und CADSES (Donau- und Donauzufluss-Anrainerstaaten) beteiligt ist.
3. Ausrichtung C - interregionale Zusammenarbeit: Ziel ist, die Regionen mit Entwicklungsrückstand durch einen umfangreichen Informations- und Erfahrungsaustausch zu unterstützen.

Tourismusprojekte im Rahmen von INTERREG III A werden laufend - im Rahmen von INTERREG III B und C nach vorher erfolgtem Aufruf - dem zuständigen Lenkungsausschuss zur Beschlussfassung übermittelt.



Die finanziellen Mittel werden aus dem "Europäischen Fonds für regionale Entwicklung" (EFRE) bereitgestellt. Neben den Mitteln der EU und den Eigenmitteln des Projektträgers werden in der Regel nationale Mittel vom Bund und/oder von den entsprechenden Bundesländern zur Verfügung gestellt. Im Jahr 2004 wurden im Rahmen des INTERREG III-Programms insgesamt elf Förderungszusagen (Burgenland: vier, Kärnten: drei, Niederösterreich: eine, Oberösterreich: zwei und Tirol: eine) in der Höhe von insgesamt 671.404,30 EUR (Beteiligung des BMWA) einer positiven Erledigung zugeführt.

Weitere Informationen zu den Gemeinschaftsinitiativenprogrammen finden Sie auf der Homepage des BMWA unter [www.bmwa.gv.at/tourismus](http://www.bmwa.gv.at/tourismus).

### 3.1.3 Strategische Schwerpunktprogramme

#### 3.1.3.1 Strategisches Schwerpunktprogramm 1

“DMMA - Destinations Management Monitor Austria”



Große Entwicklungsdynamik 2004 durch MAPCOR

Das Jahr 2004 war von großer interner Dynamik im DMMA geprägt. Im Jahr 2003 wurde die Umstellung der DMMA-Entwicklungsarbeit auf gemeinsame Schlüsselprojekte beschlossen. Die ARGE DMMA hat als erstes Schlüsselprojekt mit Unterstützung des BMWA für das standardisierte Marketing-Planung-Controlling-Reporting (kurz "MAPCOR") das Projektkonzept, das Redesign der Geschäftsprozesse und das Pflichtenheft erstellt sowie die Ausschreibung für die Suche eines Umsetzungspartners unter Einbeziehung von Vergabeburisten vorbereitet. MAPCOR baut auf einem integrierten Marketingcontrolling-Ansatz auf und ermöglicht es Tourismusverbänden, die Marketingplanung in effizienten Prozessen EDV-gestützt abzuwickeln. Die wesentlichen Plan- und Ist-Werte werden als Controlling-Benchmarks allen MAPCOR-Anwendern zur Verfügung gestellt. Damit sichert der DMMA die Fortsetzung der gemeinsamen Wissensarbeit und die Möglichkeit der weiteren Effizienz- und Effektivitätssteigerung der Tourismusorganisationen. Dem DMMA ist es gelungen, für die Entwicklung und Umsetzung von MAPCOR die Landestourismusorganisationen von Vorarlberg (Vorarlberg Tourismus) und Niederösterreich (Niederösterreich Werbung) zu gewinnen.

MAPCOR bringt die Einführung der Balanced Score Card im Tourismusmanagement Marketing-Controlling misst nicht nur die operative Effizienz, sondern auch die strategische Effektivität - als die Wirksamkeit des Marketing über längere Zeitspannen. Daher mussten die planerischen Vorkehrungen in den DMMA-Regionen mit der Überprüfung der aktuellen Strategie, allfälliger Anpassungen und der Entwicklung von Zielelandkarten (ScoreCards) geschaffen werden. In sieben MAPCOR-Pilotregionen wurde im Herbst 2004 die Arbeit gestartet und wird voraussichtlich bis Sommer 2005 andauern.

#### Neue DMMA-Rechtsform und vier neue Mitglieder mit 1. Quartal 2005

Die Umsetzung des Projektes MAPCOR machte es erforderlich, die ARGE DMMA als Gesellschaft bürgerlichen Rechts in einen Verein umzuwandeln. Zeitgleich mit der Umstrukturierung sind die Regionen Neusiedler See Tourismus GmbH, Donau Niederösterreich Tourismus GmbH und Bodensee-Alpenrhein-Tourismus als neue Mitglieder dem DMMA beigetreten. Mit Unterstützung des BMWA wurden die drei neuen Mitglieder in das DMMA-Benchmarking aufgenommen (Durchführung Management- und Marketing-Check, Entwicklung der regionalen strategischen Schwerpunktprojekte, DMMA-Cockpit). Die Regionen Villach und Achensee haben sich entschlossen, aus dem DMMA auszutreten. Damit sind beim DMMA per 31.12.2004 die folgenden 14 Regionen beteiligt:

Bodensee-Alpenrhein	Donau Niederösterreich
Europa Sportregion Zell am See Kaprun	Gastein
Internationaler Bodensee	Millstätter See
Mostviertel	Neusiedler See
Steirisches Thermenland	Thermenwelt Burgenland
Waldviertel	Wilder Kaiser Brixental
Wolfgangsee	Zillertal

Im April 2005 hat die Saalfelden Leogang Tourismus GmbH einen Mitgliedsantrag gestellt, sodass der Verein DMMA 2005 von 15 Mitgliedern getragen werden wird. Der DMMA repräsentiert nach wie vor rd. ein Drittel der touristischen Wertschöpfung in Österreich.

#### Weitere Aktivitäten (auszugsweise) aus 2004:

- Das Management- und Marketing-Know-How des DMMA konnte in die Entwicklung eines Arbeitsprogramms für die WOTEG, die Wolfgangsee Tourismusentwicklungsgesellschaft einfließen; dazu wurden mehrere

- Arbeitsgespräche durchgeführt.
- Die DMMA-Präsentation im Internet ([www.dmma.at](http://www.dmma.at)) wurde überarbeitet.
  - Im Rahmen der strategischen Partnerschaft betreffend T-MONA (Gästabefragung) konnten die spezifischen Anliegen von Tourismusregionen und der DMMA-Regionen im speziellen mit der ÖW abgestimmt werden, die DMMA-T-MONA-Entwicklungsarbeit wird im Herbst 2005 vertieft werden.

#### Ausblick Jahresprogramm 2005

1. MAPCOR in den DMMA-Regionen und bei den assoziierten Entwicklungspartnern einführen
2. T-MONA Kooperation mit ÖW vertiefen
3. DMMA-Evaluierungs-Meeting als Abschluss der Entwicklungsarbeit 2001-2004

Weitere Informationen finden Sie in den Lageberichten der letzten Jahre sowie im Internet unter [www.dmma.at](http://www.dmma.at).

### 3.1.3.2 Strategisches Schwerpunktprogramm 2 Best Health Austria



#### Österreichs Gesundheitstourismus auf dem Weg zur Nr. 1 in Europa

Nicht zuletzt durch Motivation und Unterstützung des BMWA sowie der Identifikation des Bundesministeriums für Gesundheit und Frauen (BMGF) bzw. der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ) mit dem Thema wurde 2002 die Clusterinitiative Best Health Austria (BHA) ins Leben gerufen. Gemeinsam mit den wesentlichen und marktführenden Gesundheits- und Wellnessanbietern, sowohl auf betrieblicher Ebene (Wellness- und Kurhotels, Kurbetriebe, Thermen, Kliniken, Rehabilitationszentren) als auch auf Ebene von Angebotskooperationen und Länderorganisationen in Österreich hat man sich zum Ziel gesetzt, Österreich als Gesundheitsdestination Nr. 1 in Europa zu positionieren. Dazu wurde im Jahr 2003 die Best Health Austria Gesellschaft für Gesundheitstourismus mbH (BHA) gegründet.

Die BHA ist nunmehr die nationale Clustergesellschaft des österreichischen Gesundheitstourismus und Trägerorganisation des nationalen und staatlich aner-

---

kannten Qualitätsgütezeichens "Best Health Austria" auf Basis des Austria Gütezeichens. Die Verordnung hierfür wurde vom Bundesminister für Wirtschaft und Arbeit, Dr. Martin Bartenstein, im BGBl. Nr. 448 vom 26.11.2004 erlassen. Das BHA-Gütezeichen wird nur aufgrund der unabhängigen Zertifizierung durch die akkreditierte Stelle "Österreichische Arbeitsgemeinschaft für Qualität" (ÖQA) und nur in Verbindung mit dem Gütezeichen der ÖQA für Gesundheitstourismus vergeben. Die Akkreditierung erfolgt aufgrund des Akkreditierungsgesetzes nach europäischen Regeln.

