



BERICHT ÜBER DIE LAGE DER TOURISMUS- UND FREIZEITWIRTSCHAFT IN ÖSTERREICH 2001



**BUNDEMINISTERIUM für
WIRTSCHAFT und ARBEIT**

SEKTION TOURISMUS und HISTORISCHE OBJEKTE

**BERICHT ÜBER DIE LAGE
DER TOURISMUS- UND
FREIZEITWIRTSCHAFT
IN ÖSTERREICH
2001**

Sektion Tourismus und historische Objekte

Impressum:

Herausgeber:

Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit

1010 Wien, Stubenring 1

Für den Inhalt verantwortlich:

Staatssekretärin Marès Rossmann

Sektionschefin Mag. Elisabeth Udolf-Strobl

Gestaltung und Lay-out:

Claudia Priglhuber, Christian Berschlinghofer

Satz und Druck im Eigenverlag

Juli 2002

INHALTSVERZEICHNIS

1.	EINLEITUNG	5
2.	BEDEUTUNG DER TOURISMUS- UND FREIZEITWIRTSCHAFT FÜR ÖSTERREICH	6
2.1	Einführung eines Tourismussatellitenkontos für Österreich	6
2.2	Wirtschaftliche und sozialpolitische Daten	7
3.	DARSTELLUNG DER RAHMENBEDINGUNGEN FÜR DIE TOURISMUS- UND FREIZEITWIRTSCHAFT IM JAHR 2001 (RECHTLICH UND WIRTSCHAFTSPOLITISCH)	14
3.1	Rechtliche Maßnahmen (Überblick)	14
3.2	Investitionen/Finanzierung	17
3.2.1	Investitionen	17
3.2.2	Finanzierung	18
3.2.2.1	Die Entwicklung der Ausleihungen	18
3.3	Förderungen (national, EU-Zielgebietsprogramme, EU-Gemeinschaftsinitiativen und Aktionsprogramme)	20
3.3.1	Förderungen national	20
3.3.2	EU-Zielgebietsprogramm / Ziel 1 – Programm Burgenland	21
3.3.3	EU-Gemeinschaftsinitiativen LEADER+ und INTERREG III	22
3.3.4	Weitere Programme der Europäischen Institutionen	22
4.	WIRTSCHAFTLICHE LAGE DER BETRIEBE	24
4.1	Die wirtschaftliche Lage der Hotellerie	24
4.1.1	Die Entwicklung der Einnahmen und Ausgaben	24
4.1.2	Die Entwicklung des Cash-flows	24
4.1.3	Die wirtschaftliche Stabilität der Hotellerie	25
4.1.4	Auslastung	27
4.2	Die wirtschaftliche Lage der Gastronomie	28
4.2.1	Die Entwicklung von Einnahmen und Cash-flow	28
4.2.2	Die wirtschaftliche Stabilität der Gastronomie	29
4.3	Die Insolvenzentwicklung in Hotellerie und Gastronomie	30
5.	ENTWICKLUNGSLINIEN DER BRANCHE	32
5.1	Nachfrageseite	32
5.2	Angebotsseite	34
5.3	Tourismusdestination Österreich im internationalen Wettbewerb	36
5.4	Basel II – neue Spielregeln für die Unternehmensfinanzierung	37
5.5.1	Das Rating der Tourismuswirtschaft	38
5.5.2	Die Folgen für die Tourismuswirtschaft	39
5.5.3	Maßnahmen zur Gegensteuerung	39
5.5.3	Basel II in der österreichischen Politik	40
5.6	Auswirkungen der Terroranschläge vom 11. September 2001	41

6.	TOURISMUSPOLITISCHE AKTIVITÄTEN UND SCHWERPUNKTE	43
6.1	Arbeitswelt im Tourismus	43
6.2	Studien- und Forschungsprojekte	44
6.3	Tourismusförderungen	46
6.3.1	Förderungen im Wege der TourismusBank	48
6.3.1.1	TOP-Tourismus-Förderung	48
6.3.1.2	Übernahme von Garantien für Tourismus- und Freizeitbetriebe	53
6.3.1.3	Internet-Offensive	55
6.3.2	Förderungen im Wege der BÜRGES Förderungsbank	55
6.3.3	Förderungen im Wege des BMWA	56
6.4	Internationale Tourismuspolitik	57
6.4.1	EU-Tourismuspolitik – Europäische Kommission	57
6.4.1.1	Die Tourismusministerkonferenz „Tourismus für Alle“ vom 1./2. Juli 2001 in Brügge	58
6.4.1.2	Verbesserte Flexibilisierung der Ferienzeiten in Europa	59
6.4.2	Multilaterale Tourismusbeziehungen	60
6.4.2.1	Welttourismusorganisation	60
6.4.2.2	OECD	61
6.4.2.3	Zentral Europäische Initiative CEI; Arbeitsgruppe Tourismus	62
6.4.3	Kindersextourismus	62
6.4.4	Nachhaltigkeit	64
6.4.5	Bilaterale Aktivitäten auf dem Gebiet des Tourismus 2001	66
6.5	Servicestelle und Sonderprojekte	68
6.5.1	Staatspreis	70
6.5.2	Österreichisches Umweltzeichen für Tourismusbetriebe	71
6.6	Strategisches Schwerpunktprogramm 1	
	„DMMA – Destinations Management Monitor Austria“ (2000 – 2003)	72
6.7	Strategisches Schwerpunktprogramm 2	
	„Clusterinitiative: Austria – Wellbeing Destination of Europe“ (2001 – 2002)	75
6.8	Überparteiliche Reisebüroplattform im Parlament	77
6.9	Elektronisches Gästebblatt	78
7.	AKTIVITÄTEN DER ÖSTERREICH WERBUNG	80
	ANHANG	85

1. Einleitung



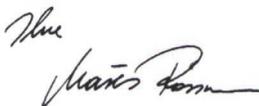
Seit 1990 wird im Nationalrat jährlich über die Lage der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Österreich berichtet. Dieser Tourismusbericht ist nicht nur ein parlamentarischer Auftrag, sondern soll auch eine Information für alle Touristiker sein. Denn hier wird ein Überblick über das abgelaufene Tourismus-Jahr 2001, aber auch ein Ausblick auf den Entwicklungsbereich der Zukunft gegeben.

Die Struktur des hier vorliegenden 12. Berichtes orientiert sich am "Annual report of the Member States on the most significant measures in the field of tourism" der Europäischen Kommission.

Das Kalenderjahr 2001 war für die österreichische Tourismuswirtschaft wieder besonders erfreulich. Im vergangenen Jahr kamen rund 27 Millionen Gäste in unser Land, generierten 16,5 Mrd. € Umsatz und bewirkten eine Nächtigungssteigerung von 1,3% gegenüber dem Vorjahr. Auch der Spitzenwert an deutschen Gästen – unserem Hauptherkunftsmarkt - aus dem Jahr 1992 konnte wieder erreicht werden. Und das, obwohl erstmals seit fast 20 Jahren 2001 weltweit ein Rückgang von 1,3% bei Touristenzahlen verzeichnet wurde, was die Welttourismusorganisation (WTO) auf die Terroranschläge vom 11. September 2001 in den USA und das in der Folge geänderte Reiseverhalten zurückführt.

Mit einer geschätzten Höhe von 1.636,3 € war Österreich auch 2001 wieder "Weltmeister" bei den Pro-Kopf-Einnahmen aus dem internationalen Reiseverkehr. Insgesamt ergaben direkte und indirekte Wertschöpfung von Tourismus- und Freizeitwirtschaft für 2001 einen Wert von 37,65 Mrd. €, was einem BIP-Anteil von 17,9%¹ entspricht und die volkswirtschaftliche Bedeutung dieses Sektors unterstreicht.

Nähere Informationen zu den Schwerpunktprogrammen, Projekten und sonstigen Maßnahmen des Staatssekretariates für Tourismus und Freizeitwirtschaft im Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit finden sich im Internet unter www.bmwa.gv.at/rossmann.



¹ Berechnungen im Rahmen des TSA

2. Bedeutung der Tourismus- und Freizeitwirtschaft für Österreich

2.1 Einführung eines Tourismussatellitenkontos für Österreich

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. Zur Erfassung der monetären Größenordnung der Tourismuswirtschaft sowie für die Ermittlung einer Basis für die Beobachtung der laufenden Entwicklung erschien die Einrichtung eines Tourismussatellitenkontos (TSA) als ein geeigneter Ansatz. Daher implementierten Statistik Austria und das Österreichische Institut für Wirtschaftsforschung im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit in einem gemeinsamen Projekt im Jahr 2001 ein Tourismussatellitenkonto (TSA) für Österreich.²

Die Einrichtung eines Tourismussatellitenkontos bedeutete die Einleitung einer nachhaltigen Veränderung in der monetären Berichterstattung. Die Veränderungen betreffen im Prinzip die touristischen Zahlungsströme der Inländer, die Erfassung der Zahlungsströme von ausländischen Gästen bleibt in ihrem Umfang unverändert.

Bisher wurden als touristische Aufwendungen der Inländer für Österreich-Aufenthalte die Ausgaben im Zuge von Übernachtungen nur zum Teil erfasst. Die Aufwendungen wurden zwar im Zuge von Übernachtungen in entgeltlichen Unterkünften zur Gänze einbezogen, die monetäre Bedeutung von Aktivitäten bei Übernachtungen in unentgeltlichen Unterkünften erfolgte jedoch nur teilweise. Da die Verfolgung des TSA-Konzeptes jedoch die zusätzliche Berücksichtigung von Aufwendungen im Zuge von

- Aufhalten in unentgeltlichen Unterkünften zur Gänze (im Prinzip die Verwandten- und Bekanntenbesuche, ohne Zweitwohnungen und Wochenendhäuser),
- Aufhalten in Zweitwohnungen und Wochenendhäusern sowie
- Tagesausflügen

² Franz, A.; Laimer, P.; Smeral, E., A Tourism Satellite Account for Austria. The Economics, Methodology and Results, Statistik Austria and WIFO, Vienna, 2001.

verlangt, erhöht sich die bisher für den Binnenreiseverkehr ausgewiesene Summe deutlich.

Für die Ermittlung der volkswirtschaftlichen Bedeutung der gesamten Freizeitwirtschaft in Österreich muss zusätzlich neben den Aufwendungen der ausländischen und inländischen Gäste in ungewohnter Umgebung ("Tourismus") auch der nicht-touristische Freizeitkonsum der Österreicher in gewohnter Umgebung ("Freizeitkonsum der Österreicher am Wohnort") berücksichtigt werden.

2.2 Wirtschaftliche und sozialpolitische Daten

Von den im internationalen Reiseverkehr wichtigen Zielländern steht Österreich in Bezug auf die Ausländernachfrage an erster Stelle. Im Jahr 2001 betragen die Pro-Kopf-Einnahmen aus dem internationalen Reiseverkehr 1.395,1 €. Es folgte die Schweiz mit Pro-Kopf-Einnahmen in der Höhe von 1.201 €, die Plätze drei bis fünf hatten Island, Spanien und Dänemark mit 927 €, 925,3 € bzw. 908,6 € inne, der europäische Durchschnitt lag bei 419,5 €.

Die Einführung des TSA-Konzeptes hat die ausgewiesene monetäre Größenordnung des touristischen Freizeitkonsum der Österreicher im Inland deutlich verändert. Mit anderen Worten ausgedrückt, betragen im Jahr 2001 die Aufwendungen der Österreicher für Inlandsreisen nach dem TSA-Konzept rund 11,01 Mrd. € (+6,5 % gegenüber dem Vorjahr), wodurch die bisher ausgewiesene Summe um 7,82 Mrd. € übertroffen wird (Tabelle 1).

Tabelle 1: **Aufwendungen für Tourismus und Freizeit in Österreich**

	1995	2000	2001
	Mio. €		
1. Aufwendungen der Ausländer in Österreich ¹⁾	10.673,9	12.288,0	13.210,0
1.1 Übernachtende Touristen	.	11.031,0	11.836,0
1.2 Tagesbesucher	.	1.257,0	1.374,0
2. Aufwendungen inländischer Besucher in Österreich	9.100,7	10.344,0	11.013,0
2.1 Übernachtende Touristen	4.603,3	5.679,0	6.053,0
2.1.1 Urlaubsreisende	3.999,7	4.844,0	5.193,0
2.1.2 Geschäftsreisende	603,6	835,0	860,0
2.2 Tagesbesucher	4.497,4	4.665,0	4.960,0
2.2.1 Urlaubsreisende	.	3.344,0	3.601,0
2.2.2 Geschäftsreisende	.	1.321,0	1.359,0
3. Aufwendungen der Inländer in Wochenendhäusern und Zweitwohnungen	623,7	822,0	852,0
4. Aufwendungen der Inländer in Österreich für den Freizeitkonsum am Wohnort	14.215,8	19.240,1	19.932,8
5. Aufwendungen der Inländer für Auslandsreisen ¹⁾²⁾	8.542,5	10.048,0	10.624,7
Aufwendungen für Tourismus und Freizeit in Österreich (1+2+3+4)	34.614,1	42.694,1	45.007,8
Aufwendungen der Inländer für Tourismus und Freizeit in Österreich (2+3+4)	23.940,2	30.406,1	31.797,8
Aufwendungen der Inländer für Tourismus und Freizeit insgesamt (2+3+4+5)	32.482,7	40.454,1	42.422,5

Quelle: OeNB, VGR, WIFO. ¹⁾ Einschließlich des internationalen Personentransportes. und ²⁾ Urlaubs- und Geschäftsreisen.

Von den Inlandsausgaben der Österreicher entfiel mit 8,79 Mrd. € der Großteil auf Freizeitreisen (Urlaubs- und Erholungsreisen), von denen die Aufwendungen für Tagesbesuche mit 3,60 Mrd. € deutlich niedriger waren als die für Übernachtungsaufenthalte (5,19 Mrd. €).

Im Zuge von Dienst- und Geschäftsreisen gaben die Österreicher im Inland 2,22 Mrd. € aus, wobei im Gegensatz zu den Freizeitreisen die Tagesreisen ein deutliches Übergewicht hatten (61,2 %).

Die Anwendung des TSA-Konzeptes zeigt weiters die bisher unterschätzte Rolle der Tagesreisen, die mit 4,96 Mrd. € bei einem generellen Vergleich mit den Aufwendungen für Übernachtungsreisen nur um 1,09 Mrd. € niedriger waren als die Aufwendungen der übernachtenden Inländer in Österreich.

Die Aufwendungen der Österreicher im Zuge von Besuchen in ihren Wochenendhäusern und Zweitwohnungen betragen im Jahr 2001 rund 852 Mio. €. Dieser Wert beinhaltet nur

die laufenden Ausgaben, eine Berücksichtigung der Investitionskosten und Grundstückskäufe würde die betreffende Ausgabenposition deutlich erhöhen.

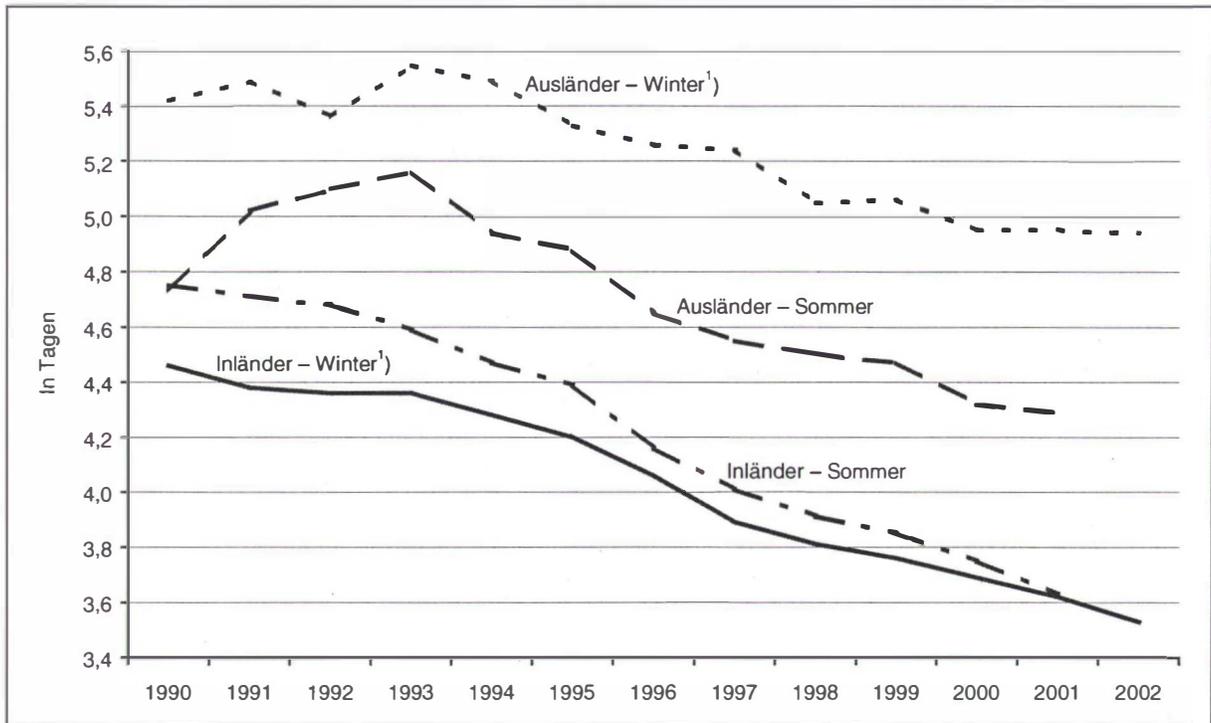
Nach Berücksichtigung der Einnahmen aus dem internationalen Reiseverkehr in der Größenordnung von 13,21 Mrd. € (+7,5 %) beträgt daher nach dem TSA-Konzept der gesamte in Österreich erwirtschaftete Tourismusumsatz inklusive der Ausgaben der Österreicher für Inlandsaufenthalte und für Wochenendhäuser bzw. Zweitwohnungen 25,08 Mrd. € (+ 6,9 %; bisher: 16,48 Mrd. €).

Bei Berücksichtigung aller vom Tourismus ausgelösten direkten und indirekten Effekte beträgt der Wertschöpfungsanteil des Sektors am BIP im Jahr 2001 nach dem TSA-Konzept etwa $9 \frac{1}{2} \%$ ³, wogegen nach den bisherigen Berechnungsmethoden nur rund 6 % BIP-Anteil ausgewiesen werden konnten.

Das Tourismusjahr 2001 verlief durchaus zufriedenstellend. So konnte mit 26,8 Mio. Gästeankünften ein noch nie erreichter Höchststand erreicht werden. Seit 1992 ist jedoch die durchschnittliche Aufenthaltsdauer von 4,9 Nächten auf 4,3 Nächte gesunken (das entspricht einem Rückgang von 12,2 %), sodass trotz Gästerekord die Nächtigungen mit 114,8 Mio. um 12 % unter dem Höchstwert von 1992 lagen. Diese Entwicklung beschreibt die steigende Beliebtheit Österreichs und den Trend zum Kurzurlaub – mit anderen Worten: kürzere Aufenthalte von immer mehr Gästen (Abbildung 1).

³ Bei gesamtwirtschaftlichen Vergleichen müssen zur Vermeidung von Doppelzählungen die Dienst- und Geschäftsreisen ausgeklammert werden, da diese keine gesamtwirtschaftliche Endnachfrage darstellen bzw. Kostenfaktoren sind, die im Zuge der Preiskalkulation weitergewälzt werden.

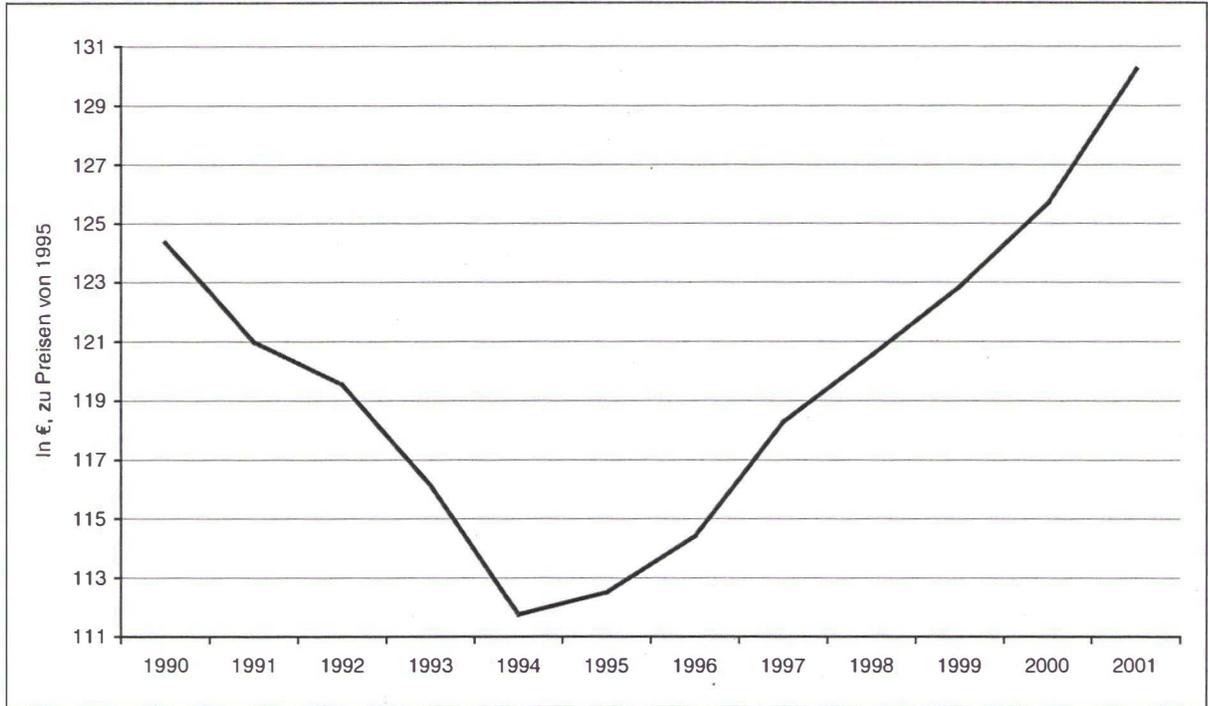
Abbildung 1: Aufenthaltsdauer von in- und ausländischen Gästen



Quelle: Statistik Austria. – ¹⁾ Aus zeichnungstechnischen Gründen wird hier die Wintersaison mit jenem Jahr beschriftet, in welches der überwiegende Teil der Wintermonate fällt (d.h. die Wintersaison 1989/90 steht im Jahr 1990 usw.).

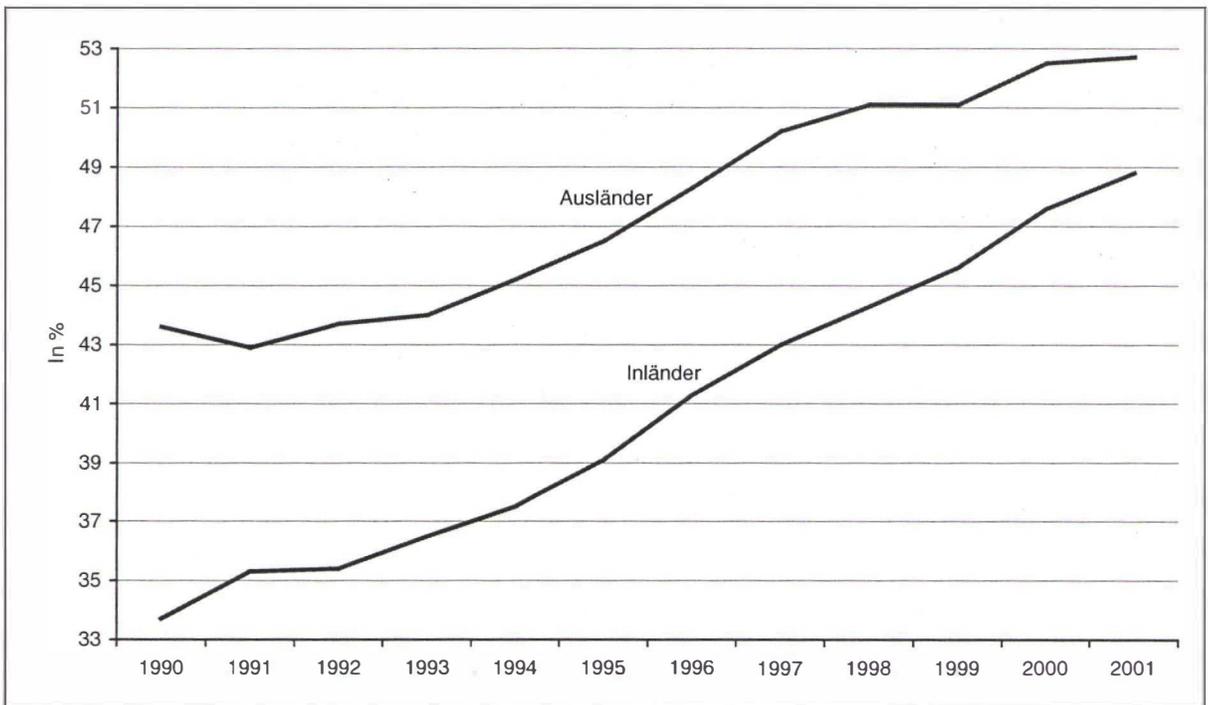
Da der reale Aufwand je Nacht – ein zentraler Qualitätsindikator – seit 1992 deutlich angestiegen ist, sind die preisbereinigten Umsätze nur knapp unter den Werten zu Beginn der neunziger Jahre geblieben. Die Qualitätssteigerung im österreichischen Tourismus drückt sich auch durch den wachsenden Anteil der Übernachtungen in der gehobenen Hotellerie an den Gesamtnachtungen aus (Abbildungen 2 und 3).

Abbildung 2: **Realer Aufwand je Nächtigung**



Quelle: Statistik Austria, OeNB, eigene Berechnungen. Ohne Kleines Walsertal.

Abbildung 3: **Anteil der Übernachtungen in der gehobenen Hotellerie an den Gesamtnächtigungen**



Quelle: Statistik Austria.