Den höchsten Qualitätsstandard im europäischen Gesundheitstourismus auszubauen, die internationale Wettbewerbsfähigkeit im Gesundheitstourismus zu erhalten und somit eine wirtschaftlich positive Entwicklung der österreichischen Gesundheitsanbieter zu gewährleisten ist oberstes Ziel.

#### Der Kunde steht im Mittelpunkt

Gesundheitstrend und Wellnessboom halten ungebrochen an: Während es noch vor wenigen Jahren knapp 80 Wellness- und Kurhotels in Österreich gab, hat sich die Zahl inzwischen mehr als verachtfacht. Mittlerweile gibt es bereits rund 700 Wellness- und Kurhotels bzw. Thermen sowie rund 200 Privatkliniken und Rehabilitationszentren in Österreich. Für Gäste und Kund/innen ist dieses Angebot längst nicht mehr überschaubar, denn gerade der Begriff "Wellness" ist nicht geschützt und kann daher von jedermann verwendet werden. Dadurch können durchaus gefährliche "Nebenwirkungen" entstehen.

Im Gegensatz zum gegenwärtig stattfindenden Wettrüsten im Gesundheits- und Wellness-tourismus, das sich ausschließlich durch Hardware-Investitionen definiert, setzen die Standards von Best Health Austria bei der Software an. Im Zentrum stehen Dienstleistungsqualität, Mitarbeiterschulung, Beratung und Gäste-/Kund/innenbetreuung. Im Mittelpunkt steht aber ganz besonders auch der/die qualitätssuchende Kund/in, der/die im Rahmen des neuen Qualitätsgütezeichens ganzheitlich, also als Einheit von Körper, Geist und Seele gesehen wird. Daher bekennen sich diese Betriebe zur Qualitätssicherung von "Best Health Austria" mit den strengsten Qualitätskriterien innerhalb der EU.

Die ausgezeichneten Betriebe von "Best Health Austria" geben ihren Gästen/Kund/innen Orientierung und Leistungssicherheit.

Mit Stand Juni 2005 hatten 29 Betriebe das Qualitätsgütezeichen bereits erworben, weitere rund 90 Betriebe befinden sich im Zertifizierungsprozess.

#### Internationales Interesse geweckt

Das staatlich anerkannte Gütezeichen, bzw. die Kriterienqualität, sowie das unabhängige Prüfsystem (ÖQA-Österreichische Arbeitsgemeinschaft zur Förderung der Qualität ist zur Vergabe und Überwachung berechtigt), Betriebscoaching und Benchmarking im Gesundheitstourismus haben bereits das Interesse ausländischer Organisationen geweckt. So gibt es konkretes Interesse in Nachbarländern, dieses Modell sowie die Kriterien zu übernehmen, um eine optimale Marktdurchdringung bei Gästen/Kunden/innen zu erzielen. Das internationale Interesse, gerade den österreichischen Weg gehen zu wollen, ist auch eine Bestätigung für die österreichische Qualitätsinitiative.

Weitere Informationen finden Sie in den Lageberichten der letzten Jahre sowie unter [www.besthealthaustria.com](http://www.besthealthaustria.com).

### 3.1.3.3 Strategisches Schwerpunktprogramm 3 Culture Tour Austria



Culture Tour Austria ist ein vom BMWA und vom Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur (bm:bwk) initiiertes strategisches Schwerpunktprogramm für den österreichischen Kulturtourismus. Culture Tour Austria stellt die Startinitiative für einen neuen Entwicklungs- und Modernisierungsschub im österreichischen Kulturtourismus dar. Culture Tour Austria wird das umfangreiche kulturelle Kapital und die exzellente Tourismuskompetenz auf neue Art kreativ verbinden und Österreichs Kulturtourismus als weltweit begehrtes Spitzenprodukt positionieren. Im auf zwei Jahre angelegten Programm sollen die Weichen für eine neue Qualität der Zusammenarbeit zwischen Kultur und Tourismuswirtschaft gestellt werden.

#### Analyse-, Research und Entwicklungsprojekte weitgehend abgeschlossen

Seit der Start-Up Veranstaltung am 12. Oktober 2004 im Museum Moderner Kunst Stiftung Ludwig Wien, auf der das Programm einer breiten Öffentlichkeit aus dem Kultur- und Tourismusbereich präsentiert wurde, ist ein Großteil der Entwicklungs- und Vorbereitungsprojekte abgeschlossen, zu anderen Projekten liegen die Hauptergebnisse vor.

Folgende Projekte wurden bereits realisiert:

- Schlüsselprojekt Zukunftsstrategie Kulturtourismus Austria 2010+
- Schlüsselprojekt Regionale Kulturtourismusstrategien - Zukunftsstrategie

- 
- Kulturtourismus Vorarlberg 2010+
  - Schlüsselprojekt Regionale Kulturtourismusstrategien - Zukunftsstrategie Kulturtourismus Graz/Steiermark 2010+
  - Schlüsselprojekt Interkulturelle Bühne Österreich
  - Schlüsselprojekt Internationalisierungsstrategien für Museen außerhalb touristischer Zentren
  - Schlüsselprojekt Kulturtouristische Nutzung für kulturelles Erbe und historische Bauten
  - Schlüsselprojekt Analyse der Vertriebs- und Vermarktungsstrukturen für die Zukunftsmärkte China und Russland
  - Schlüsselprojekt Marke Kulturtourismus Austria
  - Schlüsselprojekt Projekt und Workshopreihe KULTOUR: Kooperations- und Qualitätskriterien für den Kulturtourismus
  - Supportprojekt Image- und Kommunikationssystemanalyse Oberitalien und Deutschland
  - Supportprojekt Internationale Markt- und Trendanalysen
  - Supportprojekt Internationale Good-Practise Analysen

Die einzelnen Projekte brachten wertvolle Informationen zur aktuellen Situation des österreichischen Kulturtourismus auf internationalen Märkten. Darüber hinaus lieferten die Studien konkrete Hinweise für die Ausrichtung der zukünftigen Kommunikations- und Vertriebsstrukturen. Jedes der abgeschlossenen Projekte enthält ein Umsetzungsmaßnahmenpaket, die einzelnen Maßnahmen dazu werden derzeit einer Finanzierungs- und Umsetzungsdiskussion unterzogen.

#### Erstentwurf zur Zukunftsstrategie erstellt und vom Strategiekomitee diskutiert

Die Entwicklung der Zukunftsstrategie Kulturtourismus Austria 2010+ stellt das entscheidende zentrale Projekt für die zukünftige Ausrichtung des österreichischen Kulturtourismus dar und verdient deshalb besondere Erwähnung. Aufbauend auf Vorbereitungsprojekten in den Bereichen Marktforschung, Trendanalyse und internationales Benchmarking und unter Nutzung von zahlreichen Experteninterviews stellte die vom BMWA beauftragte Firma invent einen ersten Strategieentwurf fertig und präsentierte diesen auf der ersten Sitzung des Strategiekomitees am 11. Mai 2005 im Museumsquartier Wien. Die Strategieempfehlungen im Detail umfassen:

1. Qualitativ neues Verhältnis Kultur-Tourismus
2. Premiummarkenstrategie Kultur- und Kulturtourismusland Österreich
3. Differenzierte Internationalisierung
4. Angebotsinnovationen
5. Marketinginnovationen

6. Standortentwicklung - Kulturtouristische Metropole und regionale Kulturtourismuszentren
7. Systeminnovationen - Qualitäts- und Internationalisierungsplattform Culture Tour Austria

Der Endvorschlag soll bis Herbst 2005 fertig gestellt werden, um danach von der Strategiegruppe abschließend diskutiert und zur Umsetzung empfohlen zu werden.

Weitere Informationen finden Sie unter [www.culturetour.at](http://www.culturetour.at).

### **3.1.4 Projekt "Blaues Gold - Wertvolles Qualitätswasser im Tourismus"**

Mit dem für 2005 und 2006 anberaumten Projekt "Blaues Gold - Wertvolles Qualitätswasser im Tourismus" soll ein Beitrag zur Kostensenkung und Ertragsoptimierung in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft geleistet werden.

Projektziel ist die Erarbeitung einer österreichspezifischen Fibel mit dem Titel "Blaues Gold - Wertvolles Qualitätswasser im Tourismus". Angestrebt wird die Kostensenkung und Ertragsoptimierung im Tourismus durch eine breit angelegte Qualitätsverbesserung und Wettbewerbsoptimierung unter Beachtung ökonomischer, ökologischer und sozialer Komponenten. Diese Fibel soll Einsparpotenziale und Ertragssteigerungsmöglichkeiten durch nachhaltiges Wirtschaften mit Wasser als Wettbewerbsvorteil für die österreichische Tourismuswirtschaft aufzeigen und die praktische Umsetzung in der Österreichischen Tourismus- und Freizeitwirtschaft erleichtern. Im Herbst des Jahres 2006 wird die Fibel im Rahmen einer Präsentationsveranstaltung vorgestellt werden.

## **3.2 Andere aktuelle Arbeitsfelder**

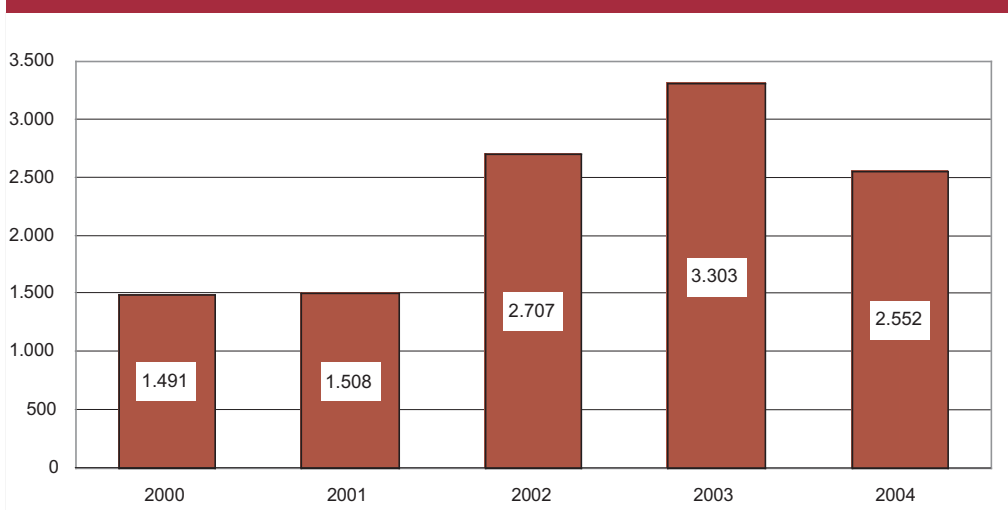
### **3.2.1 Der Arbeitsmarkt im Beherbergungs- und Gaststättenwesen im Jahr 2004**

#### **Unselbständige Beschäftigung**

Trotz des nach wie vor verhaltenen Wirtschaftswachstums stieg die Beschäftigung in der Branche Beherbergungs- und Gaststättenwesen im Jahr 2004 im Vergleich zum Vorjahr mit 2.552 bzw. 1,6 % deutlich stärker an als die Beschäftigung insgesamt (+ 0,5 %). Von den 3.200.500 unselbständig Beschäftigten österreichweit waren 5,0 % im Tourismus beschäftigt, das entspricht einem Durchschnittsbestand von 159.019 im Jahr 2004.

Die Beschäftigung im Tourismus stieg über das Jahr gesehen in allen Bundesländern: Ein überdurchschnittlicher Anstieg war in Vorarlberg (+ 2,5 %), Salzburg (+ 2,4 %), Tirol (+ 2,1 %) und Oberösterreich (+ 1,7 %) zu verzeichnen, während Burgenland (+ 1,6 %) und Kärnten (+ 1,6 %) der bundesweiten Entwicklung entsprach. Am unteren Ende der Skala befinden sich die Steiermark (+ 1,5 %), Niederösterreich (+ 1,2 %) und Wien (+ 0,9 %).

**Abbildung 10: Entwicklung der unselbständigen Beschäftigung im Tourismus  
Absolutveränderung zum Vorjahr**



Die geringsten Streuungen, also die kleinsten saisonalen Abweichungen in der Beschäftigung, gab es im Burgenland, Wien und der Steiermark, hingegen waren die Schwankungen in Tirol, Salzburg und Kärnten am größten.

Im Tourismus sind rund 61 % der Beschäftigten Frauen. Geschlechtsspezifisch differenziert war der Beschäftigungsanstieg bei den Frauen mit + 1,2 % (+ 1.184 auf 96.608) etwas schwächer ausgeprägt als bei den Männern mit + 2,2 % (+ 1.368 auf 62.411).

Diese Branche hat mit 31,4 % einen sehr hohen Ausländeranteil an den unselbstständig Beschäftigten. Auch die geringfügige Beschäftigung ist im Tourismus überdurchschnittlich: mit 22.376 geringfügigen Beschäftigungsverhältnissen waren 10,0 % aller geringfügigen Beschäftigungsverhältnisse in dieser Branche zu verzeichnen. Nur der Einzelhandel (12,4 %) und die unternehmensbezogenen Dienstleistungen (12,9 %) weisen einen noch höheren Anteil an den geringfügigen Beschäftigungsverhältnissen auf.



### **Arbeitslosigkeit**

Von den 243.880 im Jahresdurchschnitt 2004 vorgemerkten Arbeitslosen sind 14,1 % der Branche Beherbergungs- und Gaststättenwesen zuzurechnen. Während die Arbeitslosigkeit bundesweit um 1,6 % (+ 3.800) im Vorjahresvergleich zugenommen hat, weist der Tourismus einen Anstieg von + 5,1 % (+ 1.687 auf 34.468) auf. Nachdem der Tourismus einen hohen Saisonanteil aufweist, bedingt eine positive Entwicklung der Beschäftigung in der Folge eine hohe Arbeitslosigkeit nach Saisonende. Das spiegelt sich auch in der Arbeitslosenquote von 17,8 % (+ 0,5 Prozentpunkte im Vorjahresvergleich) wider - der Durchschnitt aller Branchen beträgt vergleichsweise 7,1 % (+ 0,1 Prozentpunkte im Vorjahresvergleich).

Geschlechtsspezifisch differenziert war bei den Frauen, die 61,5 % der Arbeitslosen im Tourismus ausmachen, eine Zunahme von 5,2 % (+ 1.052) auf 21.183, bei den Männern von 5,0 % (+ 635) auf 13.285 zu konstatieren.

Der Anteil der Arbeitslosen mit (Wieder-)Einstellzusage liegt in dieser Branche hoch. So hatten im April bzw. November 2004 43 % respektive 54 % der Arbeitslosen bereits eine Einstellzusage. In der Betrachtung nach Bundesländern für den November 2004 weist Tirol (87 %) den höchsten Anteil an Personen mit Einstellzusage auf, gefolgt von Salzburg (82 %), Vorarlberg und Kärnten (jeweils 62 %). Am unteren Ende der Skala finden sich Wien (7 %), Niederösterreich und Oberösterreich (jeweils 25 %).

### **Stellenangebot**

Durchschnittlich gab es im Jahr 2004 in der Tourismusbranche 3.799 offene Stellen, das sind um - 358 bzw. - 8,6 % weniger als im Vorjahr. Vom Rückgang des Stellenangebotes waren mit Ausnahme Burgenlands alle Bundesländer betroffen. Die meisten offenen Stellen gab es in Tirol (635) gefolgt von Oberösterreich (548), Salzburg (536) und Niederösterreich (517).

Im gesamten Jahr 2004 wurden dem Arbeitsmarktservice Österreich 70.120 neue Stellen gemeldet. Rund 54 % (37.600) dieser neu gemeldeten Stellen galten der Saisonarbeit.

### **Lehrstellenmarkt**

Im Jahresdurchschnitt 2004 standen im Fremdenverkehr (Berufe) 515 Lehrstellensuchende (+ 75 bzw. + 17,1 % im Vorjahresvergleich) 787 offenen Lehrstellen (-178 bzw. -18,5 % im Vorjahresvergleich) gegenüber.



Die meisten Lehrstellensuchenden gab es in Wien (153), der Steiermark (82) und Niederösterreich (77). Der Großteil der offenen Lehrstellen wurde in Tirol (151), Salzburg (151) und Kärnten (114) angeboten.

Somit war die Situation für Lehrstellensuchende - Mobilität vorausgesetzt - im Tourismus ausgezeichnet: auf jede/n Lehrstellensuchenden kamen durchschnittlich 1,5 offene Lehrstellen. Im Vergleich dazu kommen am gesamten Lehrstellenmarkt 2,3 Lehrlinge auf eine offene Stelle.

Bemerkenswert ist, dass im Jahr 2004 1.726 Lehrlinge mit deutscher Staatsbürgerschaft in Österreich in Ausbildung waren.