Insgesamt betrachtet zeigt sich, dass die österreichische Tourismuswirtschaft langfristig auf dem richtigen Weg ist, denn die Forcierung der Gästeankünfte mit attraktiven Kurzurlaubsangeboten und konsequente Investitionen in die Qualität erwiesen sich als wichtige Erfolgskomponenten. Auch für die Zukunft kann die konsequente Vermarktung Österreichs als Kurzurlaubsdestination für qualitätsvolle Erlebnisansprüche als optimale Strategie bezeichnet werden. Österreich wird aber auch weiterhin eine Positionierung als Langzeiturlaubsdestination versuchen.

Das Wachstum der österreichischen Einnahmen im internationalen Reiseverkehr beschleunigte sich im Vorjahr. Nach 5 % Wachstum im Jahr 2000 stieg im abgelaufenen Jahr die Wachstumsrate auf 7,5 %; die Nachfrage der Österreicher nach Inlandsaufenthalten entwickelte sich ähnlich kräftig. Da die Einnahmen im internationalen Reiseverkehr stärker wuchsen als die Ausgaben der Österreicher für Auslandsreisen (+ 5,7 %), verbesserte sich der Überschuss in der Reiseverkehrsbilanz von 2,31 Mrd. € (Jahr 2000) auf 2,66 Mrd. € (Jahr 2001).

Die Aufwendungen der Österreicher für Auslandsreisen betragen im Jahr 2001 10,63 Mrd. €. Auch in diesem Zusammenhang ergibt die Anwendung des TSA-Konzeptes eine deutliche Veränderung der bisher nach dem alten Konzept ausgewiesenen strukturellen Relationen, die den Auslandsreisen mit einem 4/5-Anteil an der touristischen Gesamtnachfrage der Österreicher ein deutliches Übergewicht zuwies. Da im TSA-Konzept die Aufwendungen der Österreicher für Inlandsreisen neu und damit deutlich höher bewertet wurden, ist das gegenwärtige Verhältnis mit etwa 50 : 50 anzusetzen.

In der Wintersaison⁴ 2000/2001 expandierten die Tourismusumsätze mit 8,7 % verhältnismäßig kräftig, wobei die Auslandsnachfrage mit 9,2 % stärker wuchs als die Nachfrage der Österreicher nach Inlandsaufenthalten (+6,2 %). Insgesamt wurden von den ausländischen Gästen 6,96 Mrd. € eingenommen, im Binnenreiseverkehr konnte ein Umsatz von 1,38 Mrd. € erzielt werden.

Von den im Reiseverkehr für Österreich wichtigen Herkunftsmärkten verzeichnete der Großteil Zuwächse, nur die Zahl der Nächtigungen von Franzosen und Schweden ging zurück, jene der Belgier stagnierte.

⁴ Für Saisonen kann gegenwärtig das TSA-Konzept noch nicht angewendet werden.

Der Städtetourismus entwickelte sich leicht überdurchschnittlich, wobei insbesondere Salzburg, Innsbruck und Graz relativ kräftige Wachstumsraten verzeichneten.

Die Tourismusumsätze der Sommersaison 2001 wuchsen mit 6,3 % deutlich stärker als im Jahr davor (+ 3,1 %), jedoch schwächer als in der Wintersaison, wobei sich die Ausgaben der Inländer mit 6,9 % etwas stärker entwickelten als die der Ausländer (+ 6,1 %).

Der nicht-touristische Freizeitkonsum der Österreicher am Wohnort belief sich im Jahr 2001 auf rund 19,94 Mrd. € und löste unter Einrechnung der direkten und indirekten Effekte eine Wertschöpfung von 17,54 Mrd. € bzw. einen Beitrag zum BIP in der Größenordnung von etwa 8,3 % aus.

Bei einer Gesamtbetrachtung der Tourismusausgaben von In- und Ausländern und der Freizeitaufwendungen der Österreicher an ihrem Wohnort konnte für das Jahr 2001 ein Betrag von 45 Mrd. € ermittelt werden, der unter Einrechnung der direkten und indirekten Effekte eine Wertschöpfung von 37,65 Mrd. € bzw. 17,9 %⁵ des BIP auslöste. Von dieser Gesamtgröße entfallen 53,4 % auf touristische Wertschöpfungseffekte, der verbleibende Teil ist dem nicht-touristischen Freizeitkonsum der Österreicher zuzurechnen.

⁵ Siehe Fußnote 2.

3. Darstellung der Rahmenbedingungen

für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft im Jahr 2001

(rechtlich und wirtschaftspolitisch)

3.1 Rechtliche Maßnahmen (Überblick)

Gewährleistungspflicht

Am 1.1.2002 trat das Gewährleistungsrechts-Änderungsgesetz⁶ in Kraft. Unmittelbarer Anlass war die Verpflichtung des nationalen Gesetzgebers, die EG-Verbrauchsgüterkauf-Richtlinie⁷ in nationales Recht umzusetzen. Mit dem Gesetz wurden die nationalen Gewährleistungsbestimmungen des Allgemeinen Bürgerlichen Gesetzbuch (ABGB) und des Konsumentenschutzgesetzes (KSchG) an die europäischen Vorgaben angepasst.

Bei der neuen Gewährleistungsfrist besteht eine einzige für den Tourismus bedeutsame Änderung – nämlich die Verlängerung derselben. Die Frist für die gerichtliche Geltendmachung von Gewährleistungsansprüchen wurde von sechs Monaten auf zwei Jahre verlängert. Die Voraussetzungen für solche Ansprüche wurden nicht erweitert, inhaltlich wurden sie insoweit eingeschränkt, als (bei verbesserbaren Mängeln) zunächst nur Verbesserung verlangt werden kann, Preisminderung erst dann, wenn der Mangel nicht verbessert wird. Darüber, welche wirtschaftlichen Auswirkungen diese Änderung auf die Reisebranche haben und ob sich hierdurch deren (internationale) Wettbewerbsfähigkeit verschlechtern wird, sind in der Diskussion anlässlich der Vorbereitung des Gesetzes ganz unterschiedliche Prognosen gestellt worden. Ob künftig wegen der längeren zeitlichen Möglichkeit eine größere Anzahl von Ansprüchen geltend gemacht auch durchgesetzt werden können bzw. ob die Abwehr unbegründeter Ansprüche einen größeren Aufwand erfordern wird, ist derzeit nicht abzusehen. Eine seriöse, auf tatsächliche Grundlagen gestützte Evaluierung der beschlossenen Gesetzesänderung wird frühestens in einem Jahr möglich sein, da sich ja einerseits die Möglichkeit der längeren (gerichtlichen) Geltendmachung von Gewährleistungsansprüchen frühestens gegen Ende des Jahres 2002

⁶ GewRÄG, BGBl I 2001/48

⁷ RL 1999/44/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. 5. 1999 zu bestimmten Aspekten des Verbrauchsgüterkaufs und der Garantien für Verbrauchsgüter

auswirken kann und andererseits noch nicht bekannt ist, wie die anderen EU-Mitgliedstaaten Reiseverträge bei der Umsetzung der Richtlinie behandeln werden.

Steuern

Steuerliche Situation der Hotellerie in Österreich

Gemäß Auswertungen der Österreichischen Hotel- und Tourismusbank Ges.m.b.H (ÖHT) betreffend die Bilanzen ihrer Kreditnehmer ergibt sich für das Jahr 2000 eine Steuern- und Abgabenquote⁸ von rund 3% vom Umsatz sowohl für 3-Sterne Betriebe als auch für die 4/5-Sterne-Hotellerie. Im Vergleich zu den vergangenen Jahren (jeweils rund 4%) ist somit ein Rückgang der Quote von rund 1% eingetreten.

Auswirkungen von steuerlichen Maßnahmen auf das betriebswirtschaftliche Umfeld des Tourismus

➤ **Umsatzsteuer**

Die Umsatzsteuer ist als Verbrauchssteuer konzipiert, die den nichtunternehmerischen Letztverbraucher belastet, trifft aber ausnahmsweise auch Unternehmer in Fällen des Verbots des Vorsteuerabzugs. Der Normalsatz der Umsatzsteuer beträgt 20%, für bestimmte Umsätze ist er auf 10% ermäßigt.

Für die Beherbergung in eingerichteten Wohn- und Schlafräumen und die regelmäßig damit verbundenen Nebenleistungen (einschließlich Beheizung), wobei als Nebenleistung auch die Verabreichung eines ortsüblichen Frühstücks anzusehen ist, wenn der Preis dafür im Beherbergungsentgelt enthalten ist, sowie für die Vermietung (Nutzungsüberlassung) von Grundstücken für Campingzwecke und die regelmäßig damit verbundenen Nebenleistungen, soweit dafür eine einheitliches Benützungsentgelt entrichtet wird, gilt ein Steuersatz von 10%.

Österreich hat im internationalen Vergleich die gleichen Steuersätze wie Italien. Deutschland (16% bzw. 7%), Frankreich (19,6% bzw. 5,5%) und die Schweiz (7,6% bzw. 2,4%) verfügen über vergleichbar geringere Steuersätze.⁹

⁸ Unter Steuern und Abgaben werden folgende Positionen zusammengefasst, wobei zu bemerken ist, dass gewisse Steuern wie z.B. die Getränkesteuer nicht mehr eingehoben werden: Getränke- und Alkoholsteuer, Sonderabgaben für alkoholische Getränke, Ortstaxe und Tourismusabgabe, Körperschaftsteuer, Grundsteuer, Pflichtbeiträge und Gebühren, Beiträge an Berufsvertretungen, Kammerumlage, AKM, Maut und Finanzamt-Spesen.

⁹ Die genaue Auflistung der jeweiligen Steuersätze im Bereich Gastronomie und Catering in Europa (Stand: Jänner 2001) kann der Broschüre „Tourismus in Zahlen“ der Wirtschaftskammer Österreich, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft, entnommen werden.

In der österreichischen Tourismusbranche kommt es vermehrt zu Packages- und All-Inclusive-Angeboten. "All-Inclusive" umfasst insbesondere die Benützung von Sporteinrichtungen und die Tischgetränke beim Abendessen. Daneben werden von Hoteliers für die Hotelgäste häufig Begrüßungscocktails gereicht oder mit den Hotelgästen Wanderungen (Skitouren) durchgeführt. Folgende Leistungen können als regelmäßig mit der Beherbergung verbundene Nebenleistungen angesehen werden, wenn dafür kein gesondertes Entgelt verrechnet wird:

- Begrüßungstrunk,
- Tischgetränke (einschließlich zwischen den Mahlzeiten oder an der Bar abgegebene Getränke) von untergeordnetem Wert (Einkaufswert liegt unter 5 % des Pauschalangebotes),
- Vermietung von Parkplätzen, Gargagenplätzen oder von Hotelsafes,
- Kinderbetreuung,
- Überlassung von Wäsche (z.B. Bademäntel),
- Zurverfügungstellung von Fernsehgeräten,
- Verleih von Sportgeräten,
- Zurverfügungstellung von Sauna, Solarium, Dampf- und Schwimmbad, Fitnessräume,
- Verabreichung von Massagen,
- Verleih von Liegestühlen, Fahrrädern und Sportgeräten,
- geführte Wanderungen oder Skitouren,
- Zurverfügungstellung eines Tennis-, Golf- oder Eislaufplatzes, einer Kegelbahn oder Schießstätte usw.,
- die Bereitstellung von Tennis-, Ski-, Golf- oder Reitlehrern,
- die Abgabe von Liftkarten (z.B. Skilift), von Eintrittskarten (z.B. Theater), der Autobahnvignette oder – z.B. in Kärnten – der "Kärnten-Card",
- Animation.

Diese mit der Beherbergung verbundenen Nebenleistungen unterliegen ebenso dem ermäßigten Steuersatz von 10% wie die Beherbergung selbst.

➤ **Getränkesteuer**

Nach dem Urteil des Europäischen Gerichtshofes vom 9. März 2000 wurde in Österreich die Getränkesteuer auf alkoholische Getränke aufgehoben. Zusätzlich wurde aufgrund der Initiative der Bundesregierung ab 1. Jänner 2001 auch auf die Einhebung der Getränkesteuer auf nicht-alkoholische Getränke verzichtet, wodurch es zu einem gänzlichen Entfall der Getränkesteuer gekommen ist.

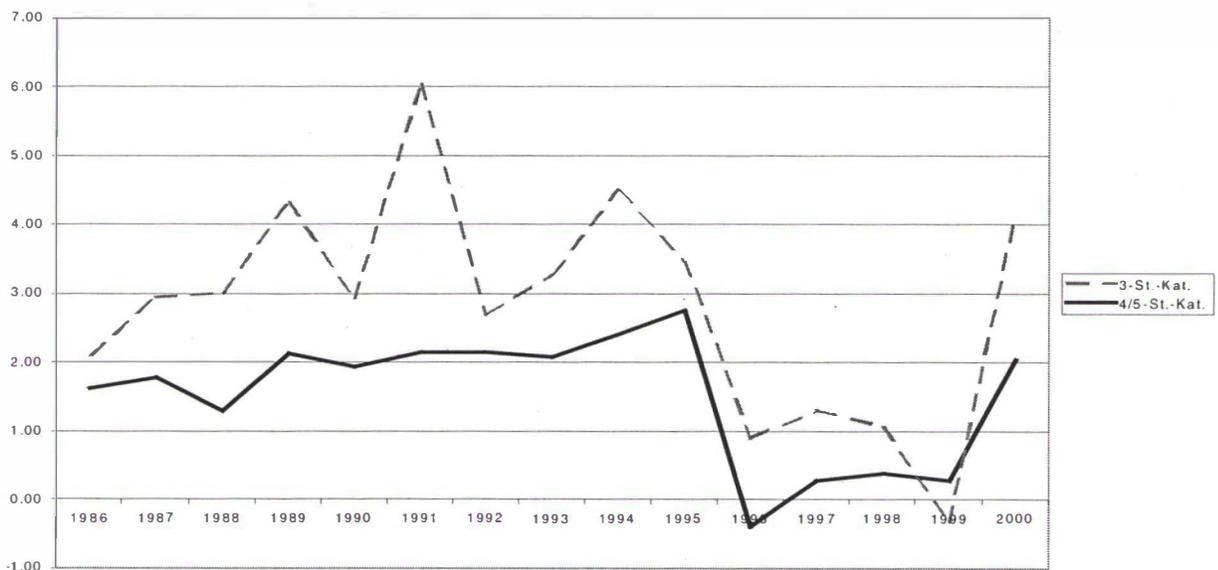
Nach Schätzung des Bundesministeriums für Finanzen bedeutet der Wegfall der Getränkesteuer auf nicht-alkoholische Getränke und Speiseeis ab dem Jahr 2001 eine Entlastung von ca. 95 bis 102 Mio. €. In Bezug auf die Rückzahlung hat der Verwaltungsgerichtshof entschieden, die Getränkesteuerproblematik dem Europäischen Gerichtshof vorzulegen.

3.2 Investitionen/Finanzierung

3.2.1 Investitionen

Wie aus der nachfolgenden Abbildung zu erkennen ist, hat sich die Investitionstätigkeit sowohl bei den Unternehmen der 4/5-Sterne- als auch bei denen der 3-Sterne-Kategorie in den Jahren 1996 – 1999 deutlich verlangsamt. Die Auswirkungen der gestiegenen Zurückhaltung bei den Investitionen haben sich auch in den vor- und nachgelagerten Wirtschaftszweigen durch mangelnde Aufträge bemerkbar gemacht. Die Zunahme der Investitionstätigkeit ab dem Jahr 2000, die sich auch im nachfolgenden Jahr fortgesetzt hat, ist durch die gestiegene Nachfrage und den zurückgestauten Investitionsbedarf verursacht. Die Verstärkung der Investitionsbereitschaft der Tourismus- und Freizeitwirtschaft ist eine wesentliche Voraussetzung für die Erhaltung der langfristigen Wettbewerbsfähigkeit. Die Wirtschaft hat die Notwendigkeit der Erhaltung der Konkurrenzfähigkeit erkannt, und die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen haben die Finanzierung der Erneuerung sinnvoll erscheinen lassen.

Abbildung 4: **Entwicklung der Reinvestitionsquote** (Anlagenzugang/Abschreibungen)¹⁰



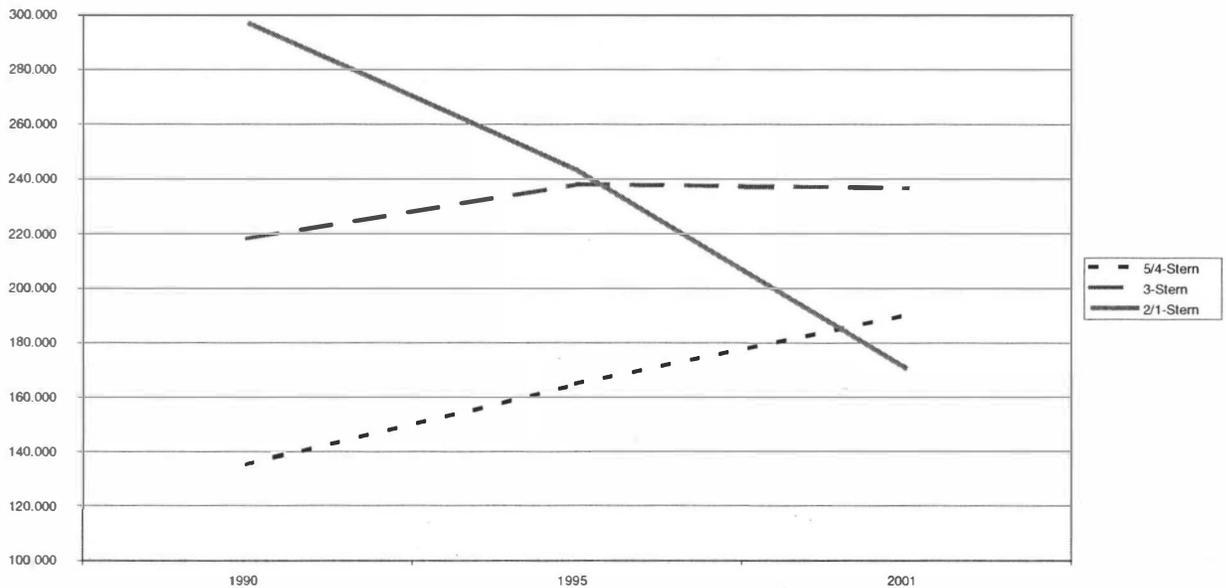
Quelle: TourismusBank

Dabei ist es gelungen, den Umbau des heimischen Angebotes deutlich in Richtung höherwertiger Qualität voranzutreiben. Die Veränderung hat bewirkt, dass auch die

¹⁰ Den Auswertungen liegen in den einzelnen Jahren unterschiedliche Stichprobengrößen zugrunde, die in der 3-Sterne-Kategorie zwischen 150 und 300 und in der 4/5-Sterne-Kategorie zwischen 230 und 450 Unternehmen schwankt.

Betriebsgrößen in bescheidenem Ausmaß von durchschnittlich 37,4 Betten pro Betrieb im Jahr 1996 auf knapp 40 Betten im Jahr 2000 gestiegen sind.

Abbildung 5: **Entwicklung des Bettenangebotes nach Qualitäten**



Quelle: Statistik Austria

3.2.2 Finanzierung

3.2.2.1 Die Entwicklung der Ausleihungen

Die gestiegene Investitionsbereitschaft spiegelt sich auch in einer Zunahme der Fremdkapitalaufnahme in der Verschuldungsstatistik der OeNB wider.

Tabelle 2: **Entwicklung der Großkreditausleihungen in Hotellerie und Gastronomie**
(Kredite über 0,363 Mio. €)

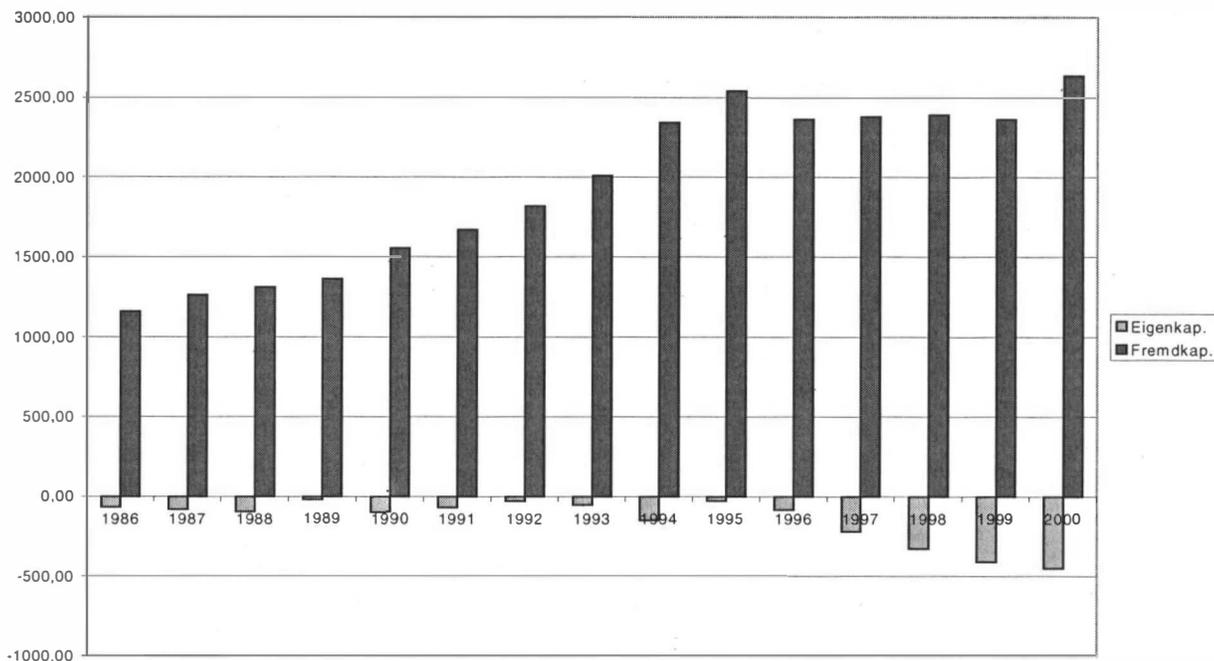
Jahr	Betrag in €	Veränderung gegenüber Vorjahr in %
1996	2,64 Mrd.	6,9%
1997	2,59 Mrd.	- 1,6%
1998	2,66 Mrd.	2,6%
1999	2,72 Mrd.	2,0%
2000	2,67 Mrd.	- 1,6%
2001 IX	2,82 Mrd.	5,1%

Quelle: OeNB

Das betriebliche Eigenkapital, das einen der wirksamsten Krisenpuffer darstellt, ist trotz der Verbesserungen in den operativen Bereichen nach wie vor einer Erosion ausgesetzt. Wie aus der nachstehenden Abbildung zu sehen ist, hat sich das negative bilanzielle Eigenkapital trotz der wieder verbesserten Auslastung weiter verschlechtert, womit die Stabilität bei einem erheblichen Teil der Unternehmen beeinträchtigt ist.

Durch die Investitionen wurde wieder Fremdkapital aufgebaut und es ist zu einer Verschlechterung der Eigenkapitalbasis gekommen. Die EK-Quote betrug 2000 –8,5 % bei den Unternehmen der 4/5-Sterne-Kategorie und –28,7 % in der 3-Sterne-Kategorie. Während in der 4/5-Sterne-Kategorie eine leichte Verbesserung erreicht werden konnte, war die Tendenz in der 3-Sterne-Kategorie weiter sinkend.

Abbildung 6: **Entwicklung von Eigen- und Fremdkapital**
(4/5-Sterne-Kat., in 1.000 €)



Quelle: TourismusBank

Der Rückgang des Eigenkapitals und ein damit verbundenes weiteres Ausdünnen der stillen Reserven, das sich selbst in Jahren mit guter wirtschaftlicher Lage fortsetzt, wird zunehmend zu einem Hemmnis für die wirtschaftlich gesunde Fortentwicklung der Branche. Vgl. dazu: Kapitel 5.5 „Basel II“ und 4.1 „Die wirtschaftliche Lage der Hotellerie“.

Dies gilt im Wesentlichen auch für die heimische Gastronomie. Die Situation ist im Bereich der Verpflegungsbetriebe umso schwieriger, weil auch auf der Einnahmenseite kaum Zuwächse zu verzeichnen sind.

Vgl. dazu: Kapitel 4.2 „Die wirtschaftliche Lage der Gastronomie“.

3.3 Förderungen (national, EU-Zielgebietsprogramme, EU-Gemeinschaftsinitiativen und Aktionsprogramme)

3.3.1 Förderungen national

Reformüberlegungen bei der Wirtschaftsförderung des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit (BMWA) führten dazu, dass die Tourismusförderung neu strukturiert wurde. Mit

Beginn des Jahres 2001 kam es auf Initiative der Frau Staatssekretärin Marès Rossmann zu einer Konzentration der Tourismusförderung bei der Österreichischen Hotel- und Tourismusbank Ges.m.b.H. (ÖHT). Dies hatte zur Folge, dass auch die bisher von der BÜRGES Förderungsbank Ges.m.b.H. (BÜRGES) gesteuerten Aktionen „Unternehmensdynamik“, „Betriebsneugründungen und -übernahmen“ bzw. „Jungunternehmer/innen-Förderungsaktion“ und „Kleingewerbekreditaktion“ in Bezug auf ihre touristischen Teile von der ÖHT abgewickelt werden.

Die Neukonzeption bietet gegenüber der bisherigen Situation den Vorteil, dass **eine** Förderstelle – die Tourismusbank ÖHT – die touristischen Förderungen wie ERP-Tourismus-Förderung, TOP-Tourismus-Förderung 2001-2006, Übernahme von Garantien für Tourismus- und Freizeitbetriebe 2001-2006 samt Übernahme von Garantien für Kongresse und vergleichbare Veranstaltungen weitestgehend abdeckt. Das Gründungssparen in Verbindung mit der „Jungunternehmer/innen-Förderungsaktion“ wird weiterhin von der BÜRGES abgewickelt. Seit 1. August 2001 ist auch die Aktion „Internet-Offensive“ bei der ÖHT gesteuert.