### 3.2.1.1 Neue Lehrberufe

Der geplante Lehrberuf Gastronomiefachkraft soll die Zusammenführung der Ausbildung in der Doppellehre in den gastronomischen Berufen Koch und Restaurantfachmann zu einem kompakten Berufsbild realisieren. Bei der Ausbildung im Lehrberuf Gastronomiefachkraft firmieren die Ausbildungsinhalte nicht mehr als die beiden Einzellehrberufe Koch und Restaurantfachmann, sondern dieser Beruf erhält ein eigenes Gesamtprofil. Damit sollen die Rahmenbedingungen für die Ausbildung verbessert und den Erfordernissen der Wirtschaft Rechnung getragen werden. Gleichzeitig soll eine Imageverbesserung im gastronomischen Ausbildungsbereich erfolgen. Das Begutachtungsverfahren ist bereits abgeschlossen, so dass in Kürze die Publizierung im Bundesgesetzblatt erfolgen kann.

---

Offen ist noch die Frage der Etablierung der Bildungsschiene "Lehre und Matura" hinsichtlich des Lehrberufes Gastronomiefachmann.

### 3.2.1.2 Projekt "Maßnahmenpaket Tourismus, Arbeit & Ausbildung"

Der touristische Arbeitsmarkt ist durch eine Vielzahl von Herausforderungen und Problemstellungen gekennzeichnet. Exemplarisch sind folgende zu nennen:

- Der Tourismus in Österreich ist äußerst kleinbetrieblich strukturiert.
- Das Motto "Qualität vor Quantität" gilt als Überlebensfrage im österreichischen Tourismus.
- Der Arbeitsmarkt im Tourismus ist als "janusköpfig" zu bezeichnen: trotz steigender Arbeitslosigkeit wird ein immer stärkerer Mangel an qualifizierten Arbeitskräften beklagt, wobei dies nicht nur ein nationales, sondern auch ein internationales Phänomen ist.
- Die Anzahl der Saisoniers nimmt stetig zu, gleichzeitig beklagen die Unternehmen den immer stärkeren Arbeitskräftemangel in diesem Sektor. In diesem Zusammenhang werden sich auch Änderungen des österreichischen Arbeitsmarktes durch den EU-Beitritt der Nachbarländer ergeben.
- Das Image des Tourismus ist in der Arbeitswelt negativ behaftet. Neben langen und unregelmäßigen Arbeitszeiten, vielen Überstunden, Arbeit zu Zeiten, in denen andere nicht arbeiten, sowie einem hohen Anteil an Hilfsarbeiterjobs bzw. niedrig qualifizierten Jobs stellt die relativ kurze Dauer des Verbleibens am Arbeitsplatz durch die starke Saisonalität ein Problem für den Arbeitsmarkt dar.

Auf Initiative von Bundesminister Dr. Bartenstein wurde daher im Jahr 2004 ein Projekt zum Thema "Maßnahmenpaket Tourismus - Arbeit & Ausbildung" gestartet. Ziel ist die Erstellung eines Maßnahmenpaketes zum Thema Arbeit und Ausbildung im Tourismus als Strategieinstrumentarium, um unter dem Blickwinkel der zukünftigen Entwicklung der touristischen Erfolgskriterien/Quellmärkte eine Verbesserung des Arbeitskräftepotenzials für den Tourismus zu ermöglichen.

Die zukünftigen Erfolgskriterien im Tourismus, die Arbeitsmarktsituation und -bedingungen, die touristischen Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten sowie die steuerlichen Rahmenbedingungen in Bezug auf die Einkommenssituation der im Tourismus Beschäftigten werden dabei einer genauen Analyse unterzogen.

---

Projektziele sind die Ausarbeitung von Lösungsvorschlägen zur Verbesserung der Themenkomplexe und die Definition von Maßnahmen zur Stärkung des touristischen Arbeitskräftepotenzials unter Einbeziehung und Abstimmung mit den Akteuren im Tourismus.

Im Herbst 2005 werden im Rahmen einer Abschlussveranstaltung die Ergebnisse präsentiert.

### **3.2.2 Veranstaltungen und Projekte**

#### **3.2.2.1 "Kinder-Ski-ASS"**

Im Jahr 2003 wurde zum ersten Mal der Wettbewerb "Kinder-Ski-ASS" durchgeführt.

Ziel ist es, Kinder und Jugendliche bis zum 14. Lebensjahr für den Wintersport zu begeistern, um eine nachhaltige Sicherung der österreichischen Wintersport- und Tourismuswirtschaft zu gewährleisten. Dazu bedarf es vor allem der Belebung der Segmente "Winterurlaub von Kindern und Jugendlichen sowie von Familien mit Kindern".

Auch 2004 hat das BMWA zum Wettbewerb "Kinder-Ski-ASS" eingeladen, der unter dem Motto "Spaß mit Maß" stand. Mit diesem Motto sollte dem Sicherheitsgedanken sowie dem Spaßfaktor beim Wintersport Rechnung getragen werden.

Folgende Beurteilungs-Kriterien wurden zur Auswahl herangezogen:

- Beitrag zur nachhaltigen Sicherung und Neugewinnung von Wintersport-Nachwuchs,
- Thematisierung der Vielfalt des Wintersport-Angebotes,
- zielgruppenorientierte Umsetzung des Projektes,
- Innovations- und Vorbildcharakter.

Teilnahmeberechtigt waren alle bereits mindestens ein Jahr erfolgreich bestehenden Projekte in den beiden Kategorien (Kategorie I "Tourismusbetriebe" und Kategorie II "Tourismusorganisationen, -destinationen und -kooperationen"), deren Projekte und Angebote dem Motto im Jahr 2004 Rechnung trugen.

Zum Motto passend wurden drei Projekte, die das Thema Sicherheit beim Wintersport aufgriffen und damit auch Kinder für den Wintersport begeistern sollten, von der unabhängigen Fachjury bewertet.

---

In der Kategorie I - Tourismusbetriebe lautet der Preisträger 2004:

Schmittenhöhebahn AG mit dem Projekt  
"Schmidolins Junior Club"  
Frau Mag. (FH) Sochinger  
Zell am See - Salzburg

Schmidolins Junior Club soll Kinder für den Wintersport begeistern und auch im Sommer Bewegung und Spiel beim Wandern fördern.

Nominiert wurde die Skischule Fiss-Ladis mit dem Projekt - Kinder & Jugendskilehrplan, Fiss - Tirol.

In der Kategorie II - Destinationen, Tourismusorganisationen und -kooperationen lautet der Preisträger 2004:

Niederösterreich Werbung GmbH mit dem Projekt  
"Gutscheinheft"

Das NÖ-Gutscheinheft soll auch in den nächsten Jahren ein Anreiz für Kinder und Familien sein.

#### 3.2.2.2 "Friends of Fairness"

Im Jahr 2004 stand der Wettbewerb "Friends of Fairness" unter dem Motto "Freizeit, Sport und Spaß".

Teilnahmeberechtigt waren alle bereits realisierten Maßnahmen und Projekte von Freizeit- und Tourismusbetrieben, tourismusnahen Dienstleistern sowie Tourismusorganisationen und Vereinen, die

- a) Menschen mit körperlicher oder intellektueller Behinderung den Zugang zu Freizeit-, Erholungs- und Beherbergungsangeboten grundsätzlich ermöglichen /vereinfachen und/oder
- b) auf eine gesellschaftlich integrative Nutzung von Freizeit-, Sport-, Erholungs- und Beherbergungsangeboten abzielen und/oder
- c) ein spezielles Sport- und Freizeitangebot für behinderte Zielgruppen darstellen.

---

Maßnahmen in diesem Bereich sollen die uneingeschränkte Zusammenführung von Menschen mit und ohne Behinderung fördern.

Nominiert wurden das Hotel Silverio in Oberösterreich, der Verein AGR - Verein "Aktion gemeinsam Reisen" in Wien, der Naturparkverein Markt-Neuhodis im Burgenland und der Verein RollRinn in Tirol.

Das Siegerprojekt des Wettbewerbs lautete "Ausbildungsmodul Behindertenskilauf" des Tiroler Skilehrerverbandes:

Seit der Saison 2003/2004 wird das Pflicht-Modul "Behindertenskiausbildung" in die Gesamtausbildung des Tiroler Schneesportlehrers (Landesski und Snowboardlehrer) eingebunden.

Dem von einer Fachjury ausgewählten Sieger wurde der Wanderpokal im Rahmen einer festlichen Verleihung am 11. November 2004 weitergereicht.

### 3.2.2.3 Betriebsübergaben

Das Tourismusland Österreich hat rund 40.000 Gastgewerbebetriebe. In den nächsten zehn Jahren steht bei rund einem Viertel dieser Betriebe die altersbedingte Betriebsübergabe an. Mit diesem Thema "Betriebsnachfolge im Tourismus" beschäftigt sich ein Best-Practice-Ratgeber, welcher vom BMWA herausgegeben wird. Die Betriebsnachfolge - als Teil des unternehmerischen Lebenszyklus - stellt auch für die Unternehmen in der Tourismuswirtschaft eine große Herausforderung dar.

Dem Bedürfnis nach Aufklärung und Information wird in diesem Ratgeber entsprochen, indem neben den betriebswirtschaftlichen Aspekten die Gründe für das Gelingen oder Scheitern einer Betriebsübergabe, das Verhältnis zwischen Übergeber und Übernehmer sowie die rechtliche Gestaltung der Betriebsübergabe beleuchtet werden. Darüber hinaus wird auf die Kapital- und Liquiditätssicherung sowie die Sicherung der Übergabe bei mehreren Nachfolgern und die Sicherung der Erhaltung des Unternehmens als Familienbetrieb eingegangen.

Mit Beispielen von aktuellen gelungenen Betriebsübergaben im Gastgewerbe werden im Ratgeber Lösungen aufgezeigt, die als Erfolgsfaktoren für die Praxis zur Nachahmung empfohlen werden. Tipps aus der Praxis und Checklisten sowohl für Übergeber als auch für Übernehmer bieten einen Überblick über die wichtigsten Bereiche der Betriebsübergabe, damit der Generationswechsel zum Erfolg wird.

---

Der Ratgeber ist auf der Homepage des BMWA unter [www.bmwa.gv.at](http://www.bmwa.gv.at) - Service/Publicationen abrufbar.

#### 3.2.2.4 Evaluierung des Umsetzungsstandes des Projekts "elektronisches Gästebblatt"

Das BMWA initiierte Anfang 2001 im Rahmen der Initiative "eTourismus" das Projekt "das elektronische Gästebblatt". Dadurch sollen (unter anderem) auf elektronischem Weg statistikrelevante Gästedaten gesetzeskonform vom Beherbergungsbetrieb an die Gemeinde/den Tourismusverband übermittelt werden können.

Um den derzeitigen Umsetzungsstand sowie Hinderungsgründe für die raschere Umstellung näher zu durchleuchten, wurde im Jahr 2004 die Firma FESSEL-GfK durch das BMWA beauftragt, eine entsprechende Umfrage bei berichtspflichtigen Gemeinden durchzuführen.

Nutzeranalyse bezüglich des eGästebblatts:

- Es handelt sich vorwiegend um übernachtungsstarke Gemeinden mit hohem Gästeaufkommen und vielen Beherbergungsbetrieben. Vor allem Tirol nimmt eine Vorreiterstellung vor Salzburg, Vorarlberg und Kärnten ein. Innerhalb der Gemeinden verwenden aber wiederum fast ausschließlich die größeren 5/4-Sterne-Hotels das eGästebblatt.
- Die Zufriedenheit mit dem eGästebblatt ist enorm hoch, ein Großteil der Nutzer-Gemeinden würde es sofort wieder einführen. Besonders geschätzt wird die einfache Anwendbarkeit ohne großen Schulungsaufwand und die generelle Arbeitsvereinfachung.
- Alle Nutzergemeinden müssen derzeit beide Systeme verwenden, da viele kleine und ältere Betriebe (noch?) nicht zu einer Umstellung bereit sind.

Hinderungsgründe:

- In vielen Gemeinden ist das Tourismusaufkommen und die Anzahl der Beherbergungsbetriebe und damit der Anreiz für eine Neuerung deutlich geringer.
- Daraus resultiert eine fehlende Bereitschaft, die nötigen Neuerungen in Angriff zu nehmen, da auch von Seiten der ansässigen Betriebe auf die jeweilige Gemeinde kein Druck ausgeübt wird, die Umstellung durchzuführen.
- Viele Gemeinden gehen auch davon aus, dass viele Betriebe nicht umstellen möchten und fürchten den doppelten Arbeitsaufwand, der durch ein Nebeneinander von eGästebblatt und dem herkömmlichen Meldungssystem entsteht.

#### Status quo und Ausblick

Derzeit wird österreichweit in rund 140 Gemeinden das eGästebuch verwendet, rund 170 Gemeinden planen es. Im Zuge der weiteren Verbreitung von "eGovernment" und des Internet als Informations- und Buchungsmedium im Tourismus wird sich die Umstellung deutlich beschleunigen,

Die Evaluierungsstudie und nähere Angaben zum elektronischen Gästebuch sind auf der Homepage des BMWA [www.bmwa.gv.at/tourismus](http://www.bmwa.gv.at/tourismus) zu finden.

#### 3.2.2.5 Vorbereitungsarbeiten zur EU-Strukturfondsperiode 2007-2013 mit besonderer Berücksichtigung der Einbeziehung des Tourismus

Die laufenden Förderungsprogramme im touristischen Bereich gelten bis Ende 2006, danach wird es zu Änderungen auf nationaler und europäischer (neue EU-Strukturfondsperiode 2007-2013) Ebene kommen.

**Nationale Ebene:** Die derzeit laufenden Förderungsprogramme werden einem Evaluierungsprozess unterzogen, um die strategischen Schwerpunkte, die in die neu zu erarbeitenden Förderungsrichtlinien eingearbeitet werden und die der auf diesen Richtlinien basierenden Unterstützung der österreichischen Tourismuswirtschaft dienen sollen, erfassen zu können.

**EU-Ebene:** Im Rahmen der nächsten EU-Strukturfondsperiode 2007-2013 werden sich zahlreiche Änderungen ergeben, die auch Auswirkungen auf die Tourismusförderungen haben werden.

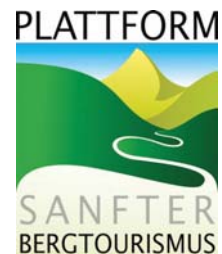
- Änderung der EU-Förderkulisse ab dem Jahr 2007: in Österreich wird es eine Änderung der EU-Förderkulisse geben, dies wird eine Reduktion der EU-Kofinanzierungsmittel zur Folge haben. Das Ziel 1-Gebiet Burgenland wird diesen Status verlieren, Gebiete der bisherigen INTERREG IIIA - Außengrenzprogramme werden zu Gebieten der Binnengrenzprogramme.
- Änderung der Regionalförderkulisse ab dem Jahr 2007: es werden neue Leitlinien für staatliche Beihilfen mit regionaler Zielsetzung gelten, die auch in Österreich zu einer Änderung der nationalen Regionalförderkulisse und einer damit verbundenen Verringerung der Förderintensitäten führen werden.



- Vorarbeiten zur EU-Strukturfondsperiode 2007-2013: Im Juli 2004 wurden von der Europäischen Kommission die ersten Verordnungsentwürfe für die EU-Strukturfonds bzw. für den Landwirtschaftsfonds 2007-2013 vorgelegt. Die Mitgliedstaaten haben die Möglichkeit, dazu Stellungnahmen abzugeben. Im Rahmen der Österreichischen Raumordnungskonferenz (ÖROK) wird derzeit ein Einzelstaatlicher Strategischer Rahmenplan für Österreich für die nächste EU-Strukturfondsperiode ausgearbeitet (Prozess "STRAT.AT"), der Tourismus wird darin fest zu verankern sein. Seitens des BMWA werden Anstrengungen unternommen, den Tourismus auch in der kommenden Strukturfondsperiode aus Mitteln der EU unterstützen zu können.

### 3.3 Nachhaltige Entwicklung

#### 3.3.1 Sanfter Bergtourismus



Gemäß EU-Definition entfallen auf "Berggebiete" 67 % der Gesamtfläche Österreichs. In diesen Regionen haben 3 Millionen Menschen ihren Lebens- und Wirtschaftsraum. So ist es natürlich, dass vor allem die Bereiche Wirtschaft, Kultur und Politik stark von den Besonderheiten der Bergregionen geprägt sind. Neben der Land- und Forstwirtschaft, dem Verkehr, der Energiewirtschaft, dem Natur- und Umweltschutz, der Wasserwirtschaft und vielen anderen Bereichen ist natürlich auch der Tourismus eng mit den Berggebieten verbunden. Im österreichischen Tourismus nimmt daher der Berg- und Wandertourismus eine bedeutende Rolle ein.

Der Wintertourismus hat sich in den letzten Jahren sehr erfreulich entwickelt, seit dem Jahr 2000 übertrifft ein Rekordwinter den nächsten. Nicht ganz so positiv sieht der Rückblick auf die Sommersaisonen aus, er zeigt eine unterschiedliche Entwicklung: während es in den letzten Jahren stets Steigerungen bei Ankünften gab, musste bei Nächtigungen ein Auf und Ab - mit Tendenz eher sinkend - registriert werden. Dennoch, Wandern ist *der* Kernmarkt des Sommertourismus.