Nähere Ausführungen: Kapitel 6.3 „Tourismusförderungen“, Punkt 6.3.1 „Förderungen im Wege der Tourismusbank“.

Einzelsubventionen des BMWA (auf Basis der „Allgemeinen Rahmenrichtlinien für die Gewährung von Förderungen aus Bundesmitteln“ vom 5. Mai 1977 idgF, inklusive Schutzhüttensanierungsprogramm und Ziel 1-Programm Burgenland):

Nähere Ausführungen: Kapitel 6.3 „Tourismusförderungen“, Punkt 6.3.3 „Förderungen im Wege des BMWA“.

3.3.2 EU-Zielgebietsprogramm / Ziel 1 – Programm Burgenland

Im Jahr 2001 wurde im Rahmen des EU-Programmes (Additionalitätsprogramm) für Ziel 1-Gebiete im Burgenland 1 Förderungsansuchen des Landesverbandes Burgenland Tourismus, und zwar in der Höhe von 225.285,79 € (nationale Mittel), einer positiven Erledigung zugeführt.

3.3.3 EU-Gemeinschaftsinitiativen LEADER+ und INTERREG III

- **LEADER+**

LEADER+ Fördermittel können nur als „Lokale Aktionsgruppen“ (kurz LAG) organisierte Regionen erhalten, die bestimmte, von der Europäischen Kommission festgelegte Kriterien erfüllen. Sie wurden im Zuge einer Ausschreibung von einem aus Bundes- und Landesvertretern gebildeten Auswahlgremium auf die Einhaltung der Kriterien überprüft und zur Programmteilnahme zugelassen. Zur Beteiligung am vom Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft ausgeschriebenen Auswahlverfahren war die Vorlage eines Entwicklungsplans erforderlich, der die Chancen und Möglichkeiten der Entwicklung der Region aufzuzeigen hatte. Zudem war im Entwicklungsplan eine Organisationsstruktur zur Umsetzung der anvisierten Ziele vorzuschlagen sowie die Aufbringung der im Rahmen der EU-Regionalpolitik obligatorischen Eigenmittel darzulegen.

56 Regionen in Österreich wurden als LAG ausgewählt (Burgenland: 2, Niederösterreich: 15, Oberösterreich: 11, Salzburg: 6, Tirol: 5, Vorarlberg: 1, Kärnten: 4, Steiermark: 12). Förderbewilligungen konnten im Jahr 2001 nicht erteilt werden.

- **INTERREG III**

Im Rahmen der Gemeinschaftsinitiative INTERREG III konnten im Jahr 2001 keine Förderzusagen erfolgen, da die einzelnen Programme für die EU-Strukturfondsperiode 2000-2006 von der Europäischen Kommission erst im Lauf des Jahres 2001 genehmigt wurden (INTERREG IIIA Außengrenzen: Österreich-Tschechien am 12. September 2001, Österreich-Slowakei am 14. September 2001, Österreich-Ungarn am 27. September 2001, Österreich-Slowenien am 6. August 2001; INTERREG IIIA Binnengrenzen: Österreich-Italien am 23. November 2001, Österreich-Deutschland/Bayern am 5. Oktober 2001 und Alpenrhein-Bodensee-Hochrhein am 1. Oktober 2001; INTERREG IIIB Alpenraum am 19. Dezember 2001; INTERREG IIIB Cadses am 22. Dezember 2001 und INTERREG IIIC Zone Ost am 31. Dezember 2001).

3.3.4 Weitere Programme der Europäischen Institutionen

Die Kommission hat kein eigenes Aktionsprogramm für den Tourismus. Dies bedeutet jedoch nicht, dass keine Mittel für Tourismusprojekte zur Verfügung stehen. Mittel werden über nicht branchenspezifische Programme bereitgestellt, die zur Verwirklichung der großen

Ziele der Gemeinschaft wie Beschäftigung, Zusammenhalt, Nachhaltigkeit, Forschung, usw. entwickelt wurden.

Die bedeutendsten Programme (insbesondere in finanzieller Hinsicht) sind in diesem Zusammenhang sicherlich die aus den Strukturfonds finanzierten „Programme im Rahmen der vorrangigen Ziele“ und die „Gemeinschaftsinitiativen“. Die Verantwortung für die Umsetzung liegt bei den Mitgliedstaaten, die auch die Anlaufstellen für Informationen sind.

Neben den o.a. Initiativen gibt es eine Reihe von Programmen beispielsweise in den Bereichen Bildung, Umwelt, Forschung, Förderung von kleinen und mittleren Unternehmen, Zusammenarbeit mit Drittstaaten, u.v.m., die von den Dienststellen der Kommission verwaltet werden und von der Tourismuswirtschaft in Anspruch genommen werden können.

Um die Fülle an Programmen und Initiativen in strukturierter Weise darzustellen und den betroffenen Akteuren im Tourismus einen Überblick zu verschaffen, wurde von der Kommission im Jahr 2000 die sogenannte „Roadmap“ (Internet-Wegweiser für Tourismus) veröffentlicht, welche permanent aktualisiert wird:

http://europa.eu.int/comm/enterprise/services/tourism/index_en.htm

Angesichts der sich rasch ändernden Information und der steigenden Anzahl der Internet-Nutzer ist diese Form sicherlich zielführender. Die Website ist einerseits nach verschiedenen Sachgebieten und andererseits nach Generaldirektionen geordnet, unter denen für den Tourismus relevante Initiativen und (Förder-)Programme aufgelistet sind. Für jedes Programm gibt es eine Kurzbeschreibung, eine Einschätzung über die Bedeutung der Initiative für den Tourismus, eine Beschreibung, wer Fördermittel beantragen kann und wie dies geschieht, eine Angabe über die Laufzeit des Programms, über das Gesamtbudget und die Fördersätze für Projekte sowie die Webseiten für weitere Informationen.

4. Wirtschaftliche Lage der Betriebe

4.1 Die wirtschaftliche Lage der Hotellerie

4.1.1 Die Entwicklung der Einnahmen und Ausgaben

Sowohl die durchschnittlichen Einnahmen pro Unternehmen in der 3-Sterne-Kategorie, die bei etwa 0,65 Mio. € p.a. liegen, als auch der 4/5-Sterne-Kategorie, die bei etwa 1,31 Mio. € liegen, konnten gesteigert werden. Die Ursache dafür liegt in der positiven Entwicklung der Auslastung, während Preis und Zusatzkonsum etwas rückläufig waren.

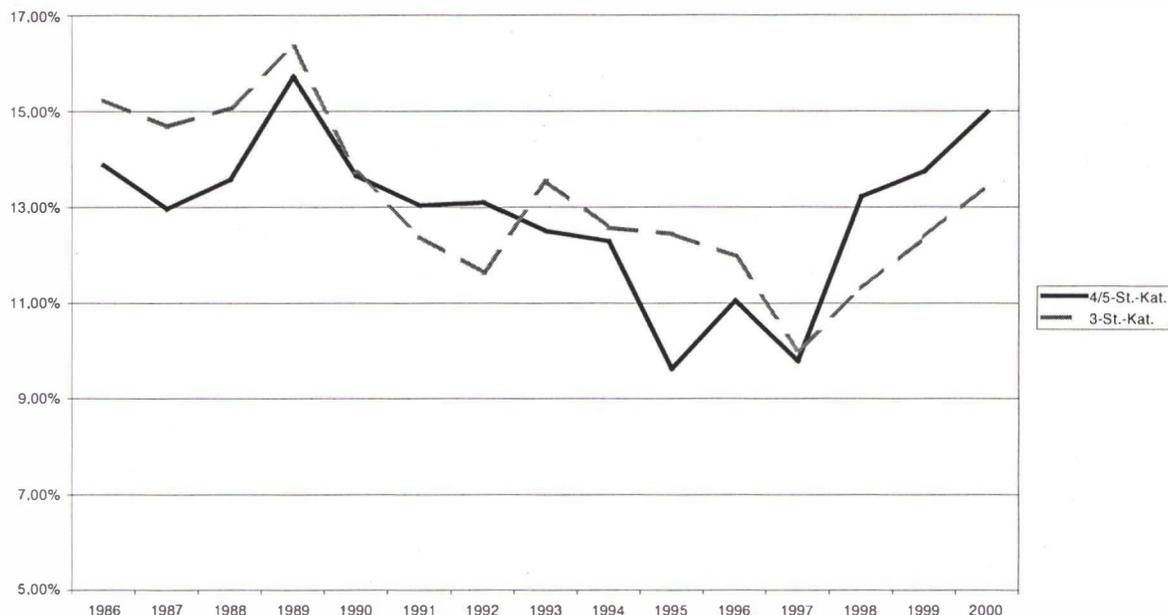
Diese Entwicklung konnte jedoch in der 3-Sterne-Kategorie nicht in vollem Umfang erreicht werden. Der auch hier verzeichnete Zuwachs im Restaurantbereich war von einer leicht rückläufigen Auslastung und einem leichten Verfall der Preise gekennzeichnet. Die Unternehmen des höheren Qualitätsniveaus sind dabei, die schlechteren Qualitäten zu überholen. Die heimische Hotellerie entwickelt sich sowohl nachfrage- als auch angebotsseitig hin zum Hochpreissegment.

Ausgabenseitig war die Entwicklung - so wie in den letzten Jahren - wenig spektakulär: Mit Ausnahme des Personalaufwandes, der sich im Durchschnitt der letzten zehn Jahre von 28 % auf knapp 32 % der Einnahmen¹¹ erhöht hat, haben alle anderen Ausgabenpositionen leicht sinkende bzw. stagnierende Tendenz. Der deutlichste Rückgang konnte bei den Zinsen - bedingt durch das allgemein niedrige Zinsniveau - verzeichnet werden. Gegenüber der Hochzinsphase ist die Zinsbelastung um rund 35 % gesunken und beträgt derzeit rund 8 % der jährlichen Einnahmen sowohl bei den 3- als auch 4/5-Sterne-Betrieben.

4.1.2 Die Entwicklung des Cash-flows

Das operative Ergebnis (ausgedrückt als Cashflow vor Zinsen) hatte langfristig eine rückläufige Entwicklung genommen. Unter Berücksichtigung der Zinsen zeigt nachstehende Darstellung einen langfristigen Rückgang der Ertragskraft, der allerdings in den letzten Jahren in den beiden dargestellten Qualitätsklassen gestoppt werden konnte.

¹¹ Bei den Betrieben der 3-Sterne-Kategorie hat sich der Personalaufwand von 24 % ebenfalls auf 32 % der Einnahmen erhöht. Die Werte sind jeweils ohne Berücksichtigung eines Unternehmerlohnes.

Abbildung 7: **Veränderung des Cashflows nach Zinsen** (in % der Einnahmen)

Quelle: Tourismusbank

Steigende Einnahmen und stagnierende bzw. sinkende Ausgaben (vor allem Fremdkapitalzinsen) haben dazu beigetragen, den für die Fortentwicklung der Unternehmen notwendigen Cashflow nachhaltig zu verbessern.

4.1.3 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 geringfügige Verbesserung der Bonitätslage bei den 3-Sterne-Betrieben sowie eine weitere Verbesserung bei den 4/5-Sterne-Betrieben zu erkennen.

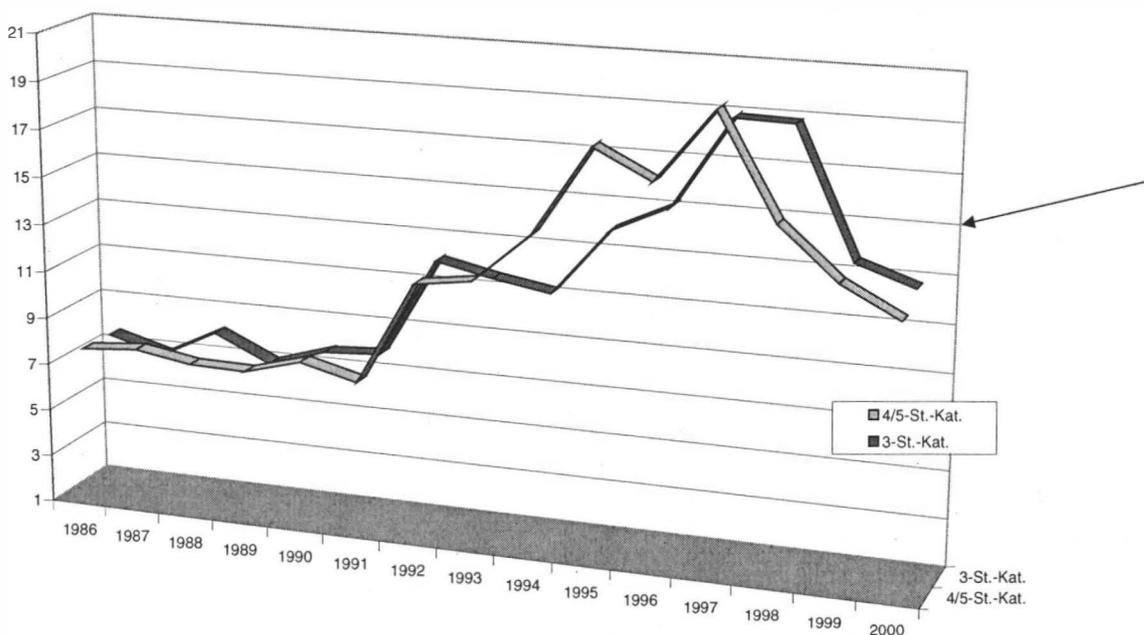
Am prägnantesten von allen Kennzahlen beschreibt das Verhältnis von Fremdkapital zu Cashflow das Maß der gegebenen Verschuldung. Diese Kennzahl wird auch als "dynamischer Verschuldungsgrad" oder "fiktive Fremdkapitalrückzahlungsdauer" bezeichnet, da das Ergebnis auch als jene Zeitspanne interpretiert werden kann, die erforderlich ist, die gesamten Fremdmittel aus dem Cashflow zurückzuführen¹².

Derzeit können im Durchschnitt sowohl die Unternehmen der 3-Sterne- als auch die der 4/5-Sterne-Kategorie die vom Unternehmens-Reorganisations-Gesetz (URG) geforderte

¹² Eine Entschuldung sollte entsprechend den Bestimmungen des URG in maximal 15 Jahren möglich sein.

Grenze einhalten. Trotz der erfreulichen Erfolge bei den Nächtigungen und Umsätzen, wo wieder Zuwächse verzeichnet werden konnten, befindet sich aber nach wie vor ein wesentlicher Teil der Tourismuswirtschaft in einer angespannten Situation, die derzeit nur aufgrund der günstigen Zinslandschaft nicht zu weitergehenden Schwierigkeiten führt.

Abbildung 8: **Entschuldungsdauer in Jahren** (Fremdkapital/Cashflow nach Zinsen)



Quelle: Tourismusbank

Die betriebswirtschaftliche Analyse der Hotellerie lässt sich wie folgt zusammenfassen:

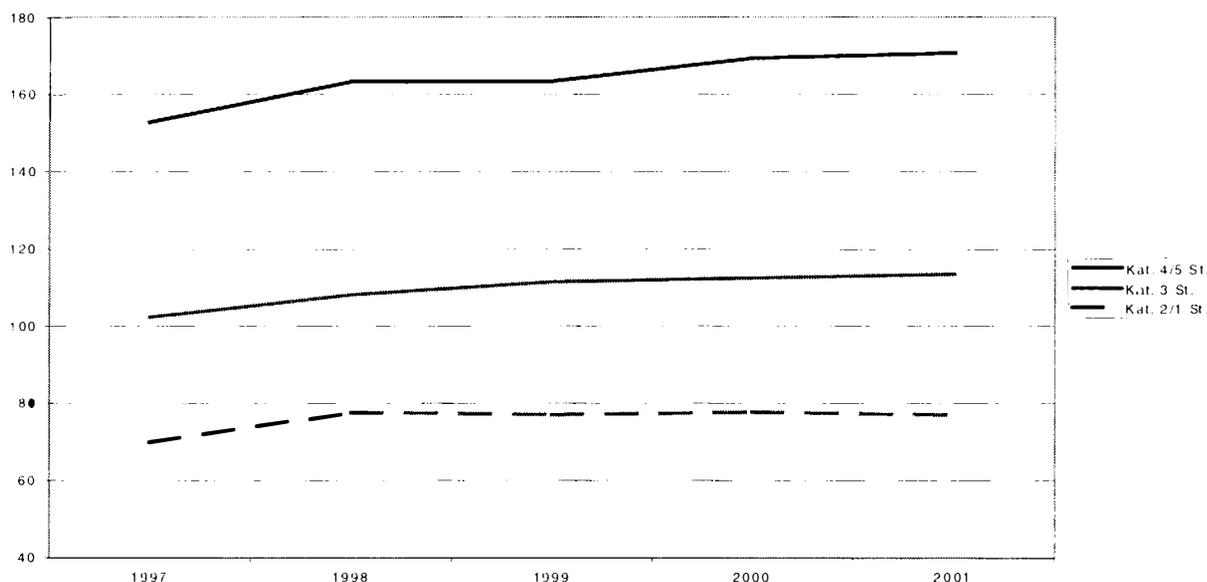
- Eine Zurückhaltung bei den Investitionen in den Jahren 1996 bis 1999 hat dazu beigetragen, die Verschuldung zu stabilisieren. Bedingt durch die gute Konjunktur und wohl auch das niedrige Zinsniveau sind die Betriebe ab dem Jahr 2000 dazu übergegangen, Investitionsdefizite abzubauen, was allerdings auch wieder zu einer leichten Erhöhung der Verschuldung geführt hat.
- Die verstärkte Nachfrage hat wieder zu einer Zunahme der Nächtigungen, einer verbesserten Auslastung und damit auch höheren Einnahmen geführt. Zusammen mit einer weitgehenden Entspannung auf der Zinsenseite hat dies eine Verbesserung der wirtschaftlichen Ergebnisse der Betriebe bewirkt. Dies gilt für die Unternehmen der 3- und 4/5-Sterne-Kategorie in gleicher Weise. Auf der Nächtigungs-, Umsatz- und Ertragsseite wurde der Turn-around erreicht.
- Die guten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen konnte die Hotellerie und Gastronomie in verstärktem Umfang für eine Stabilisierung nutzen. Der Rückgang bei den Insolvenzen fiel stärker aus als in der Gesamtwirtschaft. Es werden allerdings einige Jahre mit sehr gutem Geschäftsgang erforderlich sein, um auch im Bereich des nach wie vor negativen Eigenkapitals eine nachhaltige Verbesserung zu erreichen.

- Nach wie vor ist die Verschuldung ausgedrückt in statischen (negatives Eigenkapital) und auch dynamischen Kennzahlen (Entschuldungsdauer knapp unter 15 Jahren) hoch, sodass die Hotellerie im Durchschnitt die vom Unternehmens-Reorganisations-Gesetz URG geforderten Kennzahlengrenzen nur knapp erfüllen kann. Dies gilt vor allem im Hinblick auf die künftig durch Basel II erhöhten Anforderungen an die Bonität.
- Mögliche Beeinträchtigungen durch geänderte Rahmenbedingungen werden unterschiedlich aufgenommen werden können. Vor allem die Betriebe mit suboptimalen Betriebsgrößen und solche mit minderer Qualität werden weiter und mehr zum erforderlichen Umstellungsprozess gefordert werden.
- Demgegenüber konnten die Qualitätsbetriebe die Auslastung deutlich verbessern und von den erzielten Nüchtigungen einen größeren Anteil auf sich konzentrieren. Diese Unternehmen konnten sich auch wirtschaftlich überdurchschnittlich entwickeln und sind die Hoffnungsträger für die weitere positive Entwicklung des Tourismus.

4.1.4 Auslastung

Nachstehende Darstellung der Auslastung nach Vollbelegtagen (VBT) zeigt ein weitgehend unverändertes Bild im Zeitablauf. Während die Unternehmen der höheren Kategorie ihre Auslastung im Zeitablauf von 153 auf 171 VBT verbessern konnten (3-Sterne-Betriebe von 103 auf 114 VBT), konnten die Betriebe der 2/1-Sterne-Kategorie von 70 auf 77 VBT zulegen. Eine wirtschaftliche Betriebsführung ist allerdings bei dieser Auslastung nur schwer möglich.

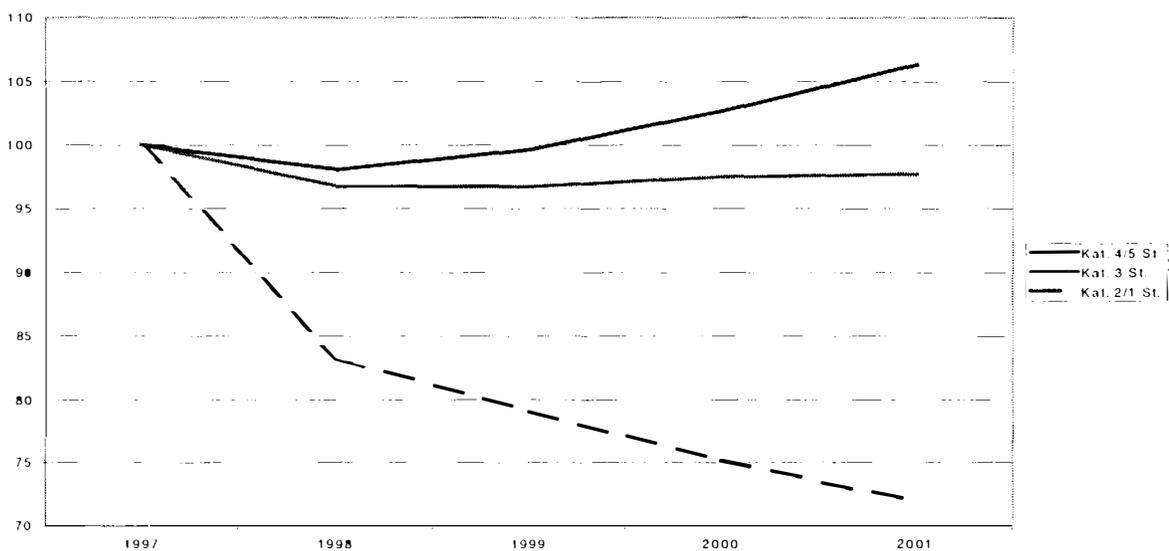
Abbildung 9: Die Entwicklung der Auslastung nach Kategorien (in Vollbelegtagen)



Quelle: WKÖ: Tourismus in Zahlen, 2000

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 tut sich weiter auf. Dies zeigt sich auch an der Entwicklung der Zahl der Unternehmen der einzelnen Kategorien, die eine steigende Entwicklung 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 niedriger Qualitätsklassen zeigt.

Abbildung 10: **Entwicklung der Zahl der Unternehmen nach Qualitätsklassen** (Index)



Quelle: WKÖ: Tourismus in Zahlen, 2000

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

4.2 Die wirtschaftliche Lage der Gastronomie

4.2.1 Die Entwicklung von Einnahmen und Cash-flow

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

Tabelle 3: **Entwicklung von Erfolgswerten der Gastronomie 2000**¹³

durchschnittliche Einnahmen	625.000,-- €
Cashflow (vor Zinsen)	12,0 %
Cashflow (nach Zinsen)	8,8 %

Da hauptsächlich bilanzierende Unternehmen in die Stichprobe eingehen, sind die Daten in Richtung der umsatzstärkeren Unternehmen verzerrt. Es gibt jedoch deutliche Hinweise auf eine Verbesserung der Einnahmen und in der Folge auch der wirtschaftlichen Ergebnisse gegenüber dem Jahr 1999.

4.2.2 Die wirtschaftliche Stabilität der Gastronomie

Anhand der vom URG vorgegeben Kennzahlen Eigenkapitalausstattung und Schuldentilgungsdauer wird die wirtschaftliche Stabilität der Gastronomiebetriebe in Österreich beurteilt.

Tabelle 4: **Entwicklung von Stabilitätskennzahlen der Gastronomie 2000**¹⁴

Eigenkapitalausstattung	- 16 %
Schuldentilgungsdauer	14 Jahre

Das Ziel der positiven Eigenkapitalausstattung von 8 % wird bei weitem verfehlt. Das Erfordernis, seine Schulden innerhalb von 15 Jahren rückführen zu können, wird im Durchschnitt knapp erreicht. Dies bedeutet jedoch, dass knapp 50 % der Unternehmen aufgefordert sind, Restrukturierungsmaßnahmen einzuleiten.

Bei näherer Betrachtung der Kennzahlen ist auch für die Gastronomieunternehmen festzustellen, dass der wirtschaftliche Erfolg stark mit der Betriebsgröße korreliert. Auch in diesem Fall gilt, dass die Betriebsgröße - vorausgesetzt das entsprechende Marktvolumen ist auch vorhanden - zu den erfolgsentscheidenden Einflussgrößen gehört.

¹³ Quelle: IfGH (Österreichisches Institut für Gewerbe- und Handelsforschung) - Bilanzbranchenbild

¹⁴ Quelle: IfGH

Tabelle 5: **ausgewählte Kennzahlen 2000 der Gastronomie nach Größenklassen**¹⁵

Eigenkapitalausstattung (alle Unternehmen)	-16 %
Eigenkapitalausstattung (Umsatz bis 0,5 Mio. €)	-32 %
Eigenkapitalausstattung (Umsatz 0,5 – 1 Mio. €)	-24 %
Eigenkapitalausstattung (Umsatz 1 – 2 Mio. €)	-19 %
Eigenkapitalausstattung (Umsatz ab 2 Mio. €)	12 %
Schuldentilgungsdauer in Jahren (alle Unternehmen)	14
Schuldentilgungsdauer (Umsatz bis 0,5 Mio. €)	negativ
Schuldentilgungsdauer (Umsatz 0,5 – 1 Mio. €)	14
Schuldentilgungsdauer (Umsatz 1 – 2 Mio. €)	12
Schuldentilgungsdauer (Umsatz ab 2 Mio. €)	5

Aus obenstehender Tabelle ist abzuleiten, dass in der Gastronomie in der Regel erst ab einem Umsatzvolumen von etwa 1 Mio. € p.a. eine ausreichende Wirtschaftlichkeit gegeben ist.