Zur Sicherung des touristischen Standortes "Österreich" im internationalen Wettbewerb wird seitens des BMWA auch in Bezug auf den Bergtourismus das Instrumentarium der Förderung auf Bundesebene eingesetzt. Das KMU-Förderungsgesetz und die verschiedenen touristischen Förderrichtlinien sowie EU-Programme mit touristischer Bedeutung enthalten nachhaltigkeitsrelevante Zieldefinitionen.

---

Ein Beispiel für Tourismusförderung ist das "Hüttensanierungsprogramm". Im Zusammenhang mit diesem Programm werden Maßnahmen zur umweltgerechten Verbesserung der Energie-, Trinkwasser- und Güterversorgung, der Abwasser- und Abfallentsorgung unter Nutzung moderner Technologien, Umbau- bzw. Sanierungsarbeiten im Beherbergungs- und Verpflegungsbereich unter strenger Berücksichtigung ökologischer Vorgaben, die umweltgerechte Sanierung von WC-Anlagen und Waschräumen sowie sonstige Maßnahmen zur Verbesserung der Umweltbedingungen, insbesondere in ökologisch sensiblen Gebieten, gefördert.

Eine weitere Initiative ist die Gründung der Plattform "Sanfter Bergtourismus", die im April 2005 durch das BMWA gemeinsam mit dem Verband alpiner Vereine Österreichs (VAVÖ), der ÖW und der Österreichischen Bundesforste AG (ÖBf AG) stattfand.

Ein wichtiges Ziel der Plattform ist es, die Öffentlichkeit über die Bedeutung der alpinen Infrastruktur und deren Erhalt zu informieren - die alpine Infrastruktur bildet eine wichtige Grundlage für die Lebensqualität der Menschen im alpinen Raum. Gerade für die heimischen Tourismusregionen ist der Erhalt der Hütten, Wege, Aufstiegshilfen und aller anderen Einrichtungen von besonderer Bedeutung. Anhand eines einheitlichen Auftritts der Plattform soll die besondere Bedeutung des gemeinsamen Erhalts und der Pflege und Vermarktung der alpinen Infrastruktur dargelegt werden. Der schonende Umgang mit den natürlichen Ressourcen soll im Sinne der Nachhaltigkeit Einheimischen und Gästen nahe gebracht werden.

Die überregional tätige Plattform ist offen für Organisationen aus allen Bereichen, solange sich diese den Grundprinzipien der Nachhaltigkeit wie auch dem sanften Bergtourismus gegenüber verpflichten.

Weitere Informationen finden Sie unter [www.bmwa.gv.at/tourismus](http://www.bmwa.gv.at/tourismus).

### **3.3.2 Leitlinien für "Nachhaltiges Bauen im Tourismus"**

Um nachhaltige Wirtschaftsentwicklung zu unterstützen und um eine allgemeine Qualitätsverbesserung zu erwirken, werden im Auftrag des BMWA Leitlinien für "Nachhaltiges Bauen im Tourismus" entwickelt. Durch die Bildung eines Teams von erfahrenen Tourismusfachleuten, Bauplanern und Haustechnikern des BMWA, Architekten, Bankfachleuten und Tourismusmanagern werden "Baulösungen" für Tourismusbetriebe formuliert. Das Ergebnis wird der österreichischen Tourismuswirtschaft in Form eines Handbuchs zur Verfügung gestellt und im Herbst

---

2005 im Rahmen einer Veranstaltung der Sektion Tourismus und Historische Objekte präsentiert werden. Für das Jahr 2006 sind Präsentationsveranstaltungen in einzelnen Bundesländern geplant.

### 3.3.2 Nachhaltige Entwicklung im EU-Bereich

Mit der Annahme der Mitteilung "Grundlinien zur Nachhaltigkeit des europäischen Tourismus" (KOM(2003) 716endg.) hat die Europäische Kommission einen weiteren Schritt in der Umsetzung der Entschließung des Rates vom 21. Mai 2002 über die Zukunft des Tourismus in Europa gesetzt. Am 18. April 2005 hat der Rat Wettbewerbsfähigkeit hierzu Schlussfolgerungen erarbeitet, die den Handlungsrahmen für die Anfang 2005 seitens der Kommission eingesetzte Europäische Expertengruppe für nachhaltigen Tourismus (GNT) festlegen.

Diesen Experten aus Wirtschaft, Destinationen, Zivilgesellschaft und aus den nationalen Verwaltungsbehörden der Mitgliedstaaten (Österreich ist durch den Gemeindebund, Naturfreunde Internationale und das BMWA vertreten) wurde die Aufgabe übertragen, bis Ende 2007 einen Entwurf für eine Agenda 21 für den Europäischen Tourismus zu erarbeiten und der Kommission vorzulegen. Die Mitgliedstaaten sollen über die Tätigkeiten der GNT in der ersten Jahreshälfte 2006 informiert werden und dem Rat soll vor Ende 2007 eine Mitteilung über eine "Europäische Tourismus-Agenda 21" mit Empfehlungen für konkrete, von den verschiedenen öffentlichen und privaten Akteuren umzusetzende Maßnahmen vorgelegt werden.

## 3.4 Internationale Beziehungen

**Welttourismusorganisation** ([www.world-tourism.org/](http://www.world-tourism.org/))

Die XVI. Generalversammlung der Welttourismusorganisation wird im Dezember 2005 in Dakar stattfinden. Die Tagung der Kommission für Europa, die im Mai 2005 in Portugal abgehalten wurde, stand unter dem Thema "Die Zukunft des Städtetourismus in Europa".

Im Februar 2005 wurde anlässlich der Flutkatastrophe in Südostasien ein Sonder-Exekutivrat einberufen, der ein umfangreiches Aktionsprogramm zum Wiederaufbau der betroffenen touristischen Gebiete beschloss.

**OECD Tourismuskomitee** [www.oecd.org/home/](http://www.oecd.org/home/)

Am 14. Dezember 2004 veranstaltete das BMWA gemeinsam mit der Statistik Austria

---

und der OECD anlässlich der 30. Sitzung der OECD-Arbeitsgruppe Statistik ein Seminar zum Thema Tourismus, Ökonomie und Beschäftigung. Rund 60 Vertreter aus 21 OECD Staaten, der Europäischen Kommission, der Welttourismusorganisation (OMT/WTO) und der internationalen Arbeitsorganisation (ILO) nahmen daran teil.

Folgende Themenbereiche wurden näher beleuchtet:

1. Die Verbesserung der Attraktivität des touristischen Arbeitsmarktes und der Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen;
2. Die Nutzung von Tourismussatellitenkonten (TSA) durch die Wirtschaftspolitik bzw. für Wachstum;
3. Die Messung von Beschäftigung im Tourismus.

Ab Mitte des Jahres 2005 wird das Tourismus Komitee der OECD organisatorisch in das Zentrum für Unternehmertum, KMU und lokale Entwicklung eingegliedert. Aus dieser Umstrukturierung sollten potenzielle Synergien in Zukunft noch besser genutzt werden können.

### **EU-Tourismuspolitik**

[http://europa.eu.int/comm/enterprise/services/tourism/index\\_en.htm](http://europa.eu.int/comm/enterprise/services/tourism/index_en.htm)

#### **Irische Ratspräsidentschaft (1. Halbjahr 2004)**

Die irische Präsidentschaft veranstaltete im April 2004 eine Tourismuskonferenz zum Thema "Wettbewerbsfähigkeit und Nachhaltige Entwicklung des Europäischen Tourismus", deren Ergebnisse im Anschluss dem Rat Wettbewerbsfähigkeit zur Information vorgelegt wurden.

#### **Niederländische Ratspräsidentschaft (2. Halbjahr 2004)**

Unter der niederländischen Präsidentschaft veranstaltete Ungarn im Herbst 2004 das alljährliche Europäische Tourismus Forum zu den Themenbereichen "Binnenmarkt, Beschäftigung und Ausbildung sowie Neue Trends im Tourismus".

#### **Luxemburgische Ratspräsidentschaft (1. Halbjahr 2005)**

Unter der luxemburgischen Ratspräsidentschaft wurden Schlussfolgerungen des Rates zur Nachhaltigkeit des Tourismus in Europa verabschiedet, die als Handlungsrahmen für die Anfang 2005 seitens der Kommission eingesetzte Europäische Expertengruppe für nachhaltigen Tourismus (GNT) dienen.