Unter diesem Gesichtspunkt ist der neue 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 Unternehmen zu sehen.

4.3 Die Insolvenzentwicklung in Hotellerie und Gastronomie

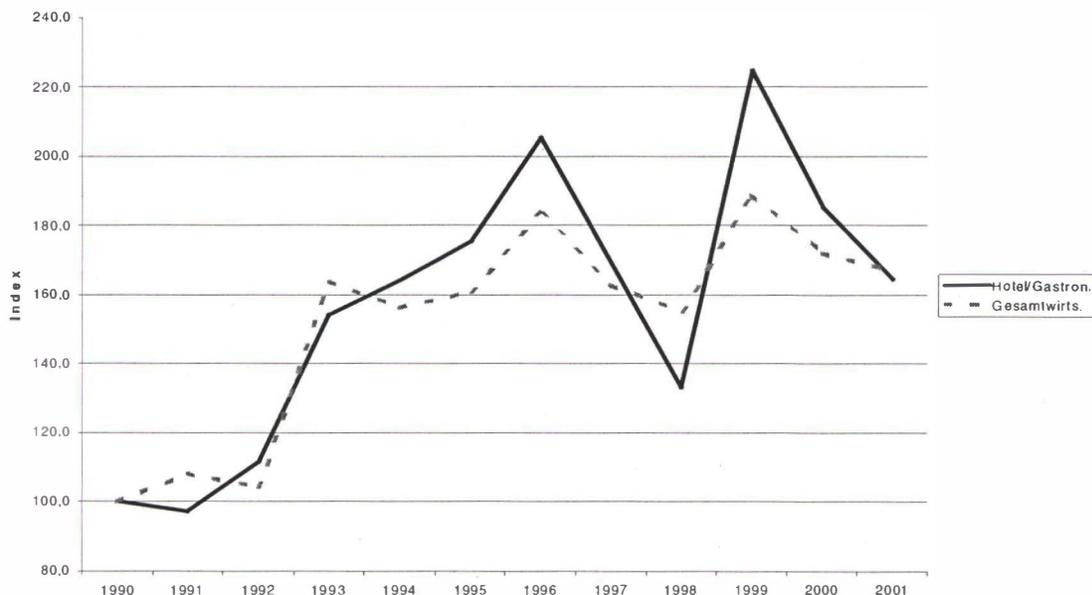
Während in Europa lt. einem Bericht der Creditreform 2001 die Insolvenzen um 5,9 % zunahmen, konnte Österreich einen weiteren Rückgang um 1,4 % verzeichnen. Dies ist umso bedeutungsvoller, weil es im Zusammenhang mit den Ereignissen vom 11. September 2001 zu beträchtlichen Veränderungen im Reiseverkehr kam und so bedeutende Unternehmen wie Swissair, Sabena u.ä. zahlungsunfähig wurden.

Die Entwicklung der Insolvenzen in Gesamtwirtschaft und in 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 bei einer Erholung, wie sie in

¹⁵ Quelle: IfGH

den letzten beiden Jahren zu beobachten ist, fällt der Rückgang bei den Insolvenzen deutlicher aus.

Abbildung 11: Insolvenzentwicklung in Hotellerie und Gastronomie (Index)



Quelle: KSV

Somit zeigen auch die Zahlen der Insolvenzentwicklung, dass es gelungen ist, die wirtschaftliche Lage der Unternehmen der Hotellerie und Gastronomie ab dem Jahr 2000 zu stabilisieren, und dieser Trend hat sich im Jahr 2001 weiter fortgesetzt.

Bemerkenswert ist darüber hinaus, dass der durchschnittliche Schaden im Insolvenzfall in der Gesamtwirtschaft 1,2 Mio. € betragen hat, während der volkswirtschaftliche Schaden im Falle einer Insolvenz in der Tourismuswirtschaft sich auf lediglich 0,41 Mio. € belief.

5. Entwicklungslinien der Branche

5.1 Nachfrageseite

Die Neuberechnung der Verteilung der Aufwendungen für Tourismus und Freizeit laut Europäischem System volkswirtschaftlicher Gesamtrechnungen (ESVG1995) auf die verschiedenen Positionen erbrachte zum Teil neue Ergebnisse, die jedoch auch im Lichte zukünftiger Erfahrungen einer Evaluierung bedürfen.¹⁶

Wie in der bisherigen Berechnung entfällt der größte Teil der Einnahmen aus dem internationalen Reiseverkehr und der privaten Ausgaben der Inländer für Tourismus und Freizeit im Inland auf das Beherbergungs- und Gaststättenwesen sowie auf den Transportsektor (Tabelle 6).

¹⁶ Auf Grund des hohen Detailgrades ist die vorliegende Berechnung nicht konsistent mit dem TSA-Konzept.

Tabelle 6: **Aufwendungen für Tourismus und Freizeit 2000¹⁾**

	Ausländer ²⁾	Inländer	Insgesamt ²⁾	Ausländer ²⁾	Inländer	Insgesamt ²⁾
	Mio. €			Anteile in %		
01 Nahrungsmittel, antialkoholische Getränke	786.213	309.930	1.096.143	6,40	1,29	2,57
02 Tabak, alkoholische Getränke, Narkotikum	307.649	121.277	428.925	2,50	0,50	1,00
03 Kleidung und Schuhe	478.564	1.414.749	1.893.314	3,89	5,87	4,43
04 Einrichtung	205.099	207.139	412.238	1,67	0,86	0,97
05 Gesundheit	136.733	53.901	190.633	1,11	0,22	0,45
06 Transport	1.862.674	3.950.291	5.812.965	15,16	16,40	13,62
<i>Individualtransport</i>	<i>1.133.497</i>	<i>2.174.816</i>	<i>3.308.313</i>	<i>9,22</i>	<i>9,03</i>	<i>7,75</i>
<i>Öffentlicher Transport</i>	<i>729.177</i>	<i>1.775.475</i>	<i>2.504.652</i>	<i>5,93</i>	<i>7,37</i>	<i>5,87</i>
07 Kommunikation	136.733	341.009	477.742	1,11	1,42	1,12
08 Foto-, Kino-, Fernseh- und Rundfunkgeräte	173.280	2.508.642	2.681.921	1,41	10,42	6,28
09 Sport	153.696	2.079.675	2.233.372	1,25	8,64	5,23
10 Kultur, Bildung, Unterhaltung	143.523	2.608.630	2.752.153	1,17	10,83	6,45
11 Glücksspiel	63.192	862.331	925.523	0,51	3,58	2,17
12 Reisebüros	207.402	2.830.239	3.037.640	1,69	11,75	7,11
13 Restaurants und Unterkunft	7.348.840	5.960.877	13.309.717	59,81	24,75	31,17
14 Übrige Waren	284.402	835.436	1.119.838	2,31	3,47	2,62
Summe 01-14 ³⁾	12.288.000	24.084.125	42.694.125	100,00	100,00	100,00
Aufwendungen übernachtender inländ. Touristen für Geschäftsreisen	–	835.000	835.000			
Aufwendungen inländ. Tagesbesucher	–	4.665.000	4.665.000			
Aufwendungen der Inländer in Wochenendhäusern und Zweitwohnungen	–	822.000	822.000			
Tourismus und Freizeit in Österreich insgesamt	12.288.000	30.406.125	42.694.125			

Quelle: OeNB, VGR, WIFO. Rundungen können Rechendifferenzen ergeben. – ¹⁾ Die Datenbasis für die Erstellung der einzelnen Aufwandsgruppen für das Jahr 2001 ist noch nicht verfügbar. – ²⁾ Einschließlich des internationalen Personentransportes. – ³⁾ Inländer: Aufwendungen übernachtender Touristen für Urlaubsreisen und Aufwendungen für den Freizeitkonsum am Wohnort.

Im Jahr 2000 wurden im Tourismus (darunter werden hier nur die Aufwendungen der Ausländer und der inländischen übernachtenden Urlaubsreisenden verstanden) 59,8 % der Gesamtaufwendungen (gemeint ist hier die Summe der Verbrauchsgruppen) für Unterkunft und Verpflegung außer Haus ausgegeben. Insgesamt wurde damit ein Volumen von 10,25 Mrd. € erreicht. Davon entfielen auf Unterkunft 3,86 Mrd. € (37,7 %) und Verpflegung 6,39 Mrd. € (62,3 %).

Die Aufwendungen für Transport erreichten ein Volumen von insgesamt rund 5,81 Mrd. € bzw. einen Anteil an den Gesamtaufwendungen von 13,6 %, wobei die Aufwendungen für

den Individualtransport mit 3,31 Mrd. € deutlich über den Aufwendungen für den öffentlichen Verkehr (2,5 Mrd. €) liegen.

Im Jahr 2000 wurden 2,68 Mrd. € für Foto-, Kino-, Fernseh- und Rundfunkgeräte ausgegeben. Diese Ausgabenkategorie wird zu 91 % vom Freizeitkonsum der Inländer am Wohnort dominiert.

Für Kleidung und Schuhe wurden 2000 1,89 Mrd. € aufgewendet, wobei im Tourismus der Anteil an den Gesamtaufwendungen 3,9 % betrug. Beim Freizeitkonsum am Wohnort war der Anteil an den Gesamtaufwendungen mit 6,4 % deutlich höher.

Die Ausgaben für Sport (Sportausrüstung und -dienstleistungen, Bäder, Saunen, Solarien) betrugen 2,23 Mrd. €, wovon die Österreicher 93,1 % tätigten.

Kultur, Bildung und Unterhaltung (einschließlich der Aufwendungen für Museumsbesuche) zogen im Jahr 2000 ein Nachfragevolumen von 2,75 Mrd. € oder 6,5 % der Gesamtaufwendungen für Tourismus und Freizeit an. Rund 95 % der Gesamtaufwendungen für diese Position wurden von Inländern getätigt. Die größten Aufwendungen in dieser Kategorie stellen jene für Zeitungen, Zeitschriften und Bücher dar, sie machen ein Viertel der Aufwandsgruppe aus.

Von den verbleibenden Aufwendungen sind in erster Linie die Leistungen der Reisebüros und Reiseveranstalter zu erwähnen: Im Jahr 2000 gaben die Inländer für Leistungen der Reise- und Verkehrsbüros 2,83 Mrd. € aus. Dieser Aufwandsposition ist jedoch fast zur Gänze (97,1 %) den Leistungen für die Auslandsreisen der Inländer zurechenbar und daher in der Position "Freizeitkonsum der Inländer am Wohnort" verbucht.

5.2 Angebotsseite

Das Beherbergungs- und Gaststättenwesen umfasste laut nichtlandwirtschaftlicher Bereichszählung 1995 (letzter verfügbare Datenbasis) rund 39.000 Betriebe. Die Bruttowertschöpfung des Beherbergungs- und Gaststättenwesens zu Herstellungspreisen belief sich im Jahr 2001 auf 8,42 Mrd. €, der Anteil des Sektors an der Summe der Wirtschaftsbereiche betrug damit 4,3 %. Der Personalaufwand und die Wertschöpfung je unselbständig Beschäftigtem sind auf Basis der statistisch erfassbaren Kennziffern niedriger als in den meisten anderen Wirtschaftszweigen.

Das Beherbergungs- und Gaststättenwesen ist trotz der deutlichen Verschiebung zu Gunsten größerer Betriebe im Prinzip kleinbetrieblich strukturiert. Im Jahresdurchschnitt 2001 beschäftigte die Branche 150.500 unselbständige Arbeitskräfte (ohne Karenzgeldbezieher und Präsenzdienler), 36.400 Personen waren selbständig beschäftigt. Das Beherbergungs- und Gaststättenwesen verzeichnet im Vergleich zur Gesamtwirtschaft relativ hohe Arbeitslosenquoten. 2001 betrug diese lt. ÖNACE-Klassifizierung 21 %.

Bei Betrachtung des Angebotes ist eine Anpassung an die Nachfrage in Richtung Qualitätsverbesserung zu beobachten. Zwischen 1990 und 2001 realisierte man in der Sommersaison einen Bettenzuwachs bei den 5-/4-Sterne-Betrieben von 33,4 %, bzw. von 45,5 % in der Wintersaison. Die 3-Sterne-Betriebe erfuhren ebenfalls eine Kapazitätserweiterung bis in die Mitte der neunziger Jahre, danach ging die Bettenanzahl leicht zurück. Seit 1990 wurden in der 2-/1-Sterne-Kategorie 45,6 % der Sommer- bzw. 42,3 % der Winterkapazität abgebaut.

Die Zahl der Betten in Privatquartieren reduzierte sich seit 1990 in der Sommersaison um 40,3 % und in der Wintersaison um 34,7 %, jene in Ferienhäusern und -wohnungen stieg im Zeitraum 1990 bis 2001 im Sommerhalbjahr von rund 123.000 auf 228.300 und im Winterhalbjahr von rund 102.000 auf 202.500. Ein beträchtlicher Teil dieses Kapazitätszuwachses entfiel dabei auf die Umwandlung bereits vorhandener Gästeunterkünfte (z.B. Privatquartiere).

In der Wintersaison ist die Kapazitätsauslastung in den gewerblichen Unterkünften seit 1990 angestiegen, in den Privatunterkünften stagnierte sie auf niedrigem Niveau. In den Privatquartieren ist die Bettenauslastung im Jahr 2001 mit 19 % im Winter und 16,6 % im Sommer am niedrigsten, am höchsten ist sie mit 46,3 % (Winter) bzw. 50,5 % (Sommer) in der 5-/4-Sterne-Kategorie.

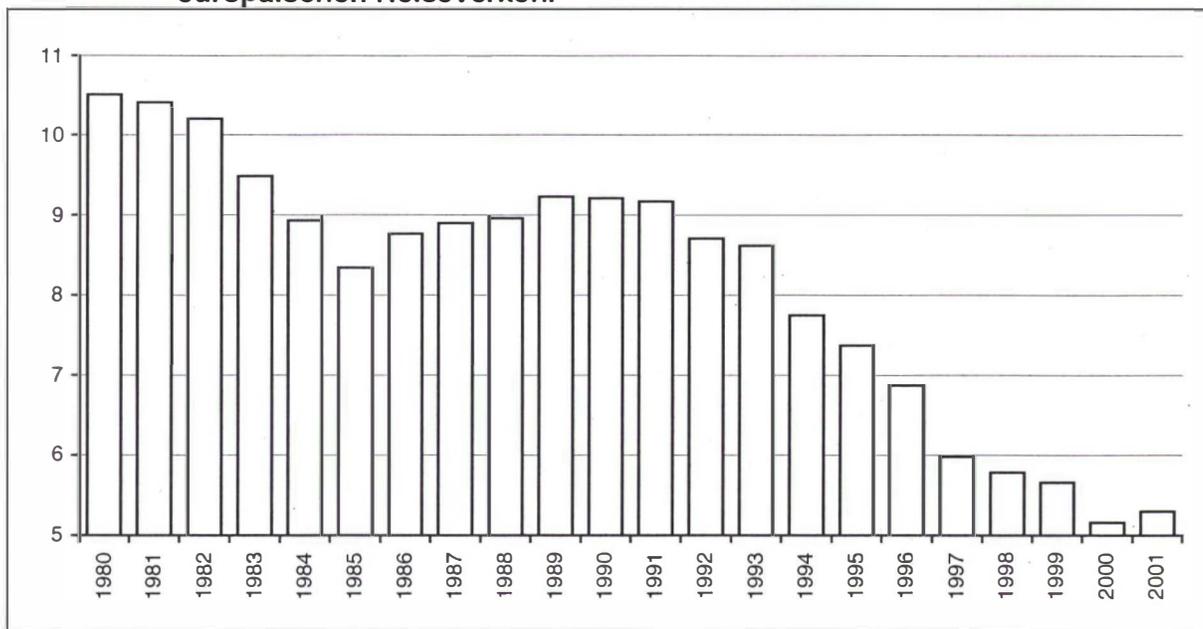
Die durchschnittliche Kapazitätsauslastung war im Sommer 2001 mit 28,3 % um etwa 3 Prozentpunkte niedriger als im Winter (31,2 %). Von 1990 bis 2001 war die Bettenauslastung in der Sommersaison in allen Unterkunftsarten rückläufig.

5.3 *Tourismusdestination Österreich im internationalen Wettbewerb*

Auf Grund des Globalisierungsdrucks und der ausgeprägten Innovationsschwäche sowie Kooperationsträgheit verliert Österreich langfristig ständig Marktanteile. Seit 1990 sanken diese – gemessen an den internationalen Zahlungsströmen – in Europa von 9,2 % auf 5,3 %. Anders ausgedrückt gingen sie in etwas mehr als 10 Jahren um 42 % zurück (Abbildung 12).

Im Jahr 2001 konnte Österreich – entgegen dem langfristigen Trend – im internationalen Reiseverkehr jedoch wieder Marktanteile gewinnen. So konnten diese auf Basis der internationalen Zahlungsströme im europäischen Reiseverkehr um 2,7 % gegenüber dem Vorjahr gesteigert werden.

Abbildung 12: **Entwicklung des nominellen Marktanteils Österreichs im internationalen europäischen Reiseverkehr**



Quelle: IMF, OeNB, eigene Berechnungen. Ohne internationalen Personentransport; 2001: Schätzung.

Der Positionsgewinn kann zum Teil auf Qualitäts- und Strukturverbesserungen, aber auch auf die Effekte des Terroranschlags vom 11. September 2001 zurückgeführt werden. Von den wichtigen Zielländern im europäischen Tourismus verzeichneten die Niederlande, Großbritannien, Deutschland und Italien mehr oder weniger deutliche Positionsverluste.

Die Terroranschläge vom 11. September 2001 hat die internationale Tourismuswirtschaft insgesamt empfindlich getroffen (vgl. dazu: Kapitel 5.6 „Auswirkungen der Terroranschläge vom 11. September 2001“).

5.4 Basel II – neue Spielregeln für die Unternehmensfinanzierung

Bereits im Jahre 1974 wurde von den G 10-Notenbankpräsidenten der Basler Ausschuss (ihm gehören an: neben den USA, Kanada, Schweiz und Japan auch acht EU-Mitgliedsstaaten - Deutschland, UK, Frankreich, Italien, Belgien, Niederlande, Luxemburg, Schweden -; Spanien und die EU-Kommission haben Beobachterstatus) eingesetzt, um einerseits die Zusammenarbeit zwischen den Bankenaufsichtsbehörden zu fördern und um andererseits die bankenaufsichtlichen Standards vor allem in Bezug auf die Solvenz zu verbessern. 1988 hat der Basler Ausschuss für Bankenaufsicht Empfehlungen für die Haltung von Eigenkapital verabschiedet (Basel I), die von den Nationalstaaten in ihr jeweiliges Rechtssystem übernommen wurden.

Die Zunahme der Komplexität der Wirtschafts- und Finanzsysteme hat neue Eigenkapitalvorschriften für Banken - Basel II - notwendig gemacht. Dieses Basler Papier wird zur Folge haben, dass ab 2005 das Risiko jedes einzelnen Kreditengagements auf objektiv nachvollziehbare Art und Weise einzuschätzen und auch mit einer jeweils unterschiedlichen Höhe von Eigenkapital zu unterlegen ist. Darüber hinaus ist das für die jeweilige Bonitätsklasse gegebene Ausfallrisiko durch einen spezifischen Risikozuschlag zu berücksichtigen. Dies hat - da ein größeres Ausfallrisiko sowohl durch die höhere Eigenkapitalunterlegung als auch durch den Risikozuschlag zu berücksichtigen ist - eine stark differenzierte Zinskalkulation zur Folge. Die Kreditvergabepraxis der Banken wird sich dadurch spürbar ändern. Branchen mit schlechter Eigenkapitalausstattung und schlechtem Rating werden in Zukunft weniger oder nur mehr teureres Geld erhalten.

Im Rahmen des Lissabon-Prozesses wird das Ziel verfolgt, Europa bis 2010 – vor allem im Vergleich zu den USA - zum wettbewerbsfähigsten Wirtschaftsraum der Welt zu machen. Große Teile der europäischen Wirtschaft werden durch die Refinanzierungskosten beeinflusst, weil durch sie enorme indirekte Auswirkungen auf die Wettbewerbsfähigkeit gegeben sind. Basel II ist daher im Konnex mit der Lissabon-Agenda zu sehen und weiter im Auge zu behalten.

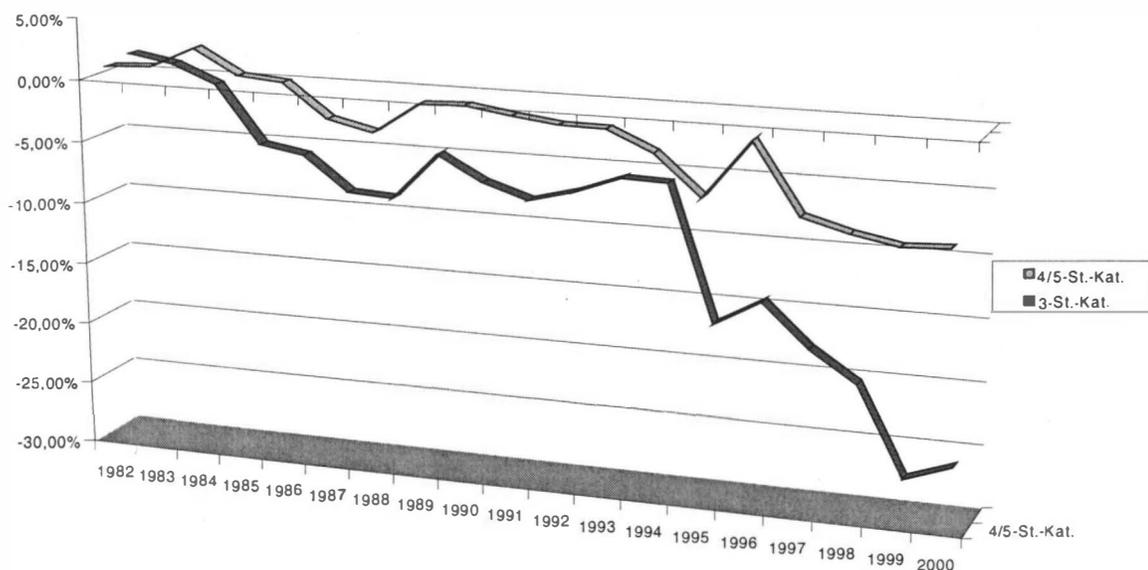
Das neue System wird verschiedene Maßnahmen umfassen; es beruht auf drei Säulen:

1. Mindestkapitalvorschriften (neue Risikodifferenzierung anhand von Beurteilungen externer Rating - Agenturen, aber auch Interne Rating - Verfahren): Das Mindestkapital soll stärker nach Risiken ausgerichtet werden. Bisher wurde nur zwischen den drei Gruppen Banken, Unternehmen und öffentlicher Hand unterschieden. Nunmehr soll die individuelle Bonität eines Kreditwerbers ermittelt werden, die sich dementsprechend auf die Kreditzinsen auswirkt. Während bisher für das Kreditrisiko bei Unternehmen ein einheitlicher Ansatz - für jeden Kredit ist in seiner vollen Höhe mit 8 % Eigenkapital vorzusorgen - in Geltung war, wird in Zukunft je nach Bonität eine Einteilung in verschiedene Risikoklassen vorgesehen. Da Eigenkapital bei Banken durchwegs einen Engpassfaktor darstellt, wird der unterschiedliche Eigenkapitalbedarf unweigerlich zu deutlich unterschiedlichen Zinssätzen führen.
2. Aufsichtlicher Anerkennungsprozess (Möglichkeit einer individuellen Überprüfung der Eigenkapitalausstattung durch Aufsichtsbehörden; auch erweiterte Einflussmöglichkeit, etwa in Bezug auf Risikoprofil oder interne Rating - Verfahren)
3. Marktdisziplin (Offenlegung aussagekräftiger Informationen; Unterscheidung der Informationen, etc.)

5.5.1 Das Rating der Tourismuswirtschaft

Die Tourismus- und Freizeitwirtschaft verfügt über eine schlechte Eigenmittelausstattung. Bei jedem Bonitätsbeurteilungsverfahren stellt das Ausmaß des Eigenkapitals eine wesentliche Größe dar - bei Ansätzen einiger Institute hat es sogar ein Gewicht von 40 %.

Abbildung 13: Die Eigenkapitalquote der Hotellerie (Eigenkapital/Gesamtkapital)



Quelle: Tourismusbank

5.5.2 Die Folgen für die Tourismuswirtschaft

Die Bestimmungen werden zu einem Zeitpunkt wirksam, wo aufgrund der Begleitmaßnahmen zur Einführung des EURO in Europa ein sehr ausgeglichenes und niedriges Zinsniveau herrscht. Das durchschnittliche Zinsniveau wird durch die Umsetzung von Basel II nicht verändert. Es sind jedoch beträchtliche Unterschiede in der Zinssatzgestaltung bei guten und weniger guten Kreditrisiken zu erwarten.

- Sowohl das erhöhte Risiko als auch die erhöhte Eigenkapitalvorsorge könnten von den Kreditinstituten in den zur Anrechnung kommenden Zinssatz eingerechnet werden.
- Der bislang auch von Unternehmerseite für wenig interessant befundene Markt für Eigenkapital wird an Bedeutung gewinnen.
- Unternehmen mit guter Bonität werden in Zukunft mit gutem Grund auf bessere Konditionen als bisher hoffen können.

5.5.3 Maßnahmen zur Gegensteuerung

Zum Unterschied von kapitalmarktbedingten Zinssatzveränderungen ist es bei den geplanten Regelungen möglich, Maßnahmen zu ergreifen, welche die Auswirkungen der erwarteten Verteuerung der Fremdmittel mildern können.

Als mögliche Maßnahmen zur Gegensteuerung sind zu nennen:

- Die Bundesgarantie, die im Rahmen des KMU-Förderungsgesetzes dem Tourismus über die Tourismusbank zur Verfügung gestellt wird, wird enorm an Bedeutung gewinnen, da damit die beste Ratingstufe (AAA-Rating des Bundes) erreicht werden kann. Zur Abfederung möglicher negativer Auswirkungen steht mit der Garantieübernahme ein hervorragend geeignetes Förderungsinstrument zur Verfügung.
- Die Notwendigkeit, Partner aufzunehmen oder sich nach Alternativen umzusehen (Kooperationen, Verkauf, Einbringen nicht betriebsnotwendigen Vermögens), nimmt zu.
- Die bisherige Praxis, Investitionen nicht zu aktivieren um Ertragssteuern zu vermeiden, ist aus Gründen des Bilanzbildes zu vermeiden.
- Wo Grundvermögen im Privatbesitz oder Sonderbetriebsvermögen besteht, sollte dieses eigenkapitalverbessernd eingebracht werden.
- Privatdarlehen, die oftmals Eigenkapitalcharakter haben, sollen tatsächlich als Eigenkapital eingebracht werden.
- Durch Verbesserung der Kommunikation Bank - Kreditnehmer und Wecken von Verständnis für die in Zukunft erhöhten Informationsbedürfnisse der Banken kann u.U. auch ein besseres Rating erreicht werden (Stichworte: Benchmarking, Kennzahlen, rechtzeitige Vorlage von Bilanzen, IAS, etc.).

Die in Basel erarbeiteten Vorschläge haben insgesamt Maßnahmen zur Folge, welche die Kreditbedingungen für Unternehmen verändern werden. Unternehmen mit guter Bonität

werden profitieren. Da die Bestimmungen für alle europäischen und in der Folge auch für die Konkurrenzländer gültig sind, ist keine nachteilige Wettbewerbsverzerrung zu erwarten.

Die Tourismuswirtschaft ist zu einem Zeitpunkt davon betroffen, wo einerseits die durch die Einführung des EURO bedingte Kapitalmarktsituation die Finanzmärkte stabilisierte und andererseits ein historisch niedriges Zinsniveau zu verzeichnen ist. Darüber hinaus hat die wieder erstarkte Nachfrage besonders nach den qualitativ hochwertigen Unterkünften die Ertragslage verbessert.

Ein Ansteigen der durchschnittlich verrechneten Zinssätze für manche Unternehmen im Tourismus ist zu erwarten. Trotzdem gibt es gerade im Zusammenhang mit den günstigen sonstigen Rahmenbedingungen auch keinen Grund für extreme Befürchtungen.

5.5.3 Basel II in der österreichischen Politik

In einer gemeinsamen EntschlieÙung betonte der österreichische Nationalrat am 12. Dezember 2001 ausdrücklich die großen Fortschritte, die bei den internationalen Verhandlungen beim Basler Ausschuss für Bankenaufsicht und bei der Europäischen Kommission auch durch die zuständigen Mitglieder der Bundesregierung und Instituten bislang erzielt worden sind, wie beispielsweise

- die Einführung eines auf bankinterne Ratings gestützten Ansatzes zur Ermittlung der Eigenkapitalanforderungen für das Kreditrisiko,
- die Festlegung des ermäßigten Gewichtungssatzes in Höhe von 50 % für den gewerblichen Hypothekarkredit,
- die Berücksichtigung verminderter Kreditrisiken im Privatkreditgeschäft bei den auf bankinterne Ratings gestützten Ansätzen und damit die Schaffung einer wesentlichen Voraussetzung für angemessene Anrechnungssätze für Kredite auch an Klein- und Mittelbetriebe,
- die Verschiebung des Inkrafttretens vom 1. Jänner 2004 um ein Jahr auf den 1. Jänner 2005.

Diese bereits erzielten Fortschritte gilt es nun abzusichern, ungeachtet dessen besteht weiter wichtiger Änderungsbedarf. Die österreichische Bundesregierung wurde daher im EntschlieÙungsantrag des österreichischen Nationalrates am 12. Dezember 2001 aufgefordert, in den relevanten Komitees, Arbeitsgruppen und sonstigen Foren der Europäischen Union, die mit dem Thema "Basel II" befasst sind, weiterhin Positionen zu vertreten, die im Interesse einer gesamteuropäischen Wirtschaftsstruktur, insbesondere der klein- und mittelständischen Unternehmen ("KMU"), gelegen sind und die auch die unterschiedlichen Bankenstrukturen berücksichtigen. Besonders bei KMU muss deren Kreditversorgung auch in Zukunft gesichert sein, und es darf durch die neuen

Anforderungen nicht zu einer generellen Verteuerung der Kreditkonditionen und damit zu wirtschaftspolitisch unververtretbaren Wettbewerbsverzerrungen kommen. Im Sinne dieser Zielsetzung sollte seitens der EU-Kommission in den weiteren Arbeiten für die neuen Eigenmittelvorschriften für Banken und Wertpapierfirmen folgende Punkte sichergestellt werden:

- Finanzierungen der klein- und mittelständischen Unternehmen sollen die selbe Risikobeurteilung bekommen wie Kredite an Private ("retail"); die Regeln hierfür müssen in administrativer Sicht auch von jenen – kleineren - Banken erfüllbar sein, die traditionell solche Kredite gewähren.
- Sämtliche banküblichen Besicherungsinstrumente, insbesondere jene, die im Privatkundengeschäft und in der Finanzierung der KMU eingesetzt werden, sind in adäquater Weise zu berücksichtigen.
- Bei den auf bankinterne Ratings gestützten Ansätzen ist die Festlegung eines unangemessenen Risikozuschlages für mittel- und langfristige Kredite zu vermeiden, sodass keine Benachteiligung des langfristigen Kredits eintritt. Bewährte Finanzierungsinstrumente in Europa wären sonst nachhaltig in Frage gestellt, zusätzlich können prozyklische Effekte eintreten.
- Es muss sichergestellt werden, dass Kredite an Unternehmen mit höheren Ausfallwahrscheinlichkeiten nicht über Gebühr mit Eigenkapital zu unterlegen sind; insoweit sollte der exponentielle Anstieg in der Risikogewichtung für diese Kredite gerade vor dem Hintergrund der Ergebnisse der "Quantitative Impact Study für Österreich 2" (Studie für das zweite Konsultationspapier) weiter abgeflacht werden.
- Um den Übergang auf Interne Rating – Verfahren zu erleichtern, muss deren partielle Anwendung auf einzelne Bereiche des Kreditgeschäftes möglich sein.
- Erwartete Verluste, für die bereits Risikovorsorgen gebildet wurden, sind nicht zusätzlich mit Eigenkapital zu unterlegen. Andernfalls käme es zu überhöhten Eigenmittelanforderungen, da nur unerwartete Verluste mit Eigenkapital abzudecken sind.
- Die Ermittlung der Eigenkapitalanforderungen für das operationelle Risiko sollte so ausgestaltet sein, dass risikoüberzeichnende Kapitalanforderungen vermieden werden.
- Die vorgesehenen Offenlegungserfordernisse dürfen zu keiner über ein sinnvolles Maß hinaus gehenden Informationsflut führen, deren Zweckmäßigkeit anzuzweifeln ist.
- Es darf zu keiner Benachteiligung kleinerer Institute dadurch kommen, dass die angebotenen Verfahren der Eigenkapitalberechnung mit einem nicht vertretbaren Administrativaufwand verbunden sind und diese Institute durch die faktische Nichtanwendbarkeit - bspw. der Verfahren des internen Ratings - Wettbewerbsnachteile erleiden. Anzustreben ist daher auf Europäischer Ebene die Inanspruchnahme aller Spielräume, die eine administrative Vereinfachung mit sich bringen.

5.6 Auswirkungen der Terroranschläge vom 11. September 2001

Die Terroranschläge vom 11. September 2001 haben sich deutlich auf den internationalen Tourismus bzw. die davon betroffenen Wirtschaftszweige ausgewirkt. So sanken im Zeitraum September bis Dezember 2001 weltweit die internationalen Touristenankünfte um 11 %, wogegen bis dahin im Jahresverlauf eine Wachstumsrate von 3 % realisiert werden konnte. In den letzten vier Monaten des Jahres 2001 mussten Nord- und Südamerika sowie der Nahe Osten mit rund 30 % die stärksten Rückgänge in Bezug auf die internationalen Touristenankünfte hinnehmen. In Europa fiel der vergleichbare Rückgang mit "nur" 6 % dagegen moderat aus.

Österreich als sicher eingeschätztes und mit dem Auto leicht erreichbares Land verzeichnete bei den ausländischen Gästeankünften im vergleichbaren Zeitraum nur einen leichten Rückgang von 1,2 % (Jahresdurchschnitt: +1 %) und konnte dennoch seinen Anteil am internationalen europäischen Reisemarkt deutlich verbessern. Im Prinzip wurde ein Teil der Flug- und Fernreisen unserer wichtigsten Gästesichten aus dem In- und Ausland durch Österreich-Aufenthalte ersetzt. Dabei wirkten insbesondere folgende Faktoren: Österreich ist im Prinzip eine Auto- und keine Flugreisedestination (etwa zwei Drittel der Österreich-Gäste wählen den PKW als Anreise-Transportmittel, der Großteil kommt aus dem deutschsprachigen Nahbereich), weiters ist der Anteil an Überseetouristen (rund 10 % der Ausländerankünfte, aus Kanada und den USA: 3,9 % im Jahr 2001) relativ gering.

Qualitativ betrachtet, lassen sich als Reaktionen auf die Terroranschläge vom 11. September 2001 die wichtigsten kurzfristigen Trends folgendermaßen zusammenfassen:

- stark erhöhtes Sicherheitsbewusstsein;
- steigende Nachfrage nach Inlandsaufenthalten;
- steigende Nachfrage nach bereits bekannten und nahen ausländischen Destinationen;
- PKW und Bahn gewinnen zu Lasten des Flugzeugs an Bedeutung (die Bedeutung potenzieller Zeitersparnisse wird zurückgestuft);
- wachsende Schwierigkeiten für Fluglinien, die Flughafenwirtschaft und Reisebüros;
- Notwendigkeit und Nutzen der Reise werden sorgfältiger geprüft;
- das Interesse an Besuchen von Freunden, Bekannten und Verwandten gewinnt an Bedeutung;
- Kurzaufenthalte nehmen zu;

- das Interesse an Großstädtebesuchen von Gästen aus Übersee nimmt ab (es entstehen erhebliche Schwierigkeiten für die Großstadthotellerie und den Großstädtetourismus);
- die Teilnahme an Groß-Events wird kritisch hinterfragt;
- die Nachfrage nach authentischen Erlebnissen im Bereich der lokalen Kultur und der natürlichen Umwelt nimmt zu.

6. Tourismuspolitische Aktivitäten und Schwerpunkte

6.1 *Arbeitswelt im Tourismus*

Ein entscheidender Erfolgsfaktor von Dienstleistungen – und speziell der Tourismus- und Freizeitwirtschaft - ist die Ausstattung und der Umgang mit Arbeitskräften.

Der touristische Arbeitsmarkt ist dabei durch eine Vielzahl von Herausforderungen und Problemstellungen gekennzeichnet, denen sich die Staatssekretärin für Tourismus im speziellen annimmt.

Mit Maßnahmen und konkreten Projekten werden dabei u.a. folgende Ziele verfolgt:

- Langfristig Erhöhung der Attraktivität der Tourismusberufe,
- Verweildauer von qualitativ hochwertigen Arbeitnehmern in der Branche erhöhen,
- Sozialkompetenz der Unternehmer/innen und unselbständig Beschäftigten fördern,
- Stärkung des Selbstbewusstseins und des Selbstwertgefühls der Branche.

Als Vorbereitung dazu wurde seitens der Frau Staatssekretär Marès Rossmann eine hochkarätige Arbeitsgruppe zum Thema „Zukunft der Arbeitswelt im Tourismus“ eingesetzt. Gemeinsam mit Politikern, Vertretern der Sozialpartner, Interessensverbände und der öffentlichen Verwaltung sowie Experten und Betroffenen wurden in mehreren Sitzungen bis zum Jahresende 2001 zu den Themenbereichen „Aus- und Weiterbildung“, „Arbeitsmarkt“ und „Rahmenbedingungen“ einerseits die grundsätzlichen Fragestellungen erörtert und andererseits auch konkrete, kurzfristig umsetzbare Maßnahmen erarbeitet.

Das Handlungsfeld „Arbeitswelt im Tourismus“ wird - aufbauend auf den erarbeiteten Erkenntnissen - im Jahr 2002 weiterhin durch entsprechende Projekte bearbeitet.

6.2 Studien- und Forschungsprojekte

Folgende Grundlagenarbeiten mit touristischem Bezug (Studien, Broschüren etc.) wurden seitens des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit im Jahr 2001 fertiggestellt:

<p><u>Gästebefragung Österreich 2000/2001</u></p> <p><u>Auftragnehmer:</u> INFO Research International</p> <p><u>Inhalt:</u> Die Gästebefragung Österreich (GBÖ) ist eine repräsentative Befragung der Urlauber vor Ort. Sie wird im Auftrag des BMWA, der Österreich Werbung, der Wirtschaftskammer Österreich und der 9 Bundesländer alle 3 Jahre (getrennt nach Winter- und Sommersaison) durchgeführt.</p>
<p><u>Touristische Satellitenkonten</u></p> <p><u>Auftragnehmer:</u> Statistik Austria / Österr. Institut für Wirtschaftsforschung</p> <p><u>Inhalt:</u> Basierend auf den von EUROSTAT, OECD und WTO empfohlenen methodischen Grundlagen wurde im Auftrag des BMWA ein Tourismus-Satellitenkonto (TSA, Tourism Satellite Accounts) neu entwickelt. Im TSA werden umfassend monetäre und budgetäre Größen zusammengefasst, die Vergleiche mit analog errechneten Satelliten anderer Wirtschaftszweige oder anderer Länder ermöglichen.</p>
<p><u>Potentiale des Ökotourismus in Österreich</u></p> <p><u>Auftragnehmer:</u> Institut für Integrativen Tourismus und Freizeitforschung</p> <p><u>Inhalt:</u> In dieser Studie werden Möglichkeiten beleuchtet, das Gästepotential für einen österreichischen Ökotourismus im Sinne eines Qualitätslevels entsprechend zu nützen. Aufgrund dieser Studie haben ökotouristische Angebote beste Markchancen, wenn dabei regionale Besonderheiten für die richtigen Zielgruppen angeboten werden.</p>
<p><u>Nationalparks und Tourismus in Österreich 2001</u></p> <p><u>Auftragnehmer:</u> Institut für touristische Raumplanung</p> <p><u>Inhalt:</u> Aktualisierung der bereits im Jahr 1995 erstellten Studie "Nationalparks und Tourismus in Österreich".</p> <p>Laut dieser Studie liegen Nationalparks voll im Tourismustrend und tragen wesentlich zur Erfolgsgeschichte des österreichischen Tourismus bei. In den fast 65.000 Gästebetten wurden im Jahr 2000 über 6,4 Mio. Nächtigungen erzielt, das waren 6 % aller Nächtigungen in Österreich.</p>
<p><u>Operationalisierbares Meßsystem für Nachhaltigkeit im Tourismus</u></p> <p><u>Auftragnehmer:</u> Institut für Integrativen Tourismus und Freizeitforschung</p> <p><u>Inhalt:</u> Will man Nachhaltigkeit im Tourismus bestimmen, so kann nicht davon ausgegangen werden, dass es Indikatoren ähnlich einer Skala gibt, an denen objektiv die Nachhaltigkeit oder Nicht-Nachhaltigkeit des Tourismus abzulesen ist. Vielmehr müssen die quantitativen Indikatoren durch qualitative Kategorien gestützt werden.</p> <p>Mit der Erarbeitung des prozessorientierten Bewertungsschemas (POBS) wird den Erfahrungen mit anderen Indikatorensystemen Rechnung getragen.</p>

Austria - Wellbeing Destination of Europe

Auftragnehmer: INVENT Institut für regionale Innovationen

Inhalt: Die Studie liefert strategische Orientierungen und Entscheidungsgrundlagen für ein national orientiertes und koordiniertes Schwerpunktprogramm zur Entwicklung des österreichischen Gesundheitstourismus.

Kongreßtourismus in Österreich 2000/2001

Auftragnehmer: Institut für touristische Raumplanung

Inhalt: In Österreich gibt es derzeit (2001) in 244 Städten und Gemeinden bereits 557 Anbieter, die für Kongresse bzw. kongressähnliche Zusammenkünfte eine Sitzplatzkapazität für 100 und mehr Personen offerieren. Hinsichtlich der internationalen Nachfragesituation liegt Österreich im weltweiten Ländervergleich weiterhin unter den Top 10 (zwischen dem 8. und 10. Platz). Unter den weltweit gefragtesten Kongressstädten zählt Wien zu den führenden Destinationen und belegte 1999 nach Paris und London den 3. Platz.

Broschüre "Aus- und Weiterbildung im Tourismus in Österreich"

Auftragnehmer: Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft

Inhalt: Die Broschüre gibt einen Überblick über die Bedeutung des Tourismus in Österreich, die österreichischen Bildungssysteme, die Berufsausbildung im Tourismus, tertiäre Berufsausbildung, ausgewählte Weiterbildungslehrgänge im Tourismus sowie selbständige Tätigkeiten in Tourismusberufen.

Die aktuellen Studien bzw. Projekte werden auf der Homepage des Wirtschaftsministeriums mit kurzer inhaltlicher Darstellung vorgestellt (<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 Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit eingerichteten Dokumentationsstelle an der Wirtschaftsuniversität Wien ("Tourismus-Studien-Austria", Adresse: Augasse 2-6, 1090 Wien, Internet: www.studien.at) gegen Kopien-Kostenersatz bezogen werden.

6.3 *Tourismusförderungen*

Förderstrategien für den Strukturwandel

Ausgangssituation und feststellbare Trends

Betriebe der Tourismus- und Freizeitwirtschaft sind in Österreich großteils kleine und mittlere Unternehmen (KMU), die sich nicht nur wie Konzerne am nationalen, europäischen und internationalen Markt für touristische Leistungen behaupten müssen, sondern die witterungsbedingt auch oft nur eine Saison geöffnet haben können. Die Betriebe zeichnen sich durch eine hohe Anlagenintensität aus, das jährliche Investitionserfordernis der Branche ist entsprechend hoch (Schätzung: 1-1,5 Mrd. € pro Jahr). Diese Investitionen können mangels ausreichenden Eigenkapitals und infolge des schlechten Zugangs zum Kapitalmarkt oft nur mit teuren Bankkrediten finanziert werden.

Der Modernisierungsdruck macht es notwendig, nicht nur Beherbergungsfazilitäten größer zu gestalten und für gehobene touristische Infrastruktur zu sorgen, sondern auch bestens geschultes Personal einzusetzen und den Betriebsablauf so zu organisieren, dass insgesamt ein konkurrenzfähiges Bündel an Leistungen angeboten werden kann, wozu meist die Einzelbetriebsebene nicht ausreicht, sondern Kooperationen notwendig sind. Bei den KMU bestehen oft auch Defizite in Bezug auf betriebswirtschaftliche Kenntnisse, das Wissen darüber ist jedoch für den wirtschaftlichen Erfolg von großer Bedeutung.

Der Trend geht zu international vermarktbareren Einheiten, der Stellenwert des Ganzjahrestourismus wird immer größer. Eine gute Eigenkapitalsituation wird sich im Zusammenhang mit den neuen Regelungen für das Bankwesen „Basel II“, die ab dem Jahr 2005 wirksam werden, als vorteilhaft erweisen.

Fördermaßnahmen

Wesentlich ist, dass es strategische Überlegungen gibt, die in Schwerpunkttätigkeiten ihren Niederschlag finden. Die immer knapper werdenden öffentlichen Mittel sollen gezielt zum Einsatz kommen, das gilt auch für die EU-Kofinanzierungsmittel.

- Unterstützung zur Sicherung des Standortes

Die Profilierung des touristischen Angebotes als Dienstleistungskette samt professioneller Vermarktung ist maßgebend für den wirtschaftlichen Erfolg nicht nur eines Betriebes, sondern auch einer Region bzw. Destination. Eine unverkennbare Ausrichtung des touristischen Produktes bindet Gäste. Um diesem Erfordernis gerecht zu werden, hat in

einigen Bereichen eine Neupositionierung auf der Angebotsseite zu erfolgen, so wie das im Gesundheitsbereich bereits geschieht (vgl. dazu: Strategisches Schwerpunktprogramm 2 „Clusterinitiative: Austria – Wellbeing Destination of Europe“).

- Startunterstützung

Damit gewünschte Entwicklungen in Gang gebracht werden können, ist es notwendig eine gezielte Startunterstützung vorzusehen. Als Beispiele sind die Schaffung eines Standards der Abrechnungen für Hotels und Restaurants und darauf aufbauend die Möglichkeit der Etablierung eines Betriebsvergleichs im Internet zu nennen. Ein Projekt des BMWA im Bereich Tourismus ist die Einführung des elektronischen Gästeblasses mit dem Ziel der Erhöhung des IKT-Durchdringungsgrades im Bereich der kleinstrukturierten Beherbergung. So sollen die Gästedaten von den Beherbergungsbetrieben via Internet an die Gemeinden gehen. Eine Internet-Offensive als Förderung für kleine Beherbergungsbetriebe soll es diesen leichter möglich machen, sich umzustellen.

- Unterstützung der Eigenkapitalbildung

Bei der Finanzierung kommt dem Instrument der Übernahme von Garantien mit der Schadloshaltung durch den Bund besondere Bedeutung zu; auch für Beteiligungen ist die Garantieübernahme vorgesehen, d.h. ein Weg zur Verbesserung der Eigenkapitalsituation ist aufgezeichnet.

- Förderung von Maßnahmen investiver Natur

Eine Unterstützung der Beherbergungs-, Verpflegungs- und touristischen Infrastrukturbetriebe (auch Personalunterkünften) mittels investiver Maßnahmen ist vor allem in den Bereichen Innovation, Qualitätsverbesserung, Betriebsgrößenoptimierung, Angebotsdiversifizierung, Saisonverlängerung, Kooperation, Cluster- und Netzwerkbildung und dem Einsatz neuer Technologien zielführend.

- Förderung von Kooperationen und Destinationen

Ein wesentlicher Punkt für die ordnungspolitische Begründung der Förderung von Kooperationen und Destinationsbildung ist die Existenz von relativ hohen Transaktionskosten (z.B. aufgrund der Angebotszersplitterung und der zu geringen Betriebsgrößen) im österreichischen Tourismus. Hohe Transaktionskosten erschweren Kooperationen, deren Erleichterung eine Hauptstoßrichtung der modernen Tourismuspolitik sein sollte. Im Zusammenhang mit den Destinationen als international vermarktbar Einheiten ist auch die Erarbeitung von Destinations-Finanzierungsmodellen notwendig.

- Förderung von Beratungs- und Ausbildungsmaßnahmen

Externe Leistungen in den Bereichen strategische Unternehmensplanung, Marktstrategien sowie Entwicklungsinstrumente zum Ansprechen neuer Gästeschichten können gefördert werden.

- Förderung der Unternehmensneugründungen und –übernahmen

Damit in Verbindung stehende Investitionen können ebenso gefördert werden wie Gründungs- und Startkosten sowie Kosten der Inangsetzung des Betriebes.

- Unterstützung von EU-kofinanzierten Projekten

Bezüglich der Erschließung des ländlichen Raumes und im Hinblick auf die bevorstehende Osterweiterung erfolgt die Förderung im Rahmen von Zielgebietsprogrammen und Gemeinschaftsinitiativen in Zusammenarbeit mit der EU.

- Informationsdatenbank

Aufgrund der Vielzahl an touristischen Förderungsmöglichkeiten (national und EU-Mitgliedstaaten) ist seitens der Sektion Tourismus- und Freizeitwirtschaft der Aufbau einer Informationsdatenbank im Internet in Bezug auf touristische nationale Förderungsprogramme geplant, um einen jederzeit abrufbaren Überblick und eine möglichst große Transparenz zu gewährleisten.

6.3.1 Förderungen im Wege der TourismusBank

6.3.1.1 TOP-Tourismus-Förderung

Ziel der TOP-Tourismus-Förderung ist die Erhaltung bzw. Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit in bestehenden 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 des Angebotes durch Förderung vor allem qualitätsverbessernder Investitionen
- B: Beratungs- und Ausbildungsförderung
- C: Kooperationsförderung
- D: Restrukturierungsmaßnahmen
- E: Unternehmensneugründungen und -übernahmen

Teil A: Verbesserung der Angebotsstruktur

Die Details zu diesem Kapitel können aus dem Anhang entnommen werden. Die wichtigsten Informationen werden nachstehend zusammengefasst:

TOP-Tourismus-Kredite (Vorhaben > 1.000.000 €)

- Insgesamt wurden in der TOP-Tourismus-Aktion 2001 96 Ansuchen zum Schwerpunkt Angebotsverbesserung genehmigt.
- Rund 87 % der genehmigten Ansuchen entfielen auf Angebotsverbesserungen bei Hotellerie und Gastronomie, der Rest auf Angebotsverbesserungen bei touristischen Infrastruktureinrichtungen.
- 59 % des geförderten Kreditvolumens wurden an Betriebe in EU-Zielgebieten vergeben. Die genehmigten Anträge betrafen in 6 Fällen das Ziel 1-Gebiet, in 31 Fällen das Ziel-2-Gebiet und die restlichen 23 Ansuchen kamen aus Phasing-out-Gebieten.
- Zusammen mit den ERP-Mitteln, die in Höhe von 22,38 Mio. € zur Verfügung gestellt wurden, konnten geförderte Finanzierungsmittel in Höhe von 133 Mio. € bereitgestellt werden. Damit wurden Tourismusprojekte mit einem Gesamtinvestitionsvolumen von 266,4 Mio. € gefördert.
- 61 % dieser Mittel kamen der Hotellerie und Gastronomie zugute. 39 % der Mittel wurden für die Finanzierung von Infrastrukturprojekten eingesetzt.