#### **Vorschau Österreichische Ratspräsidentschaft (1. Halbjahr 2006)**

Österreich wird die Tourismusminister der 25 EU Mitgliedstaaten, der Beitrittskandidaten, der EWR- und EFTA Staaten einladen, im Rahmen einer

Tourismusministerkonferenz im März 2006 Zukunftsthemen zu diskutieren. Den inhaltlichen Rahmen bilden die Ziele Wachstum und Beschäftigung.

### **Aktivitäten der Kommission**

#### **Authorized Destination Status (ADS) - China**

Chinesische Reiseveranstalter durften bislang offiziell Reisen nur in diejenigen Staaten anbieten, die den Status einer autorisierten Destination (ADS) haben.

Die seit 2002 forcierte europäische ADS-Lösung mit China konnte 2004 erfolgreich abgeschlossen werden. Die Unterzeichnung erfolgte am 12. Februar 2004 in Peking am Rande des EU/China-Seminars. Das ADS-Abkommen trat am 1. September 2004 in Kraft. Laut Abkommen ist ein ADS-Ausschuss einzusetzen, der ein reibungsloses Funktionieren der Vereinbarung gewähren soll (Mitglieder: Europäische Kommission und Chinese National Tourism Authority). Zu seinen Aufgaben zählen u. a. die Überwachung der Anwendung dieser Vereinbarung, der Beschluss erforderlicher Durchführungsbestimmungen und ein regelmäßiger Informationsaustausch.

Die EU Kommission hat sich weiters folgendes Arbeitsprogramm zum Tourismus gesetzt:

- Information und Kommunikation: Beteiligung an der Organisation des jährlichen Europäischen Forums für Fremdenverkehr; Konsolidierung der Tourismus-Satellitenkonten in allen Mitgliedstaaten;
- Weiterbildung: Veröffentlichung und Umsetzung eines Handbuchs über "Learning Areas";
- Qualität: Einführung eines integrierten Qualitäts-Management-Indikators für Reiseziele; Vorbereitung eines Systems von Umwelt-Qualitätszeichen für Campingplätze;
- Nachhaltige Entwicklung: Umsetzung der in der Mitteilung vom 21. November 2003 enthaltenen Maßnahmen, betreffend den Prozess für die Erarbeitung einer Europäischen Tourismus-Agenda 21 bis zum Jahr 2007;
- Neue Technologien: Weiterführende Arbeiten am Internet-Portal zur Förderung des gemeinsamen Auftritts der Reiseziele der EU, finanziert durch das IDA-Programm (Telematikverband für den Datenaustausch zwischen Verwaltungen).

### **Bilaterale und multilaterale Kooperation im Tourismus**

Österreich hat international anerkanntes Wissen im Bereich Tourismus anzubieten (z. B. Tourismusausbildung, Hotelmanagement, technischer Anlagenbau wie z. B. bei Aufstiegshilfen, Umweltschutz, Destinationsmanagement, e-Tourismus, etc.). Ziel der internationalen Kooperation im Tourismus ist es daher unter anderem, dieses Tourismus

---

Know-how politisch und exportwirtschaftlich zu nutzen. Schwerpunkte werden nach Abwägung der Potentiale gesetzt.

### 3.5 Aktivitäten der Österreich Werbung (ÖW)

Das Jahr 2004 stand für die ÖW ganz im Zeichen von Weiterentwicklung nach innen und Wachstum aus eigener Kraft nach außen. Mit ihrer klaren Strategie gewann sie zusehend Profil als "Wissensagentur" und positionierte sich zu einem leistungsfähigen und weltweit agierenden Unternehmen, das die Bedürfnisse der Marktteilnehmer für alle Seiten verständlich macht.

Weiterentwicklung einer starken Dachmarke "Urlaub in Österreich"

"Österreich soll sich als charmantestes Urlaubsland der Welt etablieren!" Diesem Ziel ist die ÖW ein großes Stück näher gekommen, indem sie als erste nationale Tourismusorganisation mit ihrer Kampagne Wertewelten statt Themen vorstellte. Die Marke "Urlaub in Österreich" wurde mit den Werten "kultiviert", "unverfälscht" und "intensiv" aufgeladen.

Market Intelligence als Schlüssel zum Erfolg

Das im Jahr 2003 begonnene strategische Projekt "MINT" (market intelligence) ermöglicht es nun, sämtliches Wissen über die Märkte elektronisch zu managen. Das Datenbank-gestützte Wissensmanagement-System sammelt und bündelt Marktwissen und Marketing-Know-how und macht es - systematisch aufbereitet - unmittelbar in der Arbeitspraxis der ÖW verfügbar.

Affinity Group Marketing für "Klassische Musikliebhaber"

Die ÖW setzt die im Vorjahr begonnene Market Intelligence Strategie, bei der mittels Affinity Group Marketing Zielgruppen noch effizienter und genauer nach ihren Interessen angesprochen werden, voll um. Im Rahmen der Bewerbung des Mozartjahres 2006 rückt die Zielgruppe der "Klassischen Musikliebhaber" in den Mittelpunkt der weltweiten ÖW-Marketingaktivitäten sowie jener der ARGE Mozart-Partner Wien und Salzburg.

Internationales Urlaubsservice in Wien

Das internationale Urlaubsservice der ÖW in Wien wurde weiter ausgebaut. Mittlerweile gibt es kompetente Urlaubsberatung für Interessenten aus Österreich, Deutschland, der Schweiz, Italien, Frankreich, Großbritannien/Irland, den Niederlanden, Belgien und Luxemburg. Für Zentraleuropa und die GUS Staaten soll demnächst in Ungarn ein weiteres Service-Center entstehen.

#### Weiterentwicklung von austria & more

"austria & more" ist ein bereits 70.000 Mitglieder zählendes Gästebindungs-Programm mit einer Vielzahl von Vorteilsleistungen, wie speziellen Packages, Discounts oder kleinen Geschenken. Die Gewinnung neuer Mitglieder und die Schaffung von Zusatznutzen für touristische Partner durch die strategische Kooperation mit dem Bertelsmann-Konzern stehen bei "austria & more" ganz oben am Arbeitsplan für 2005.

#### "T-MONA"

Auch die Form und Methode der bisherigen Gästebefragung erfuhr im Jahr 2004 eine Innovation: "T-MONA", kurz für "Tourismus Monitor Austria", ermöglicht nun ein wesentlich aussagefähigeres Instrumentarium für das "Pulsmessen im Markt" der ÖW-Marktforschung und ersetzt die bisher durchgeführte "Gästebefragung Österreich" (GBÖ). Siehe dazu auch Kapitel 2.8.2.

#### Internationalisierung

Neben den sechs Schwerpunktmärkten Österreich, Deutschland, Schweiz, Italien, Niederlande und Großbritannien ging es ganz im Sinne einer Doppelstrategie auch um den gezielten Aufbau der "Hoffnungsmärkte".

Durch die Erweiterung der Europäischen Union positionieren sich insbesondere die Tschechische Republik, Polen und Ungarn zu wichtigen Zukunftsmärkten. Die ÖW trug 2004 dieser Entwicklung Rechnung und erhöhte ihre Aktivitäten in den neuen EU-Ländern. Da die Wirtschaftskraft in den etablierten Kernmärkten eher stagniert, zur selben Zeit aber in Asien wächst, forcierte die ÖW auch die Marktbearbeitung in aufstrebenden Ländern wie China, Japan oder Indien.

#### Österreich Werbung weltweit präsent

Über 1500 Marketingaktivitäten positionierten das unverwechselbare touristische Angebot Österreichs rund um den Globus. Auf dem ÖW-Marketing-Plan 2004 standen unter anderem Ausbau des Marktwissens, Pressefahrten und -konferenzen, Events, der Österreich-Auftritt bei Publikums- und Fachmessen, Studienreisen für Vertreter der Reisebranche sowie zahlreiche Österreich-Workshops.

#### Zusammenarbeit mit starken Marken

Eine Vielzahl von Wirtschafts-, Sport- und Marketingkooperationen haben das Urlaubsland und den Standort Österreich gestärkt. Insgesamt wurden 2004 mit 35 Firmen Kooperationen im Gesamtwert von über 570.000 EUR abgewickelt - darunter AUA, ÖBB, Brau Union, Intersport, Kornland, Mobilkom, Kodak, Vöslauer, Pago, Teekanne und VW.

---

Im Rahmen der Sportkooperationen wurden neben der Zusammenarbeit mit dem ÖSV Partnerschaften mit dem österreichischen Rodelverband, dem österreichischen Handballbund und dem österreichischen Fußballbund fortgesetzt.