TOP-Tourismus-Zuschüsse (Vorhaben < 1.000.000 €)

Eine Aufgliederung der erledigten Anträge im Rahmen der TOP-Zuschuss-Aktion nach Bundesländern kann dem Anhang entnommen werden. Es ist zu berücksichtigen, dass es durch die Übernahme der Aktion im Laufe des Jahres 2001 zu einem Missverhältnis zwischen Antragseingang und erledigten Fällen gekommen ist, das in den ersten Monaten des laufenden Jahres bereits wesentlich verbessert werden konnte.

Tabelle 7: **Antrags- und Ergebnisübersicht für den Zeitraum 01.01.01 bis 31.12.01**

Antragsübersicht	
eingereichte Anträge TOP-Zuschuss-Aktion	1.062
<i>erledigte Anträge gesamt</i>	<i>320</i>
<i>abgelehnte Anträge gesamt</i>	<i>54</i>
<i>nicht bearbeitbare Anträge</i>	<i>468</i>
<i>bearbeitbare Anträge</i>	<i>234</i>
Ergebnisübersicht (Basis: erledigte Anträge lt. Antragsübersicht)	
Gesamtinvestitionskosten der erledigten Fälle	97,38 Mio. €
<i>davon förderbare Kosten</i>	<i>90,84 Mio. €</i>

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

Teil B: Beratungs- und Ausbildungsförderung

Nach entsprechender Koordinierung mit den Bundesländern konnten mit Ende 2001 7 Zuschüsse in der Höhe von rd. 21.272,-- € ausbezahlt werden.

Im Hinblick auf die Beratungsziele setzte sich der Trend aus 2000 auch 2001 fort, in dem das Gros der Ansuchen die Steigerung des Qualitätsstandards in den Mittelpunkt ihrer Beratungen rückte. Die Umsetzung soll vor allem durch die Einführung eines maßgeschneiderten Controllingkonzeptes, durch Programme zur Kostenoptimierung sowie mittels geeigneter Marketingkonzepte erfolgen. Letztere dienen vor allem der Verbesserung der Zielgruppendefinition bzw. einer exakteren Orientierung an neuen Zielgruppen.

Teil C: Kooperationsförderung

2001 wurden 19 Ansuchen im Rahmen dieser Förderung eingereicht. Für die TOP-Kooperationsförderung wurden im Jahr 2001 rund 518.000,-- € an Budgetmitteln ausbezahlt, was einer Steigerung von rd. 32.000,-- € gegenüber 2000 entspricht.

In Summe wurden bei betrieblichen Kooperationen rd. 13.210 Betten (inkl. überregionaler Kooperationen) zusammengeschlossen, was in etwa 2,2 % der in Österreich gewerblich angebotenen Betten entspricht.

Die Entwicklung bei den regionalen Kooperationen verlief mit 6,6 Mio. an getätigten Nächtigungen in den kooperierenden Regionen auch 2001 erfolgreich. Das entspricht einem Prozentsatz von 5,7 % gemessen an den 115,1 Mio. Nächtigungen österreichweit. Der sich nun schon über einige Jahre abzeichnende Trend des gemeinsamen Marketings bzw. des gemeinsamen Werbeauftritts hat sich auch im abgelaufenen Jahr fortgesetzt.

Bei den regionalen Kooperationen rückte neben dem Thema „Destinationsmanagement“ auch die Saisonverlängerung bzw. das Bewerben der zweiten Saison in bis dato einsaisonalen Regionen in den Mittelpunkt der Bemühungen. Im Zuge dessen wurden zunehmend auch die nach wie vor bestehende Hemmschwelle gegenüber den elektronischen Medien (e-commerce) abgebaut und die Vorzüge der erleichterten Buchbarkeit des Urlaubs via Call-Center und Internet erkannt und in den Konzepten entsprechend umgesetzt.

Teil D: 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 vorliegen. 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 werden 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 2001 wurden von 49 Anträgen 30 detailliert (vor Ort) geprüft und entsprechende Sanierungskonzepte ausgearbeitet. Davon konnten in 7 Fällen entscheidungsreif ausverhandelte Restrukturierungskonzepte umgesetzt werden. In neun Fällen mussten richtliniengemäß Ablehnungen empfohlen werden. 14 der erstellten Sanierungskonzepte werden derzeit mit den finanzierenden Hausbanken verhandelt. Hinsichtlich der noch nicht

in Bearbeitung genommenen 19 Fälle (Einreichdatum 01.01. bis 31.12.2001) sind wesentliche Unterlagen und Informationen noch beizubringen. Im Rahmen der Aktion konnten in Bezug auf die im Jahr 2001 eingelangten Anträge bundesweit 62 Arbeitsplätze gesichert werden.

Jene Betriebe, die 2001 im Rahmen der TOP-Restrukturierungsaktion angesucht haben, erzielten im abgelaufenen Bilanzjahr Umsätze über insgesamt 33 Mio. €. Die Verschuldung dieser Unternehmen betrug mit rd. 80 Mio. € etwa das 2,5-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 3,4 Mio. € zu erzielen. Zusätzlich ist es gelungen, durch Kapitaleinlagen der Hoteliers (Liegenschaftsverkäufe, etc.) und Beteiligungsfinanzierungen weitere 0,2 Mio. € einzubringen, sodass die Eigenkapitalbasis der Betriebe um insgesamt 3,6 Mio. € verbessert wurde. Von den verbleibenden Restverbindlichkeiten wurden rd. 3 Mio. € richtliniengemäß in Langzeitdarlehen umgewandelt, in ihrer Verzinsung auf den Verfahrenszinssatz (oder darunter) abgesenkt und für Zinsstützungen im Rahmen der Restrukturierungsaktion vorgeschlagen.

Tabelle 8: **Antrags- und Ergebnisübersicht für den Zeitraum 01.01.01 bis 31.12.01**

Antragsübersicht	
eingereichte Anträge	49
<i>davon erledigte Anträge</i>	7
<i>davon abgelehnte Anträge</i>	9
<i>davon aktuell verhandelte Anträge</i>	14
<i>davon noch nicht in Bearbeitung genommene Anträge</i>	19
Bilanzsumme der eingereichten Anträge	51,3 Mio. €
Gesamtumsatz der eingereichten Anträge	32,4 Mio. €
Gesamtverschuldung der eingereichten Anträge	83,0 Mio. €
Ergebnisübersicht (Basis: erledigte Anträge lt. Antragsübersicht)	
erzielte Obligoreduktionen	3,4 Mio. €
Darlehen, deren Verzinsung auf einen unter dem Verfahrenszinssatz liegenden Zinssatz reduziert werden konnte	3,3 Mio. €
Darlehen, deren Verzinsung auf den Verfahrenszinssatz reduziert werden konnte (ohne geförderte Darlehen)	2,76 Mio. €
Zufuhr von Eigenkapital (vorwiegend durch Liegenschaftsverkäufe)	0,22 Mio. €
Langzeitdarlehen mit Zinsstützung aus der Restrukturierungsaktion	3 Mio. €

Teil E: TOP-Unternehmensneugründungen und -übernahmen

In der **TOP Unternehmensneugründungen und -übernahmen-Aktion** gliedern sich die Ergebnisse 2001 wie folgt:

Tabelle 9: Antrags- und Ergebnisübersicht für den Zeitraum 01.01.01 bis 31.12.01

Antragsübersicht	
eingereichte Anträge TOP-Unternehmensneugründungen und -übernahmen Teil E	197
<i>erledigte Anträge</i>	14
<i>abgelehnte Anträge</i>	15
<i>nicht bearbeitbare Anträge</i>	112
<i>bearbeitbare Anträge</i>	56
Ergebnisübersicht (Basis: erledigte Anträge)	
Gesamtkosten TOP-Unternehmensneugründungen und -übernahmen Teil E (enthalten materielle und immaterielle Kosten)	2,22 Mio. €
<i>davon förderbare Kosten</i>	2,05 Mio. €
<i>davon Zuschuss im Rahmen des Teil A TOP-Zuschuss Aktion (für materielle Kosten)</i>	0,1 Mio. €
<i>davon Zuschuss im Rahmen des Teil E Unternehmensneugründungen und -übernahmen (für immaterielle Kosten)</i>	10.029,-- €

Eine Aufgliederung der erledigten Anträge im Rahmen der TOP-Unternehmensneugründungen und -übernahmen nach Bundesländern kann dem Anhang entnommen werden. Von den 14 erledigten Fällen, die als Neugründer gegolten haben, wurden nur 4 mit einem Zuschuss im Rahmen des Teil E gefördert. Die restlichen 10 Fälle konnten nur materielle Kosten nachweisen, die folglich im Rahmen der TOP-Zuschuss-Aktion gefördert werden konnten.

6.3.1.2 Übernahme von Garantien für Tourismus- und Freizeitbetriebe

Seit Bestehen der Garantieaktion wurden bei der ÖHT insgesamt 204 Garantieanträge eingereicht, davon 155 im Jahr 2001. Die Bundesgarantien erfuhren somit im letzten Jahr einen massiven Aufwärtstrend, welcher vor allem in der Bündelung der Förderkompetenzen auf Bundesebene bei der ÖHT zu suchen ist. Das insgesamt angesuchte Garantievolumen betrug 94,5 Mio. € (davon rd. 56 Mio. € im vergangenen Jahr).

Im Wirtschaftsjahr 2001 wurden 39 Anträge positiv entschieden. 29 Ansuchen wurden außer Evidenz genommen. Bei den noch offenen Anträgen (105) handelt es sich überwiegend um richtlinienkonforme, förderungswürdige und auch bereits vorbegutachtete Vorhaben, die meist aufgrund noch fehlender Unterlagen bislang nicht abgeschlossen werden konnten.

Die Garantie wurde 2001 überwiegend für die Finanzierung von investiven Maßnahmen herangezogen, wobei u.a. auch die Realisierung von einigen innovativen Projekten, wie beispielsweise einem Kurzentrum für chinesische Gesundheitspflege oder einer Präsentation österreichischer Agrarprodukte aus dem Gastronomiebereich ermöglicht wurde. Auch finanzielle Restrukturierungen sowie Beteiligungen zur Verbesserung der nach wie vor schlechten Eigenkapitalausstattung heimischer Tourismusbetriebe konnten mit der Bundesgarantie ermöglicht werden.

Tabelle 10: **Antrags- und Ergebnisübersicht für den Zeitraum 01.01.01 bis 31.12.01**

Antragsübersicht	
Zahl der Anträge	155
Antragsvolumen	57,3 Mio. €
Ergebnisübersicht (Basis: erledigte Anträge)	
genehmigtes Volumen	23,7 Mio. €
besichertes Investitionsvolumen	33,5 Mio. €
garantiertes Beteiligungsvolumen	2,2 Mio. €
Volumen von Garantien für Kongresse, Veranstaltungen	1,74 Mio. €
Beschäftigte in Betrieben, die Garantie erhielten	749

Auch im Bereich der Garantie für Kongresse konnten einige Ansuchen zu einem positiven Abschluss gebracht, und der wirtschaftliche Erfolg diverser Kongresse aber auch internationaler Veranstaltungen, wie die Durchführung eines Mountainbike-Weltcups und einer –Weltmeisterschaft, gesichert werden. Diese Veranstaltungen erwirtschafteten bei einer Teilnehmerzahl von 10.000 Personen Einnahmen in Höhe von rd. 6 Mio. €.

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

Gesamt gesehen hat sich die Garantie für Tourismusbetriebe nach einer Anlaufzeit am Fördermarkt etabliert und erfreut sich mittlerweile eines hohen Bekanntheitsgrades. Langfristig betrachtet sollte die Attraktivität der Bundesgarantien weiter zunehmen, da auch aufgrund der künftig restriktiveren Kriterien für Kreditvergaben von Kommerzbanken (Basel II) ein Nachfragezuwachs zu erwarten ist.

6.3.1.3 Internet-Offensive

Ziel der Internet-Offensive ist es, kleinen und mittleren Unternehmen des Tourismus den für die Einführung des elektronischen Gästeblasses erforderlichen Zugang zum World-Wide-Web zu erleichtern. Hierbei werden die Kosten für die Anschaffung von Hard- und Software, Installations-, Anschluss- und Einrichtungskosten sowie Einschulungskosten, die eine reibungslose Internetnutzung und die Verwendung des „elektronischen Gästeblasses“ ermöglichen, gefördert.

2001 wurden 156 Ansuchen im Rahmen dieser Förderung eingereicht. Von den 156 Ansuchen wurden 2001 43 positiv entschieden. 21 Ansuchen wurden außer Evidenz genommen. Es ist zu berücksichtigen, dass es durch den Start der Aktion im Laufe des Jahres 2001 zu einem Missverhältnis zwischen Antragseingang und erledigten Fällen gekommen ist, das in den ersten Monaten des laufenden Jahres bereits wesentlich verbessert werden konnte.

Bei den noch offenen Ansuchen (92) handelt es sich überwiegend um richtlinienkonforme und förderungswürdige Vorhaben, die aufgrund noch fehlender Unterlagen nicht abgeschlossen werden konnten. Für die Internet-Offensive wurden im Jahr 2001 30.103,-- € an Budgetmitteln ausbezahlt.

6.3.2 Förderungen im Wege der BÜRGENS Förderungsbank

Die Förderung von Betrieben der Tourismus- und Freizeitwirtschaft ist seit 1. Jänner 2001 bei der Österreichischen Hotel u. Tourismusbank Ges.m.b.H konzentriert. Diesbezügliche Förderungsansuchen können daher seit diesem Zeitpunkt nicht mehr bei der BÜRGENS Förderungsbank Ges.m.b.H eingebracht werden. Die im Jahr 2000 eingereichten Förderungsansuchen wurden zum Teil erst im Jahr 2001 entschieden. Nachstehend werden die im Jahr 2001 positiv entschiedenen Ansuchen der Förderungsaktionen Kleingewerbekreditaktion (K), Jungunternehmerförderungsaktion (Ju) und der Aktion Unternehmensdynamik (UD) angeführt.

Aktionsart	Anzahl	Kredit- oder Finanzierungsvolumen in Mio. €	davon Bürgschaften	
			Anzahl	Kredit- oder Finanzierungsvolumen in Mio. €
K	19	1,16	19	1,16
Ju	131	10,14	69	6,02
UD	450	79,89	67	17,69
Summe	600	91,19	155	24,87

6.3.3 Förderungen im Wege des BMWA

EU-Gemeinschaftsinitiativen LEADER+ und INTERREG III sowie EU-Zielgebietsprogramme

Siehe dazu die Ausführungen zu Kapitel 3.3 Förderungen, Punkt 3.3.2 und 3.3.3.

Einzelsubventionen

(auf Basis der „Allgemeinen Rahmenrichtlinien für die Gewährung von Förderungen aus Bundesmitteln“ in der geltenden Fassung, inklusive Schutzhüttensanierungsprogramm und Ziel 1-Programm Burgenland)

Das BMWA unterstützte im vergangenen Jahr mit einer Gesamtsumme von 5,768.357,52 € Vereine wie z.B. den Verband alpiner Vereine Österreichs, den „Österreichischen Heilbäder- und Kurortverband“ etc..

Mit der Tourismusförderung ist eine breite Palette von positiven externen Effekten verbunden.¹⁷

Wichtige Beispiele in diesem Zusammenhang sind

- die Schaffung regionaler Beschäftigungsmöglichkeiten und Einkommensquellen,
- die Milderung der Abwanderungstendenzen sowie
- die wettbewerbsmäßige Aufwertung der Standorte durch die Erleichterung von Innovationen.

¹⁷ Streng genommen, müssten auch die negativen externen Effekte von Tourismusinvestitionen (wie z.B. Verkehr, Kulturverlust, diverse Umweltschäden) berücksichtigt werden, jedoch werden hier solche Überlegungen ausgeklammert bzw. wird von der Annahme ausgegangen, dass die in Frage kommenden Tourismusinvestitionen weitgehend umwelt- und raumverträglich sind und deshalb nur positive externe (Netto-)Effekte aufweisen.

6.4 Internationale Tourismuspolitik

6.4.1 EU-Tourismuspolitik – Europäische Kommission

(Web: http://europa.eu.int/comm/enterprise/services/tourism/index_en.htm)

Die Empfehlungen der High-Level Group „Tourismus und Beschäftigung“, die Mitteilung der Kommission vom 28. April 1999 (KOM (1999) 205endg) sowie die Schlussfolgerungen des Rates für Tourismus und Beschäftigung vom 21. Juni 1999 (2193. Sitzung) dienen bis dato als Grundlage für die Arbeiten der Kommission und führten zur Einsetzung von 5 Arbeitsgruppen im Jahr 2000. Ziel dieser Arbeiten war es, die wesentlichsten Bereiche für gemeinsame Aktivitäten auf europäischer Ebene zu identifizieren und konkrete Maßnahmen zur Umsetzung vorzuschlagen.

Die Arbeiten der 5 Arbeitsgruppen wurden im 1. Halbjahr 2001 weitergeführt und abgeschlossen.

Die Ergebnisse/Empfehlungen für Maßnahmen der 5 Arbeitsgruppen im einzelnen:

Arbeitsgruppe A - Förderung des Austausches und der Verbreitung von Informationen, insbesondere mittels der neuen Technologien

- Verbesserung und Intensivierung der Zugänglichkeit und der Verbreitung von Informationen, vor allem für die KMU, durch die Kombination von neuen Technologien und traditionellen Hilfsmitteln
- Erleichterung und Unterstützung der Einrichtung von Partnerschaften zwischen den verschiedenen Parteien der Reiseziele/Regionen für den Austausch von Informationen und bewährten Verfahren
- Unterstützung und Förderung der Anwendung von Tourismus- Satellitenkonten (TSA)

Arbeitsgruppe B - Bessere Ausbildung zwecks Verbesserung der Qualifizierung in der Tourismusbranche

- Errichtung einer ständigen Beobachtungsstelle für Berufsbildung, Beschäftigung und Arbeitsumfeld im Tourismus
- Erstellung eines Handbuchs für „Qualifizierungsforen in der Tourismuswirtschaft“

Arbeitsgruppe C - Qualitätsverbesserung touristischer Produkte

- Identifizierung von Indikatoren zur Bewertung der Qualitätsverbesserung
- freiwilliges Benchmarking von Destinationen
- Nichtfinanzielle Unterstützung für die KMU in der Tourismusbranche, die Qualitätssysteme anwenden
- Intensivere Nutzung der Strukturfonds zur Anhebung der Qualität touristischer Produkte

Arbeitsgruppe D - Förderung von Umweltschutz und nachhaltiger Entwicklung im Tourismus

- Erarbeitung einer Agenda 21 für den Europäischen Tourismus, welche auf lokaler Ebene auf freiwilliger Basis umgesetzt werden soll

Arbeitsgruppe E - Die Verwendung und Auswirkung der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) in der Tourismuswirtschaft

- Einrichtung zweier spezifischer Arbeitsgruppen zu „Dienstleistungen des mobilen elektronischen Geschäftsverkehrs“ und zur „Bewertung der Rechtsvorschriften und des Steuerrechts“
- Einrichtung eines Ressourcenzentrums zur Stärkung der Integration von KMU und Reisezielen auf dem Markt und zur Unterstützung von Systemen und Dienstleistungen des Reisezielmanagements für die KMU

Auf Basis dieser Ergebnisse und Empfehlungen erarbeitete die Kommission die Mitteilung über die Zusammenarbeit für die Zukunft des Tourismus in Europa (KOM (2001) 665endg), welche im November 2001 veröffentlicht wurde. Diese Mitteilung der Kommission ist der letzte Meilenstein im „Tourismus und Beschäftigungsprozess“ und wurde federführend von der GD Unternehmen, Referat für Fremdenverkehr, unter Einbeziehung anderer Generaldirektionen erstellt, und dient in Ermangelung eines gültigen Aktionsplans für Tourismus primär als strategischer Leitfaden für die zukünftigen Arbeiten der Kommission in diesem Bereich.

Die Mitteilung wurde in der Sitzung des Ministerrates Binnenmarkt/Konsumentenschutz/Tourismus am 26. November 2001 präsentiert und vom Rat zur Kenntnis genommen.

6.4.1.1 Die Tourismusministerkonferenz „Tourismus für Alle“ vom 1./2. Juli 2001 in Brügge

Am 1. und 2. Juli 2001 in Brügge ging die belgische Präsidentschaft auf das Erfordernis ein, touristische Aktivitäten bestimmten Zielgruppen, insbesondere Jugendlichen, älteren Menschen, Menschen, die unterhalb der Armutsgrenze leben, Arbeitslosen und Menschen mit Behinderungen zugänglich zu machen, um einen Tourismus für alle zu gewährleisten. Für behinderte Menschen wurde insbesondere angeregt, eine Vereinfachung und Vereinheitlichung der Ausschilderung für die Erreichbarkeit von Infrastruktureinrichtungen und Dienstleistungen anzustreben. Diese Erwägungen führten schließlich zu den Schlussfolgerungen der Präsidentschaft über den „Tourismus für alle“, die auf der Tagung des Ministerrates Binnenmarkt/Konsumentenschutz/Tourismus vom 27. September 2001 gebilligt wurden.

6.4.1.2 *Verbesserte Flexibilisierung der Ferienzeiten in Europa*

In der Tagung des Ministerrates Binnenmarkt/Verbraucherfragen/Tourismus vom 27. September 2001 brachte Österreich unter TOP „Allfälliges“ die Probleme für den Tourismus einer nicht europaweit akkordierten Ferienstaffelung zur Sprache. Österreich legte ein Dokument zum Thema vor und stellte das Problem in einer ausführlichen Wortmeldung dar. Der Themenbereich bezieht sich auf die Tatsache, dass die Ferien in vielen europäischen Ländern und Regionen in den selben zeitlichen Rahmen fallen, was vor allem im Sommer zu starken zeitlichen und regionalen Ballungen mit all den daraus resultierenden Nachteilen (Verkehrsbehinderungen, ökologische und soziale Überlastungen in den Destinationen) führt.

In einer ersten Antwort zeigte die Europäische Kommission Verständnis für das skizzierte Problem, gab aber gleichzeitig zu bedenken, dass die Regelung der Ferienzeiten in den nationalen Kompetenzbereich der Mitgliedstaaten fällt. Deutschland, Finnland und Spanien äußerten sich ausgesprochen positiv zu der österreichischen Intervention. Deutschland ersuchte – unterstützt von Finnland und Spanien - die Europäische Kommission, im Rahmen ihrer Möglichkeiten in Form eines offenen Meinungsaustausches zur Harmonisierung der Ferienzeiten im EU-Raum beizutragen.

Die Europäische Kommission führte in der Folge eine Befragung in den Mitgliedstaaten durch.

Eine schriftliche Zusammenfassung der Ergebnisse dieser Untersuchung wurde den Mitgliedstaaten übermittelt, aus welcher folgende Schlussfolgerungen gezogen werden können:

- Legislative Maßnahmen zur Ferienregelung fallen explizit in die Kompetenz der Bildungsministerien in DK, F, I, NL, P
- eine regionale Ferienstaffelung innerhalb der einzelnen Mitgliedstaaten wird mehrheitlich bereits durchgeführt (B, D, SP, F, I, NL, FIN, GB)
- Schwierigkeiten bei der Einführung von gestaffelten Sommerferien nannten F, FIN, S (es kann davon ausgegangen werden, dass in diesen Ländern keine Staffelung der Sommerferien erfolgt!);
- Die Ferienregelung als Problemfaktor für Umwelt, Verkehr, Kapazitäten, Qualität und Wettbewerb sehen B, SP, F, I, GB;
- Erforderliche Maßnahmen auf regionaler und nationaler Ebene sehen B, DK, SP, NL, FIN, S;
- Mögliche Lösung des Problems durch Produktinnovation sehen B, SP, I, P, S;
- Informationen über Ferienstaffelung auf europäischer Ebene werden befürwortet von SP, NL, S.

Die Kommission kam somit zu dem Schluss, dass auf europäischer Ebene keine weiteren Maßnahmen zur Problemlösung zu setzen sind. Daher sind im Jahr 2002 bilaterale Gespräche mit Deutschland zu diesem Thema vorgesehen.

6.4.2 Multilaterale Tourismusbeziehungen

6.4.2.1 Welttourismusorganisation

(Web: <http://www.world-tourism.org/>)

Vom 24. - 30. September 2001 fand die XIV. Generalversammlung der Welttourismusorganisation (OMT/WTO) in Seoul (Korea) und Osaka (Japan) statt, an der ca. 700 Vertreter der Mitgliedstaaten teilnahmen.

Die Generaldebatte stand massiv unter dem Eindruck der Ereignisse vom 11. September 2001 in New York und den damit verbundenen Folgen für den Tourismus. Die Delegierten waren sich einig, dass die Abhaltung der Generalversammlung und die große Teilnehmerzahl ein wichtiges und bedeutsames Zeichen in diesen schweren Zeiten für den Tourismus weltweit sei.

In ihrer Botschaft zeigte sich die Welttourismusorganisation aber trotz der schweren Krise für den internationalen Tourismus und den damit verbundenen massiven Einflüssen auf die Weltwirtschaft im Hinblick auf die Langzeitentwicklung optimistisch. Der Tourismus sei ein überaus sensibler Sektor, der jedoch schon oft bewiesen habe, dass er große Stärke zur Erholung aus Krisen besitze.

Um die weiteren, notwendigen Schritte zu setzen, wurde ein Krisenkomitee aus Staatenvertretern und der Tourismuswirtschaft eingesetzt und ein Aktionsplan entwickelt. Imagebildung für die betroffenen Staaten und die Tourismuswirtschaft allgemein sowie die Schaffung von vertrauensbildenden Maßnahmen in die Sicherheit im Tourismus wurden ebenso kurzfristig in das Arbeitsprogramm der Organisation aufgenommen, wie die laufende Erhebung von aktuellen Marktinformationen.