## 4. TRENDS UND MEINUNGEN

Jugendtourismus ist ein bedeutender Faktor, der jedoch in diesem Bericht noch nicht explizit behandelt wurde. Dem Österreichischen Jugendherbergswerk und dem Österreichischen Jugendherbergsverband wurde daher die Möglichkeit eingeräumt, einen wichtigen Aspekt des Jugendtourismus in einem Gastkommentar aus ihrer Sicht darzustellen. Beide Organisationen werden vom BMWA finanziell unterstützt.

### Gastkommentar

Österreichisches Jugendherbergswerk (ÖJHW)  
Österreichischer Jugendherbergsverband (ÖJHV)

Im Mai 1946 wurde mit Unterstützung des Unterrichtsministeriums der ÖSTERREICHISCHE JUGENDHERBERGSVERBAND - ÖJHV - gegründet.

Im Jahr 1950 traten einige Jugendorganisationen aus dem ÖJHV aus und gründeten das ÖSTERREICHISCHE JUGENDHERBERGSWERK. Da der ÖJHV bereits seit 1947 Mitglied in der INTERNATIONAL YOUTH HOSTEL FEDERATION war und dort nur eine Organisation pro Land Mitglied sein darf, wurde 1954 die Arbeitsgemeinschaft des JUGENDHERBERGSRINGES gegründet, die auch heute noch Mitglied ist.

Der IYHF gehören etwa 85 Mitgliedsländer auf allen Kontinenten an.

Der ÖJHR nimmt mit der Nächtigungszahl von 2004 mit 1.464.000 Übernachtungen, davon über 600.000 von Ausländern weltweit die hervorragende 4. Stelle nach Deutschland, Spanien und England ein. Es gelang uns 2004 Polen und Frankreich zu überholen. Durch die Inbetriebnahme weiterer JH im Jahr 2005 werden wir 2005 erstmals die 1,5 Millionenmarke überschreiten.

Da in Österreich das Wort "JUGENDHERBERGE" nicht geschützt werden kann, haben sich verschiedene Bezeichnungen eingebürgert, wie Jugend- und Familiengästehäuser, Junge Hotels etc. Gemeinsam ist allen das Logo des IYHF, das gleichzeitig eine Qualitätsgarantie darstellt und uns von privaten Betreibern abgrenzt.

Derzeit erstellen wir gemeinsam mit der ÖW jährlich ein neues JH Verzeichnis, das für 2005 insgesamt 105 JH umfasst, davon 27, die nur zwischen zwei und sechs Monate geöffnet sind. In diesen Objekten stehen 11.500 Betten zur Verfügung.

---

Etwa 30 der größeren JH sind an das HIHOSTELS-Buchungssystem der IYHF angeschlossen, alle JH an das RESY-Online, ein vom ÖJHR entwickeltes Reservierungs- und Inhousesystem.

Österreichweit tragen die IYHF JH etwa 1,2 % zu den Tourismusküchtigungen bei, regional unterschiedlich aber oft weit mehr. So verzeichnen unsere JH in Wien 300.000 Übernachtungen und zusätzlich noch private JH, die nicht dem IYHF angehören 100.000, was insgesamt 5 % der Wiener Küchtigungen ausmacht. Das JGH Wien-Brigittenau, mit 410 Betten die größte JH in Österreich, kann auf 110.000 Übernachtungen verweisen und zählt damit zu den größten JH der Welt. Die Häuser in Salzburg sind ebenfalls ein Fixpunkt auf den internationalen Backpackerrouten.

Neben diesen Fixsternen führen wir aber auch noch zahlreiche kleinere JH, von oft nur örtlicher Bedeutung oder arbeiten mit JH zusammen, die von Städten geführt werden, wie die in Wels, Steyr, Feldkirch usw. In Tirol, dem Fremdenverkehrsbundesland Nr. 1 gibt es mit Ausnahmen von Innsbruck keine Eigenherbergen der JH-Organisationen, was dazu führte, dass mit zehn privaten JGH Verträge abgeschlossen wurden, um den Mitgliedern des IYHF auch dort überprüfte Quartiere zur Verfügung zu stellen.

Die IYHF hat 3,2 Millionen Einzelmitglieder, wobei unser Hauptherkunftsmarkt Deutschland auf 1,9 Millionen JH Mitglieder verweisen kann, was sich bei uns mit etwa 250.000 Gästenüchtigungen zu Buche schlägt. Überproportional viele junge Gäste haben wir aus dem Bereich Australien, Kanada, Neuseeland und dem gesamten Osteuropabereich, wo wir auf Grund unserer günstigen Preise und der Aktivitäten unseres Weltverbandes sehr bekannt sind.

Durch die intensiven Kontakte des Weltverbandes - IYHF, gelang es uns auch 2004 erstmals mehrere Gruppen aus China bei uns zu begrüßen, derzeit befindet sich eine Delegation zur Intensivierung dieser Kontakte in China, wo sich das JH Wesen rasant entwickelt.

Als eine der großen Organisationen haben wir auch die Verpflichtung, mit unserem Know-how in anderen Ländern Entwicklungsarbeit zu machen und im Rahmen unserer Möglichkeiten zu unterstützen. Wir taten dies in der Vergangenheit in Slowenien, Kroatien und Rumänien, nun haben wir im Rahmen der Osteuropaarbeitsgruppe des IYHF eine Verpflichtung für die Betreuung der Ukraine übernommen, wo es sehr positive Entwicklungen gibt.

---

Seit 15 Jahren gibt es die Europäische Federation der JH Organisationen in der EU - EUFED mit Sitz in Brüssel, der wir seit dem Jahr 1996 angehören. Seit drei Jahren stellen wir mit LAbg. Dr. Peter Kaiser den Präsidenten dieser Organisation. Im Rahmen der IYHF arbeitet der Geschäftsführer des ÖJHW Meinhard Friedl im Bereich des Marketing mit, der Bundessekretär des ÖJHV Roman Wiche ist Mitglied der Osteuropaarbeitsgruppe, die 14 Länder betreut.

In jedem Bundesland gibt es eine Landesgruppe von Verband und Werk, die sowohl die JH führen, als auch etwa 700 Mitarbeiter beschäftigen. Auf Grund dieser Struktur haben die Bundesorganisationen keine Möglichkeit, um Subventionierung bei Landes- oder Gemeindedienststellen anzusuchen und sind auch in ihren Einnahmemöglichkeiten begrenzt, da 80 % der Mitgliedsbeiträge an die Wohnortlandesgruppen überwiesen werden. Seit Bestehen des ehemaligen Bundesjugendplanes ab dem Jahr 1962 wurden die Bundesorganisationen aus diesem subventioniert und gaben beträchtliche Mittel an JH Projekte in ganz Österreich weiter. Nachdem in den letzten Jahren eine schrittweise Kürzung der 580.000 EUR im Jahr 1994 auf 402.550 EUR im Jahr 2004 durchgeführt wurde, wurde uns für 2005 eine drastische Reduzierung angekündigt, was uns in größere Schwierigkeiten bringen würde, da wir längerfristige Kreditrückzahlungen eingegangen sind.

Die JH Organisationen verfügen derzeit über etwa 35.000 Einzelmitglieder. Diese Zahl ist leider seit Jahren leicht rückläufig. Zusätzlich sind etwa 30 Organisationen Kollektivmitglieder, dies umfasst ÖAMTC und ARBÖ genauso wie ÖGJ, SJÖ, Kinderfreunde, Junge ÖVP, Kath. Jugend und Pfadfinder.

Die österreichischen JH betreiben nicht nur im Rahmen des Weltverbandes IYHF Werbung für Österreich, sondern auch durch die Teilnahme an Workshops der ÖW oder Teilnahme an zahlreichen in- und ausländischen Messen, sowie am International Group Marketing Scheme IGMS des Weltverbandes, was beträchtliche Kosten verursacht.

Die JH sind nicht nur multinationale Einrichtungen, die gemäß ihres Gründungsauftrages preisgünstige Unterkunft und Verpflegung für Kinder, Jugendliche und Familien anbieten, sondern auch ein bewährter Partner für Schullandwochen und Skikurse und immer öfter für junge Familien mit kleinen Kindern, die die lockere Atmosphäre schätzen.

Wir bekennen uns weiter zur außerschulischen Jugendarbeit, die nach wie vor unser wichtigstes Aufgabengebiet ist. Gleichzeitig sind wir jedoch mit über 600.000 Ausländernachtungen auch ein Faktor des Tourismus, der vielen jungen Reisenden erst die Möglichkeit eröffnet, Österreich preisgünstig zu bereisen.

Aus all diesen Gründen ersuchen wir die Regierung und das Parlament um weitere Unterstützung in der Zukunft.

Präsident Günter Weninger, Bundessekretär Roman Wiche  
Abg. z. NR Werner Amon, MBA, Geschäftsführer Meinhard Friedl