Der Generalsekretär sieht für die Organisation folgende Herausforderungen in den nächsten vier Jahren:

- ein besseres Verständnis für die Bedeutung des Tourismus durch die weltweite Einführung von Satellitenkonten,
- die Überlastung von Sehenswürdigkeiten und Infrastruktur durch die Touristenströme,
- weitere Liberalisierung der Dienstleistungen unter Beachtung der nachhaltigen Entwicklung,
- die Schaffung einer Kultur des Friedens,
- die Einführung neuer Informations- und Kommunikationstechnologien,

- der Beitrag des Tourismus zur Bekämpfung der Armut durch Schaffung von Beschäftigung,
- einen wachsenden Bedarf für eine balancierte öffentlich- private Partnerschaft und
- die wachsende Dezentralisierung der Verantwortung und effizientes Destinationsmarketing.

Die Generalversammlung hat Beschlüsse für das neue Arbeitsprogramm und das Budget der Organisation für die Jahre 2002 - 2003 gefasst. Der amtierende Generalsekretär, Francesco Frangialli, wurde ebenso wie sein Stellvertreter, Dawid de Villiers, ehemaliger Minister Südafrikas, wiederbestellt.

Der Vorschlag für einen Umsetzungsmechanismus zum Weltkodex für Ethik im Tourismus, einem internationalen Verhaltenskodex für mehr Umwelt- u. Sozialverträglichkeit in der Tourismuswirtschaft, wurde weiterentwickelt und ein Teil dieses Vorschlages nun angenommen. Ein Weltkomitee für Ethik im Tourismus soll die Evaluierung und das Monitoring der Umsetzung des Kodex durchführen und danach weitere Vorschläge für einen Streitschlichtungsmechanismus unterbreiten. Die Generalversammlung hat die Mitgliedstaaten aufgerufen, spezifische Maßnahmen zu setzen, um die Tourismuspraxis in Übereinstimmung mit den Prinzipien des Kodex zu leiten. Die Einrichtung von nationalen Institutionen, die mit der Förderung von ethischen Prinzipien im Tourismus betraut werden sollen, wurde angeregt.

Der jährlich stattfindende Welttourismustag soll 2002 in Costa Rica unter dem Motto "Ökotourismus, ein Schlüssel für nachhaltige Entwicklung" und im Jahr 2003 in Algerien unter dem Motto "Tourismus: eine treibende Kraft zur Armutsbekämpfung, für Beschäftigung und soziale Harmonie" stehen.

6.4.2.2 OECD

(Web: <http://www1.oecd.org/dsti/sti/transport/tourism/index.htm>)

Vom 23. – 25. Oktober 2001 fand in Paris eine Sitzung des OECD-Tourismuskomitees (TOUCO) statt.

Schwerpunktthemen und –arbeiten waren im Jahr 2001:

- Entwicklung der Humanressourcen (u.a. Fallstudie: Analyse des touristischen Arbeitsmarkts in Spanien)
- Messung und Analyse der Nachhaltigen Entwicklung (u.a. Präsentation einer nordischen Strategie für nachhaltige Tourismusedwicklung; Entwicklung von Indikatoren zur Integration von Umweltbelange in die Tourismuspolitik)
- Liberalisierung von touristischen Dienstleistungen (Diskussionen zum GATS)
- Evaluierung von nationalen Werbeorganisation (Fallbeispiel: Niederlande)

- Analyse von ausgewählten nationalen Politiken (Kanada, USA u. Mexiko)
- Wachstum und Strukturwandel
- Analyse der Auswirkungen des 11. September auf den Tourismus

6.4.2.3 Zentral Europäische Initiative CEI; Arbeitsgruppe Tourismus

(Web: <http://ceinet.org/>)

Vom 10. - 11. Mai 2001 fand in Pula unter kroatischem Vorsitz eine weitere Tagung der Arbeitsgruppe Tourismus der CEI statt. Im Verlauf dieser Sitzung fand ein Informationsaustausch über die touristische Gesetzgebung und die Hotelkategorisierung sowie über eine geplante Statistik- und Tourismusimagebroschüre statt.

6.4.3 Kindersextourismus

Evaluation des österreichischen Inflight-Videos "Kindesmissbrauch ist kein Kavaliersdelikt"

Das im Rahmen der ITB Tourismusbörse Berlin 2001 mit dem Sonderpreis des Internationalen Tourismusfilmwettbewerbs TOURA D'OR ausgezeichnete österreichische Inflight-Video, das derzeit auf Flügen der Austrian Airlines nach Neu Delhi gezeigt wird, wurde im Zeitraum September bis November 2001 in Zusammenarbeit mit Austrian Airlines und mit finanzieller Unterstützung des BM für soziale Sicherheit und Generationen (BMSG) einer Bewertung durch „respect – Zentrum f. Tourismus und Entwicklung“ unterzogen.

Eines der zentralen Ergebnisse der Evaluation war die durchwegs positive Bewertung des Video Clips durch die Fluggäste. Weit über 80 % der Befragten begrüßten diese Maßnahme zur Aufklärung und Bewusstseinsbildung; mehr als 70 % gaben an, dass solche Spots auf allen AUA-Flügen gezeigt werden sollten. Nur rund 3 % lehnten die Ausstrahlung des Spots ab.

Auch die zentrale Botschaft des Spots, nämlich die strafrechtliche Verfolgung von sexuellem Missbrauch von Minderjährigen auch im Heimatland, unabhängig davon, in welchem Land die Straftat begangen wurde, wird durch die Ausstrahlung des Spots transportiert. Für fast 50 % der Befragten war dies neu – dies zeigt die Bedeutung der Ausstrahlung von Inflight-Spots nicht nur zur Sensibilisierung, sondern auch zur Informationsverbreitung in Bezug auf das Thema.

Ein Großteil der Befragten wünschte sich mehr und detailliertere Informationen zum Thema. Dies lässt auf immer noch vorhandenen Informationsmangel der Gäste schließen, welcher

jedoch am besten schon vor Antritt der Reise (z.B. bei der Buchung im Reisebüro) abzudecken ist.

2. Weltkongress gegen kommerzielle sexuelle Ausbeutung von Kindern

Unter der Patronanz der japanischen Prinzessin Takamado und der schwedischen Königin Sylvia fand vom 17. – 20. Dezember 2001 der 2. Weltkongress gegen die kommerzielle sexuelle Ausbeutung von Kindern in Yokohama/Japan statt. Ziel dieses 2. Weltkongresses war es, die durch den 1. Weltkongress (1996 in Stockholm) geschaffene Dynamik durch die weitere Umsetzung des Aktionsplans, durch eine umfassende Fortschrittsanalyse sowie durch den Austausch von Erfahrungen und best practices fortzusetzen.

Im österreichischen Statement wurde vor allem auf Kinderpornographie im Internet und die Maßnahmen im Kampf gegen den Sextourismus mit Kindesmissbrauch (CC-Projekt) Bezug genommen.

Im Workshop der OMT/WTO „Beitrag des Tourismussektors zum Schutz der Kinder vor sexueller Ausbeutung“ berichteten Vertreter der Tourismuswirtschaft über ihre – durchwegs positiven – Erfahrungen mit der Umsetzung von Selbstregulierungsmechanismen, wie Verhaltenskodizes. Es wurde aber auch betont, dass in Zukunft diese Kodizes und Empfehlungen in den einzelnen Unternehmen der Reise- u. Tourismusindustrie noch viel stärker als bisher zu kommunizieren und vor allem umzusetzen sind.

Im Rahmen des Weltkongresses wurde auch ein gemeinsames Statement der IATA und der OMT/WTO unterzeichnet. Darin verpflichtet sich die IATA u.a., Fluglinien und Flughäfen verstärkt zu bewusstseinsbildenden Maßnahmen anzuhalten.

Die Bedeutung der Kooperation aller gesellschaftlichen Kräfte auf nationaler und internationaler Ebene wurde immer wieder betont und findet sich auch im einstimmig verabschiedeten Schlussdokument wieder.

Weitere Informationen zum Thema:

http://www.world-tourism.org/protect_children/index.htm

<http://www.child-hood.com/>

www.respect.at

www.bmwa.gv.at/tourismus

6.4.4 Nachhaltigkeit

Internationales Jahr des Ökotourismus 2002 und Internationales Jahr der Berge 2002

Vom 12. bis 15. September 2001 veranstaltete das BMWA in Zusammenarbeit mit der Welttourismusorganisation (OMT/WTO), dem Umweltprogramm der Vereinten Nationen (UNEP) und der Weltorganisation für Ernährung (FAO) sowie mit Unterstützung von weiteren österreichischen Partnern wie dem BMLFUW, BMVIT, IITF, Salzburger Land Tourismus, etc., in St. Johann/Pongau die Europäische Vorbereitungskonferenz einer Serie von Konferenzen, welche von der OMT/WTO im Hinblick auf das Internationale Jahr des Ökotourismus und des Internationale Jahr der Berge im Jahre 2002 regional initiiert wurden. Unter dem Thema „Ökotourismus in Berggebieten – eine Herausforderung für nachhaltige Entwicklung“ galt es für die 220 Teilnehmer aus ganz Europa, Handlungsfelder für den weiteren Ausbau des Ökotourismus in Berggebieten in Europa und den damit verbundenen Anforderungen an die Bereiche Politik, Tourismuswirtschaft, Umwelt und Verkehr aufzuzeigen, best-practices aus der Region „Europa“ vorzustellen und deren positive und negative Einflüsse auf die Tourismusentwicklung zu diskutieren. Darüber hinaus wurde selbstverständlich auch die Verantwortung des europäischen Outgoing-Tourismus in Übersee und insbesondere in Entwicklungsländern mit großem Interesse diskutiert.

Als erstes Ergebnisdokument wurden die folgenden Schlussfolgerungen zur Konferenz erarbeitet:

1. Ökotourismus ist ein Konzept, das sich die Bewahrung der natürlichen Landschaften zum Ziel setzt. Es wurde insbesondere in Destinationen in Übersee in Form von Nischenprodukten umgesetzt und von den Reiseveranstaltern mit zunehmendem Erfolg auch in Europa übernommen. Fernreisen in naturbelassene Gebiete weisen die höchsten Wachstumsraten auf. Auf der Konferenz herrschte Übereinstimmung, dass Ökotourismus – so wie jede andere Art von Tourismus – in einer ökologisch, sozial und wirtschaftlich nachhaltigen Art und Weise entwickelt werden muss. Bei der Planung und bei der Durchführung muss auf die effiziente und ausgewogene Beteiligung der Betroffenen, insbesondere der Ortsgemeinden und der Bevölkerung besondere Rücksicht genommen werden.
2. Mehr und mehr europäische Besucher dieser Destinationen erwarten von den Reiseveranstaltern und den Anbietern in den verschiedenen Ländern sozial verantwortbare und umweltverträgliche ökotouristische Produkte. Dazu ist ein Transfer von Wissen, das in Europa in hohem Maße vorhanden ist, notwendig, da das Konzept des nachhaltigen Ökotourismus unmittelbar an zahlreiche hier entwickelte und in der Praxis umgesetzte Formen des naturnahen, ländlichen oder sanften Tourismus anknüpft.
3. Das Internationale Jahr des Ökotourismus 2002 hat nun das Bewusstsein dafür geschärft, dass auch Europa über großartige, naturbelassene Landschaften verfügt. Dazu gehören insbesondere die europäischen Berggebiete wie etwa die Alpen, die Pyrenäen oder die Karpaten, in welchen weltweit bekannte Naturdenkmäler und - trotz starkem Zivilisationsdruck - noch weitgehend intakte naturnahe Räume bestehen.
4. Die besondere Attraktion des europäischen Ökotourismus liegt in der weltweit einzigartigen Symbiose von Natur und Kultur, welche von einer nachhaltig

produzierenden Landwirtschaft getragen wird. Sie hat eine faszinierende Vielfalt weitgehend unzerstörter Kulturlandschaften hervorgebracht wie z.B. Nationalparks, Naturparks und Schutzgebiete, welche in ihrer Vielfalt zu den wichtigsten Attraktionen zahlreicher europäischer Destinationen zählen. Die Forschungsarbeiten des Europarates sind zu ähnlichen Ergebnissen gekommen.

5. Erste Resultate von Studien zur Ermittlung des bestehenden ökotouristischen Entwicklungspotenzials zeigen, dass es einen interessanten ökotouristischen Markt gibt. Es scheinen sich vor allem kaufkräftige Bevölkerungsschichten im erwerbsfähigen Alter für den Ökotourismus zu interessieren.
6. Der Wohlstand und die damit verbundenen Nutzungsansprüche der Freizeitgesellschaft, die Liberalisierung des Agrarmarktes und die Konkurrenz der attraktiver werdenden Städte sind eine große Herausforderung für die Entwicklung nachhaltiger Tourismusformen in ländlichen Gegenden. Da das Tourismuswachstum in Europa hinter dem durchschnittlichen weltweiten Wachstum zurückliegt, scheinen die einzelnen Anbieter innerhalb eines Gebietes aufgrund harter Währungen, eines hohen Lohn- und Preisniveaus und zahlreicher hausgemachter Schwächen mit einem „Verdrängungswettbewerb“ konfrontiert zu sein.
7. In der Konferenz wurden eine Vielzahl erfolgsversprechender, europäischer Ansätze für einen nachhaltigen Ökotourismus vorgestellt und diskutiert. Darunter auch die von der Welttourismusorganisation vorgelegten Entwicklungsgrundsätze und die im Bereich der Reiseveranstalter und der Hotellerie bereits erfolgreich getesteten Empfehlungen des Umweltprogramms der UN, welche auch für Europa Gültigkeit haben. In zahlreichen Bereichen konnten aber auch spezifisch europäische Beiträge eingebracht werden, wie z.B. der vernetzte Ansatz für eine nachhaltige Entwicklung naturnaher Tourismusformen, wie er in der Alpenkonvention seinen Niederschlag findet. Zu erwähnen sind zudem die Erfahrungen, welche in Europa und in den Berggebieten mit der Erarbeitung und Durchsetzung von Qualitätsstandards im ökotouristischen Bereich gemacht wurden. (z.B.: Ökolabels)
8. Ein wesentlicher europäischer Input ist die Erkenntnis, dass Ökotourismus auch nachhaltige Formen der Mobilität braucht. Der Freizeit- und Tourismusverkehr hat in den letzten Jahren stark zugenommen. Eine nachhaltige Entwicklung im Tourismus benötigt ein nachhaltig umweltverträgliches Verkehrssystem, welches die Mobilitätsbedürfnisse des Freizeit- und Tourismusverkehrs nicht auf Kosten der Gesundheit, der Sicherheit und der Umwelt befriedigt.
9. Die Diskussionen haben auch gezeigt, dass bei Marktversagen öffentlicher Handlungsbedarf besteht. Dazu gehören in erster Linie die Bereitstellung öffentlicher Güter zum Schutz gefährdeter Naturlandschaften, indem Schutzgebiete durch entsprechende Einrichtungen für den Ökotourismus erschlossen werden. Eine wichtige staatliche Aufgabe ist auch die Bewältigung der auf Grund des steigenden Verkehrs zunehmenden Umweltbelastung, wodurch die Ökosysteme der Berggebiete gefährdet sind und ganze Täler infolge des Transitverkehrs für naturnahe Formen des Tourismus verloren gehen. Die bestehenden Tourismusgebiete haben allerdings auch ihre Hausaufgaben zu machen und den ruhenden sowie rollenden Verkehr umweltgerecht zu bewältigen. Ökotourismus ist aber auch ein Thema für intensiv genutzte Tourismusdestinationen. In diesen kritischen Gebieten sind zusätzliche Investitionen in ökologische Verbesserungen notwendig, um den Druck auf die freie Landschaft zu entlasten.
10. Auf politischer Ebene hängt die erfolgreiche Implementierung von nachhaltigen ökotouristischen Lösungen von den wirtschaftlichen und ökologischen Rahmenbedingungen auf nationaler und zwischenstaatlicher Ebene ab. Die Umsetzung der einzelnen Maßnahmen ist im Sinne eines „bottom up“-Ansatzes am besten durch die lokalen Behörden unter Miteinbeziehung der lokalen Bevölkerung gewährleistet.

Die Tourismuswirtschaft muss sich ihrer Verantwortung für die Umsetzung der Prinzipien einer nachhaltigen Entwicklung im Rahmen ihrer Geschäftstätigkeit bewusst

sein. Letztendlich entscheiden aber in marktwirtschaftlichen und dezentralisierten politischen Strukturen umweltbewusste Bürger und Konsumenten über die zukünftige Entwicklung des Ökotourismus in unseren Berggebieten. Sie sind der touristische Testmarkt und die Partner bei der touristischen Leistungserstellung. Aus diesem Grund ist es notwendig, die Bevölkerung über die Bedeutung des Natur- und Landschaftsschutzes zu informieren und dafür zu sensibilisieren. Nur dann sind die Anbieter in der Lage, die faszinierenden Ressourcen der Natur in ihr Leistungsangebot einzubauen und marktorientierte, ökotouristische Produkte zu lancieren. Schließlich ist die Zusammenarbeit aller Ansprechpartner und Akteure, wie lokale, regionale und nationale Behörden, lokale Bevölkerung, Tourismus- u. Transportwirtschaft, zwischenstaatliche Organisationen, NGOs sowie die Besucher, in einem gut funktionierenden Netzwerk für die erfolgreiche Umsetzung nachhaltiger Tourismuskonzepte von ausschlaggebender Bedeutung.

Darüber hinaus wurde für den Weltökotourismusgipfel im Mai 2002 in Quebec ein rund 10seitiges Endpapier der Konferenz erarbeitet, welches als europäischer Input zum Gipfel vorgelegt werden wird.

Weitere Informationen zum Thema:

www.ecotourism2002.org

<http://www.world-tourism.org/sustainable/IYE-Main-Menu.htm>

<http://www.berge2002.at/>

6.4.5 Bilaterale Aktivitäten auf dem Gebiet des Tourismus 2001

Bilaterale Tagungen – Gemischte Tourismus-Kommissionen

- Am 24. Jänner 2001 fand in Wien ein Gemischtes Treffen auf Sektionsleiterebene mit der Slowakei statt.
- Vom 14. bis 16. Mai 2001 fand in Wien die zweite Tagung der Österreichisch-kroatischen Gemischten Tourismuskommission statt.

Themen dieser Tagungen waren:

1. verstärkte Kooperation österreichischer Reisebüros bzw. Reiseveranstalter,
2. die Zusammenarbeit in der touristischen Aus- u. Weiterbildung,
3. die Ausarbeitung von touristischen Produkten in der Vor- und Nachsaison,
4. die Förderung österreichischer Investitionen in den Hotelsektor,
5. statistische Fragen im Tourismus, und
6. der Rad- und Kulturtourismus.

Bilaterale Ministerbesuche

Oman

In der Zeit vom 31. März bis 2. April 2001 begleitete Staatssekretärin Marès Rossmann Bundespräsident Dr. Klestil bei seinem Staatsbesuch in den Oman.

In Maskat wurde ein Memorandum zwischen dem Oman und einem Konsortium österreichischer Tourismusschulen (IMC Krems, Salzburger Tourismusschulen Kleßheim und Firma EMCO Maier in Hallein) zur Errichtung eines Tourismus-Kollegs als erster Schritt einer zukünftigen touristischen Zusammenarbeit in den Bereichen Ausbildung und Know-How-Transfer unterzeichnet. Omanischerseits zeigte man sich weiters am Konzept der österreichischen Kinder- und Golfhotels interessiert.

Der omanische Minister für Handel und Industrie, Herr Maqbool Bin Ali Bin Sultan, hielt sich in der Zeit vom 10. bis 13. Juni 2001 auf Einladung von Bundesminister Dr. Bartenstein und Frau Staatssekretär Rossmann zu einem Besuch in Österreich auf.

Im Verlauf dieses Besuches fand im International Management Center (IMC) Krems ein Gedankenaustausch mit führenden Vertretern der österreichischen Tourismuswirtschaft statt, in deren Verlauf die Aufnahme von Direktflügen Wien-Maskat-Wien (auf Charter- oder Linienbasis), eine intensivere Zusammenarbeit auf dem Reisebürosektor sowie der Austausch von österreichischen und omanischen Studenten erörtert wurde.

Libyen

Der Sekretär des Volkskomitees für Tourismus und archäologische Stätten, Herr Ing. Alboukhari Salim Houda, hielt sich vom 22. bis 23. Oktober 2001 auf Einladung von STS Rossmann in Begleitung einer Delegation von wichtigen Vertretern aus dem libyschen Tourismussektor in der Zeit in Wien auf.

Anlässlich eines Gespräches von Frau STS Rossmann mit Ing. Houda wurde eine zukünftige Zusammenarbeit zwischen Österreich und Libyen, vor allem bei der Ausbildung von Fachkräften und Personal im libyschen Tourismus- und Gastronomiebereich im Ökotourismus sowie im Bereich der jeweiligen Reiseveranstalter (Touroperating) diskutiert. Des weiteren regten beide Seiten einen Informationsaustausch über die Veranstaltung von Festivals, Tagungen, Seminaren und Reisemessen an.

Aserbaidshan

Der aserbaidshanische Minister für Jugend, Sport und Tourismus, Herr Albufas Garayev, besuchte vom 10. - 13. Dezember 2001 auf Einladung von STS Rossmann Österreich. Anlässlich eines Gespräches von Minister Garayev mit Staatssekretärin Rossmann wurde

eine Vertiefung der bilateralen Tourismusbeziehungen, vor allem in den Bereichen der Hotelklassifizierung, ländlicher Tourismus, Aus- und Weiterbildung im Tourismus die Errichtung eines Schigebietes in Aserbaidschan vereinbart.

6.5 Servicestelle und Sonderprojekte

Jahresbericht 2001 der Tourismus-Servicestelle

Die Tourismus-Servicestelle im Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit hat sich in den wenigen Jahren seit ihrer Gründung zu einer vielfach genutzten, zentralen Anlaufstelle für alle Anfragen, Beschwerden sowie Informationen, Auskünfte und sonstige den Tourismus betreffenden Angelegenheiten entwickelt und ist nunmehr ein etablierter Ansprechpartner sowohl für Inlands- wie auch für Auslandsreisende, für Unternehmen sowie für Behörden und Institutionen.

Die Tourismus-Servicestelle bearbeitet pro Jahr rund 1000 telefonische und schriftliche Anfragen und Beschwerden. Als besonderes Service bietet sie die kostenlose Vermittlung in Streitfällen zwischen der Touristikbranche und den Reisenden an.

Das Bild bei den an die Servicestelle herangetragenen Beschwerdefällen im Jahr 2001 gleicht sehr dem des letzten Jahres:

- Rund 2/3 aller Einbringen bei der Tourismus-Servicestelle betrafen „österreichische Inhalte“ (waren also Beschwerden des *Incoming Tourismus*). Nur mehr knapp 1/3 aller Beschwerdeführer nahmen Probleme bei Auslandsreisen (*Outgoing Tourismus*) zum Anlass, sich an die Tourismus-Servicestelle zu wenden.
- In dieser Aufstellung *nicht* enthalten sind Anfragen hinsichtlich besonderer Krisen/Anlässe während des letzten Jahres (näheres siehe unten)

Die häufigsten Beschwerdegründe für Gäste in Österreich waren:

- unfreundliches Verhalten von Mitarbeitern und mangelnder Service sowie unangebrachte Behandlung von Touristen und Gästen
- Vignettenpflicht (Preiserhöhung!) und Maut- bzw. Parkgebühren sowie das Verhalten/Benehmen von Exekutivbeamten bei ihrer Dienstleistung

Die Problemfälle heimischer Reisender ins Ausland betrafen in der Regel:

- mangelnde Prospektwahrheit hinsichtlich der Ausstattung der Hotels/Clubs
- Probleme im Unterkunftsgebiet wegen Überbuchungen
- Flugverspätungen und Anschlussprobleme sowohl im Charter- wie auch im Linienverkehr

Abschließend soll bemerkt werden, dass die gesamte heimische Reisebranche und die österreichischen Tourismusunternehmen sowie die regionalen und überregionalen Tourismusverbände und –Kooperationen vorbildlich bei der kulanten Abwicklung der angefallenen Beschwerden zusammenwirken und mit einem hohen Maß an verantwortungsvollem und kaufmännischem Bewusstsein dazu beitragen, die enttäuschten Kunden/Gäste zufrieden zu stellen und für unser Land bzw. für ihr Unternehmen (wieder) zu gewinnen.

Reisedienst-Informationshotline zur Maul- u. Klauenseuche/MKS

Als im Frühjahr 2001 ein Übergreifen der Maul- und Klauenseuche auch auf Österreich zu befürchten war und der Osterreiseverkehr unmittelbar bevorstand, wurde am 30. März in der Tourismus-Servicestelle eine „Reisedienst-Informationshotline zur MKS“ (erreichbar täglich - auch an den Wochenenden - von 8.00 bis 17.00 Uhr) eingerichtet. Das Ziel war, ratsuchende Reisende sowie Touristen und Gäste in Österreich mit gezielten Informationen zur aktuellen Lage bzw. mit den nötigen Auskünften zu versorgen.

- Die meisten Anfragen der Anrufer zielten auf die Möglichkeit der Erlaubnis zur Ein- und Durchfuhr von diversen Lebensmittel nach und durch Österreich sowie auf die Möglichkeit bzw. die Vorschriften für das Reisen mit Haustieren.
- Es wandten sich jedoch auch besorgte Reisende an die Reiseinfohotline, die Reisen in von der MKS betroffene Länder gebucht hatten und sich nun nach der Möglichkeit einer Stornierung bzw. nach der Unbedenklichkeit einer solchen Reise erkundigen wollten.

Die an der Telefonhotline zu erfragenden Informationen wurden von der Tourismus-Servicestelle auch auf der Homepage der Sektion Tourismus (in vier Sprachen) zum Download bereitgestellt.

In den folgenden Wochen konnten über 600 ratsuchende Reisende sowie Touristen und Gäste in Österreich durch die Mitarbeiter/innen der Tourismus-Servicestelle mit gezielten Informationen zur aktuellen Lage bzw. mit Auskünften über die zuständigen Stellen versorgt werden.

Tourismus-Hotline (für Fragen zu Reisestornos) nach den Terroranschlägen in den USA

Ab dem 14. September 2001 stand in der Tourismus-Servicestelle eine Telefon-Hotline zu Fragen über Reisestornierungen im Zusammenhang mit den Auswirkungen der Terroranschläge in den USA zur Verfügung.

Auch diese Hotline erfreute sich in den darauffolgenden Tagen und Wochen sehr regen Zuspruchs.

- Die Fragen betrafen in erster Linie die rechtliche Situation bei Stornierungen von Reisen, wobei von den geplanten Stornierungen verunsicherter Reisender nicht nur die USA, sondern vor allem auch andere Länder wie die Türkei, Tunesien und Ägypten betroffen waren.

6.5.1 Staatspreis

Staatspreis für Tourismus 2001 – Tourismus ohne Barrieren

Staatssekretärin Marès Rossmann verlieh am 3. Dezember 2001 den Staatspreis für Tourismus 2001, der in diesem Jahr unter dem Themenschwerpunkt „Tourismus ohne Barrieren“ gleichzeitig mit einem Wettbewerb des Bundesministeriums für Soziale Sicherheit und Generationen ausgeschrieben wurde.

Der Wunsch zu reisen, neue Erfahrungen zu sammeln und so Eindrücke in den Alltag mitzunehmen, ist natürlich auch bei Menschen mit Behinderungen gegeben, vielleicht sogar im verstärkten Ausmaß. Sie wollen den speziellen Erholungseffekt, den ein Urlaub mit sich bringt, genauso genießen wie Nichtbehinderte. Ziel ist es, den Menschen mit Behinderungen dieselben Möglichkeiten zur Gestaltung der Freizeit zu bieten wie nichtbehinderten Personen und ihnen die volle Teilnahme am allgemeinen Freizeitangebot zu ermöglichen.

Der Staatspreis für Tourismus 2001 und der Wettbewerb zeichneten Tourismusbetriebe aus, die Barrierefreiheit und behindertenfreundliche Dienstleistungsmaßnahmen bereits anbieten und damit dem betroffenen Personenkreis und ihren Familien ein positives Urlaubserlebnis ermöglichen.

Die durch den Staatspreis für Tourismus 2001 gesetzten Schwerpunkte gliedern sich in 2 Kategorien:

- Bauliche Struktur (Kategorie A):

Viele Bauten im touristischen Sektor sind noch immer nicht auf die Bedürfnisse Behinderter (vorrangig Geh-/Bewegungsbehinderter) ausgerichtet. Deshalb ist es notwendig, jene, die beispielsweise breite Türöffnungen, besondere Badezimmerausstattungen und Rampen neben den Treppen in ihre Häuser integrieren haben lassen, zu erwähnen und so ein Zeichen für andere zu setzen.

Preisträger Kategorie A:**Sporthotel Weisseespitze** - Familie Hafele, Kaunertal

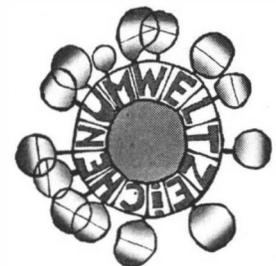
Das Hotel zeichnet sich durch die rollstuhlgerechte Ausstattung der Zimmer und der gesamten Hotelinfrastruktur aus.

- Besondere Dienstleistungen/Service (Kategorie B):

Nicht nur die bauliche Struktur entscheidet über ein gutes Angebot für Personen mit Behinderungen. Ganz besonders fallen Serviceleistungen ins Gewicht, die ein Standardangebot in einen sehr speziellen Urlaub verwandeln können.

Preisträger Kategorie B:**equality A** - Wolfgang Enzinger KEG, Wien

Dieses Projekt bezieht sich auf ein Reise- und Hotelinformationssystem, welches Menschen mit Behinderungen bereits bei der Reiseplanung unterstützt. Die Internetplattform you-too stellt eine Vielzahl von speziellen Informationen bezüglich Zugänglichkeit und Ausstattung touristischer und öffentlicher Einrichtungen zur Verfügung.

6.5.2 Österreichisches Umweltzeichen für Tourismusbetriebe

Das Interesse der Tourismusbranche am Umweltzeichen hat im Jahr 2001 weiter zugenommen. Im Rahmen einer Veranstaltung in Ramsau am Dachstein wurden am 3. Dezember 2001 32 Tourismusbetriebe mit dem Österreichischen Umweltzeichen für Tourismusbetriebe prämiert. Die Gesamtzahl der Zeichenträger in ganz Österreich konnte damit in diesem Jahr auf 177 Tourismusbetriebe erhöht werden.

Mitte des Jahres wurde der neue Katalog - „Umwelt erleben, Urlaub genießen“ - mit umweltgerechten Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben, die mit dem „Österreichischen Umweltzeichen für Tourismusbetriebe“ ausgezeichnet wurden, veröffentlicht. Dieser Katalog in einer Auflage von 30.000 Stück soll den Konsumenten ansprechen, der bewusst auf Qualität in Verpflegung und Ausstattung, auf gesundes

Ambiente und ökologisches Management achtet. Gut aufbereitet, mit viel Übersicht, regional von Vorarlberg bis Burgenland gereiht und nach verschiedenen Kategorien wie Hotel, Pension oder Restaurant gegliedert, machen es dem Gast leicht, das Richtige für sich zu finden.

Im Kriterienbereich konnte die Weiterentwicklung und Überarbeitung der Umweltzeichen-Richtlinie in diesem Jahr abgeschlossen werden. Maßgebliche Änderungen betrafen die Definition der einzelnen Betriebstypen, so dass auch angeschlossene Betriebsbereiche wie Restaurants, Bars etc, die sich am Betriebsstandort befinden und mit diesem eindeutig in Verbindung stehen, in Hinkunft ebenfalls die Umweltzeichen-Kriterien erfüllen müssen. Einzelne Elemente der Muss-Kriterien wurden durch Anforderungen im Sinne einer Qualitätssicherung ergänzt. Kriterien, die in der Praxis bei ökologisch-ökonomischer Gesamtbetrachtung problematisch waren, wanderten z.T. aus dem Muss- in den Soll-Bereich. Eine neue Darstellung der Richtlinie soll die Lesbarkeit und Kommunizierbarkeit der Richtlinie verbessern.

6.6 Strategisches Schwerpunktprogramm 1

„DMMA – Destinations Management Monitor Austria“

(2000 – 2003)



Im Auftrag der Sektion Tourismus im Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit wurde der „DMMA – Destinations Management Monitor Austria“ im Jahr 2000 gestartet und läuft unter der Begleitung eines internationalen Expertenteams bis 2003. Das Projekt wird vom Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit, Sektion Tourismus, gefördert und hat die ehrgeizige Aufgabe, die regionale Tourismuslandschaft in Österreich neu zu strukturieren und einen Professionalisierungsschub zu bewirken. Ziel ist es, die Anzahl der international orientierten und wettbewerbsfähigen österreichischen Tourismusregionen zu steigern und das neu etablierte Destinations-Management zu messbaren Erfolgen zu führen.

An diesem Programm sind 14 Regionen beteiligt, die rund 30 Prozent der touristischen Wertschöpfung in Österreich repräsentieren. Die Management-Vertreter der Teilnehmerregionen werden dabei unterstützt, jene grundlegenden Handlungsfelder zu bearbeiten, die wesentlich zum Aufbau internationaler Wettbewerbsfähigkeit ihrer Regionen

beitragen können. Mit der Projektleitung ist Invent – Institut für regionale Innovationen betraut.

Im Rahmen des Projektes DMMA analysierten 14 Tourismusregionen ihre Potenziale und setzen individuelle Schlüsselprojekte um, die im internationalen Wettbewerb für ihre Regionen neue Chancen versprechen. Damit verbunden ist der Entwicklungsprozess von einer herkömmlichen Tourismusregion mit zahlreichen autonomen Einzelkämpfern zu einer vernetzt denkenden und handelnden Destination. An die Stelle traditioneller Marketing-Koordination treten neue Geschäftsmodelle: Regionen werden so zu strategisch managbaren Destinationen. Als besonders förderlich erwies sich in der DMMA-Praxis neben den fachlichen Inputs der Erfahrungsaustausch zwischen den Regionen.

Die beteiligten Regionen sind:

- Achensee (Tirol)
- Brixental Wilder Kaiser (Tirol)
- Europa Sport Region Kaprun Zell am See (Salzburger Land)
- Gastein (Salzburger Land)
- Internationaler Bodensee (A, D, CH, FL)
- Millstätter See (Kärnten)
- Mostviertel (NÖ)
- Steirisches Thermenland
- Thermenwelt Burgenland
- Villach Warmbad-Faaker-Ossiachersee (Kärnten)
- Waldviertel (NÖ)
- Wolfgangsee (OÖ/Salzburger Land)
- Zillertal (Tirol)
- Tiroler Zugspitzregion (Tirol)

Am analyseorientierten Beginn wurden die Marketing- und Managererfolge und -leistungen der beteiligten Regionen kritisch durchleuchtet. Damit wurden kurzfristig einlösbare Verbesserungspotenziale sichtbar. Die Ermittlung des Status bildete jedoch vor allem den Input für die Erarbeitung der entscheidenden Handlungsfelder zum Aufbau internationaler Wettbewerbsfähigkeit.

Für die Steuerung des Destinations- und Managementaufbaus entwickelte Invent ein neuartiges „Cockpit“, das sich am EFQM (European Foundation for Quality Management) - Benchmarks-Modell orientiert. Es gibt anhand von 54 Indikatoren zu 9 unterschiedlichen Themenkreisen Auskunft über die aktuelle Performance jeder einzelnen Region im Vergleich zu den anderen DMMA-Regionen. Die Daten stammen aus fundierten Untersuchungen, die in dieser Breite in Österreich erstmals stattfanden. Damit bietet der DMMA erstmals ein Instrumentarium, das Daten und Prozesse verschiedener Regionen vergleichbar macht. Die erhobenen Leistungsindikatoren zeigen auf, in welchen Bereichen zwischen den Regionen Unterschiede in den „Leistungsniveaus“ bestehen.

Dieses Cockpit befähigt die Manager und Funktionäre in den Regionen zur Steuerung ihrer strategischen Entscheidungen und macht deren Auswirkungen messbar und im Vergleich zu anderen Regionen sichtbar. Nach Vorliegen ausreichender Messdaten werden mit mathematisch-statistischen Verfahren jene Wirkmuster ermittelt, welche den größten Beitrag zur Steigerung der internationalen Wettbewerbsstärke leisten konnten.

Anfang Oktober 2001 trafen sich die Teams der 14 DMMA-Regionen mit dem Betreuersteam zu einem 2-tägigen Workshop am Bodensee, um nach der Statusphase die weiteren, gemeinsamen Entwicklungsschritte festzulegen.

Bei diesem Treffen erarbeiteten und beschlossen die DMMA-Teams ein gemeinsam getragenes Arbeits- und Entwicklungsprogramm in den entscheidenden Handlungsfeldern des Destinations-Management. Mehr als die Hälfte der Regionen hat für die notwendigen Veränderungsschritte in den regionalen Gremien bereits die Weichen gestellt.

Auch wenn es Unterschiede in der Entwicklungsgeschwindigkeit und -tiefe bei den teilnehmenden Regionen gibt, bringen sich die regionalen DMMA-Teams mit aller Energie und ohne Vorbehalte in das Innovationsnetzwerk und in die gemeinsame Entwicklungsarbeit ein. Die gegenseitige Offenlegung der Status-, Strategie- und Umsetzungsergebnisse wurde vereinbart. Ein so breites und übereinstimmendes Bekenntnis zur Veränderung wurde damit in Österreichs Tourismuslandschaft zum ersten Mal getroffen.

Ein wesentliches Ziel des Projektes DMMA ist es, die herkömmlichen Tourismusverbände in professionelle Management-Gesellschaften umzuwandeln und ein leistungsfähiges Managementsystem zu implementieren. Dieser Veränderungsprozess stellt an die Regionen höchste Anforderungen, die im Verhaltensset eines traditionellen Tourismusverbandes bisher zumeist nicht vorhanden waren.

Die DMMA-Regionen haben die anspruchsvolle Aufgabe, auf der Basis der Tradition der Tourismusorganisationen in Österreich einen beispielgebenden Strukturwandel einzuleiten. So gilt es unter anderem, die Schlüsselpartner in den Regionen sensibel zu integrieren, bei den Leistungspartnern ein Basisvertrauen zu schaffen und gleichzeitig den operativen (Übernachtungs)-Erfolg zu sichern. Die Vielschichtigkeit der Aufgaben erfordert ein intelligentes Steuerungssystem, das der DMMA in vielerlei Hinsicht bietet.

Die Entwicklungsarbeit findet im Wesentlichen zu vier Schwerpunktthemen statt. Es handelt sich dabei um Themenbereiche, die dazu beitragen, die Wettbewerbsposition der Regionen zu optimieren und die Managementfunktionen zu verbessern.

Die vier Schwerpunktthemen sind:

- Gestaltung von markenfähigen Erlebniswelten
- Neue Geschäftsmodelle und Organisationsformen für das Management
- Incoming und Gästebeziehungsmanagement (CRM)
- Innenkommunikation und Destinationsdiskurs

Seit November 2001 veranstaltet die Projektleitung zu jedem Thema einen Impuls-Workshop mit den DMMA-Projektgruppen. Dabei legt jede Region ihren Arbeits- und Zeitplan fest. Für die Durchführung und Umsetzung der regionalen Aufgaben ist jede Region selbst verantwortlich.

Für das DMMA-Projekt wurde die Website www.dmma.at eingerichtet. Diese dient als öffentliche Plattform für Fragen des Destinations Management.

6.7 Strategisches Schwerpunktprogramm 2

„Clusterinitiative: Austria – Wellbeing Destination of Europe“

(2001 – 2002)



Grundlagen der Wellbeing Destination of Europe

Ein ambitioniert definierter Gesundheitstourismus stellt eine der anspruchvollsten, wertschöpfungsstärksten und wissensintensivsten Tourismusformen dar. Daher stellt gerade der Gesundheitstourismus eine attraktive Ganzjahrestourismusform für hochentwickelte Länder wie Österreich zur Steigerung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit dar.

Seit Anfang 2001 werden in 11 aufeinander abgestimmten Projekten mit den ambitioniertesten Teilnehmer aus Gesundheitstourismus und Gesundheitswesen international orientierte Zukunftsstrategien und ein neuer Weg im österreichischen Gesundheitstourismus erarbeitet.

Zielsetzungen

Die Clusterinitiative hat es sich zum Ziel gesetzt, Österreich als eine der begehrtesten Gesundheitsdestinationen Europas zu etablieren. Die Gesundheitsdestination Österreich

soll als international wahrgenommene und begehrte Marke mit garantierter Qualität international positioniert werden. Die zur Zielerreichung unabdingbaren Akteure, Ressourcen und Kompetenzen sollen über einen starken selbstorganisierten Cluster Gesundheitstourismus langfristig gesichert werden. Das BMWA leistet dazu die entscheidende Starthilfe.

Die Ausgangssituation Österreichs

Eine vom BMWA Ende 1999 in Auftrag gegebene Pre-Feasibility Studie hat die Chancen und Risiken Österreichs im internationalen Gesundheitstourismus herausgearbeitet.

Insgesamt verfügt Österreich über eine scheinbar ausgezeichnete Ausgangsposition für weitere Entwicklungen im Gesundheitstourismus. Bei genauer Betrachtung zeigt sich jedoch, dass sich die wichtigen Kerngeschäftsbereiche – Klinik, Reha, Kur, Wellness und die notwendigen Kompetenzbereiche – Medizin, Sport- & Ernährungswissenschaften, Psychologie, Gesundheitsförderung, u.a.m. relativ unabhängig voneinander entwickeln und nicht immer international wettbewerbsfähig ausgeprägt sind. Und der internationale Wettbewerb im Gesundheitstourismus verschärft sich zusehends.

Mitbewerber wie Ungarn, die Schweiz und Deutschland drängen – oft unterstützt durch massive Entwicklungsanstrengungen - verstärkt auf den internationalen und österreichischen Markt.

Die „Clusterinitiative: Austria – Wellbeing Destination of Europe“ verfolgt dazu eine nachhaltig realisierbare Internationalisierung, um den weltweiten Megatrend Gesundheit erfolgreich für Österreich nutzen zu können. Die Strategie dazu ist die Etablierung eines branchenübergreifenden, koordinierten und kooperativen Vorgehens der beteiligten Partner im österreichischen Gesundheitstourismus und Gesundheitswesen. Durch die Bündelung des Einsatzes von Ressourcen und Investitionen werden die nachhaltige Sicherung und der Ausbau der Wettbewerbsposition Österreichs auf den internationalen Märkten und auch am Heimmarkt angestrebt.

Projektdesign

Die Clusterinitiative: Austria – Wellbeing Destination of Europe ist über eine zweijährige Laufzeit (2001 – 2002) in insgesamt 5 Hauptprojektphasen eingeteilt.

1. Projektkonzeption (abgeschlossen)
2. Aktivierung & Information (abgeschlossen)
3. Projektentwicklung & Integration (abgeschlossen)
4. Umsetzungsentscheidung
5. Umsetzung

Auf der operativen Ebene besteht die Wellbeing Destination of Europe aus elf (11) aufeinander abgestimmten Projekten, in denen bereits mehr als 100 ambitionierte Akteure aus Gesundheitstourismus und Gesundheitswesen als Experten und Entwicklungspartner die organisatorische Basis für den Cluster Gesundheitstourismus legen und die zukünftigen Supportleistungen im Bereich Qualitätssicherung, Forschung, Markenentwicklung, Destinationsentwicklung, Marketing & Vertrieb, Standortmarketing und Qualifizierung erarbeiten.

Koordination & Management

Die Firma „invent – Institut für regionale Innovationen“ hat als private Innovations- und Entwicklungsagentur das Management auf Zeit der Clusterinitiative: Austria - Wellbeing Destination of Europe übernommen.

Seit 1. November 2001 wurde ein eigener Clustermanager für den Cluster Gesundheitstourismus engagiert, um gemeinsam mit dem Clusterteam von invent die notwendigen Organisations- und Koordinationsaufgaben durchzuführen.

Im zweiten Halbjahr 2002 werden die wichtigsten Steuerfunktionen des Clusters Gesundheitstourismus auf ambitionierte Träger des Clusters übergehen. Dazu kommt es zur Gründung einer Steuerungs- und Trägergemeinschaft für den Gesamtcluster.

Finanzierung

Die Startkosten für die Clusterinitiative: „Austria – Wellbeing Destination of Europe“ sowie für die Etablierung des Clustermanagements trägt das BMWA. Im Jahr 2001 wurden dafür insgesamt 371.939,56 € investiert.

Weitere detaillierte Informationen zur Clusteranalyse des Gesundheitstourismus in Österreich erhalten Sie im Lagebericht 2000 oder unter www.wellbeingdestination.at.

6.8 Überparteiliche Reisebüroplattform im Parlament

Die Plattform Reisebürowirtschaft wurde – unter dem Ehrenvorsitz von Frau Staatssekretär Marès Rossmann – mit dem Ziel gegründet, den Reisebüros ein überparteiliches Forum zu schaffen, in welchem sie ihre branchenspezifischen Wünsche und Sorgen formulieren können. Neben grundsätzlichen Fragen der Struktur der Reisebürobranche werden auch Themen, die durch die Tagesaktualität bestimmt sind, zur weiteren Verfolgung diskutiert und in entsprechende Aktivitäten umgesetzt. So wurde z.B. im Berichtszeitraum eine

Änderung des Rabattverhaltens der Reisebüros in Angriff genommen, die die ökonomische Effizienz der Reisebüros erhöht und damit für alle Beteiligten – also letztendlich auch für Reiseveranstalter und Airlines – zu einer dauerhaften Absicherung des Vertriebsweges führt. Durch die Verschränkung von Politik und Wirtschaft ist damit ein Instrument geschaffen, das es der Politik gestattet, mehr Einblick in die Probleme der einschlägigen Wirtschaft zu bekommen, und der Wirtschaft die Möglichkeit eröffnet, ihre Probleme in angemessener Weise an die Politik heranzutragen.

6.9 Elektronisches Gästebblatt

Vision des Projektes „e-Gästebblatt“ ist die österreichweite Verwendung von elektronischen Hilfsmitteln (Hard- und Software) in Beherbergungsbetrieben zur optimalen Erfassung, Verknüpfung und Verarbeitung von tourismusrelevanten Daten zwecks Vereinfachung von administrativen Aktivitäten einerseits und effizientester Nutzung von daraus abgeleiteten marketingrelevanten Daten andererseits.

Ziel des Projektes ist die Einführung des „elektronischen Gästebblattes“, also die elektronische Übermittlung der tourismusstatistisch relevanten Daten vom Beherberger zur Gemeinde in einer größtmöglichen Anzahl von Beherbergungsbetrieben.

Da in erster Linie die Betriebe und Gemeinden für die Einführung zuständig sind, kann kein konkreter, österreichweiter Einführungsstermin genannt werden, aus diversen Gesprächen lässt aber erkennen, dass eine Übergangszeit von mindestens 5 Jahren für eine signifikante Verbreitung anzunehmen ist.

Der derzeitige Umsetzungsstand ist dadurch charakterisiert, dass in den meisten Bundesländern Pilotprojekte laufen bzw. diese in konkreter Vorbereitung sind.

Aufgabe des BMWA ist es, das Projekt zu initiieren, dessen Umsetzung zu begleiten sowie die Abstimmung unter den Landesregierungen zu koordinieren. Eine eigens eingerichtete Arbeitsgruppe mit Vertretern der Landesregierungen begleitet die Umsetzung dieses Projektes.

Weitere wichtige Partner bei der Umsetzung sind die Bundesländer, Wirtschaftskammer(n) bzw. sonstige Interessensvertretungen (z.B. ÖHV), Tourismusverbände, Landesmarketingorganisationen sowie die Statistik Österreich.

Um für kleine Unternehmen die Einführung des elektronischen Gästeblasses zu erleichtern, organisierte das BMWA eine entsprechende Förderaktion – die „Internet-Offensive“ -, die per 01.08.01 in Geltung gesetzt wurde. Bezüglich näherer Informationen siehe auch: Kapitel 6.3.1.3 bzw. die Website der ÖHT <http://www.oeht.at>.

7. Aktivitäten der Österreich Werbung

Das neue Selbstverständnis der Österreich Werbung

Die zu Jahresbeginn 2001 vom Geschäftsführer der Österreich-Werbung (ÖW) angekündigten Strukturreformen – als Folge der im Jahr 2000 erfolgten Umstrukturierung der ÖW – konnten vollständig umgesetzt werden; die ÖW ist heute eine moderne, marktorientierte Tourismus-Marketingorganisation mit neuem Selbstverständnis:

Die ÖW versteht sich demnach als impulsgebender und innovativer Akteur im Netzwerk der österreichischen Tourismus- und Freizeitindustrie, und die Arbeit der ÖW orientiert sich an folgenden Grundsätzen:

- Kundenorientiertes Verhalten
- Marktgerechte Produkte
- Wachstumsorientierte Strategien
- Motto: So dezentral wie möglich – so zentral wie notwendig

Nachfolgend ein Zitat aus ÖW-internen Papieren:

„Die Vision

Heute bereits die Weichen für künftige Erfolge zu stellen, ist die Basis dieser Vision. Gemäß diesem Grundsatz entwickelt sich die ÖW von der größten Serviceorganisation der heimischen Tourismuswirtschaft zu einem der schlagkräftigsten Spieler der europäischen Freizeitindustrie. Die ÖW wird zu einem leistungsfähigen und weltweit agierenden "Übersetzungsbüro". Die Bedürfnisse der Marktteilnehmer werden für die jeweils andere Seite verständlich gemacht.

Als wesentliche Aufgabe haben wir uns zum Ziel gesetzt, Österreich für seine Gäste erlebbar und spürbar zu machen. Oder kurz gesagt: "Be a part of Austria".

Die Mission

Wer wir sind und wie uns unsere Partner sehen, wird durch die Definition unserer "Mission" beantwortet. Die Österreich Werbung ist ein weltweites Netzwerk,

- *das Marktwissen sammelt, analysiert, kommuniziert und Produktimpulse setzt,*
- *das Österreich ein eindeutiges und wieder erkennbares touristisches Image verleiht,*
- *das den Tourismusbetrieben Österreichs marktorientierte Dienstleistungen anbietet,*
- *das aus eigener Kraft wächst*
- *und das Kundenorientierung des österreichischen Tourismus zum obersten Ziel hat.*

Die effiziente Erfüllung des öffentlichen Leistungsauftrages

Zum öffentlichen Leistungsauftrag der ÖW zählen die Positionierung, laufende Pflege sowie die Weiterentwicklung einer starken Dachmarke "Österreich".

Einerseits wird dazu die österreichische Tourismuswirtschaft als Träger des touristischen Angebots umfassend über alle Aktivitäten der ÖW informiert. Sämtliche öffentlich zugängliche Informationen über die Quellmärkte, Marktforschungsergebnisse oder der Werbemittleinsatz werden über das Internet kommuniziert und neue Hoffnungsmärkte durch umfangreiche Investitionen evaluiert und erschlossen.

Potenzielle Gäste andererseits werden über das österreichische Tourismusangebot, die Destinationen, Regionen und Orte mittels Marketingaktivitäten und persönlicher Kommunikation auf hohem Qualitätsniveau informiert. Auch dabei spielt das ÖW-Internetportal eine zentrale Rolle.“

Österreich Werbung weltweit präsent

Rund 1.500 Marketingaktivitäten mit einem Gesamt-Marketingbudget in der Höhe von rund 27,8 Mio. € positionierten das touristische Angebot Österreichs auf den Märkten in aller Welt. Auf dem ÖW-Marketingplan standen unter anderem 180 Pressefahrten und 80 Pressekonferenzen für österreichische und internationale Medien, die Betreuung sowie der Österreich-Auftritt bei 135 Messen weltweit, 140 Studienreisen für Vertreter von Reisebüros und -veranstalter sowie 70 Österreich-Workshops.

Sommerkampagne 2001: Fokus auf Kultur & Natur

Zur Positionierung Österreichs als die Top-Feriedestination im Sommer 2001 startete die ÖW mit zwei großen Werbekampagnen. In den Überseemärkten sowie in Spanien, Frankreich und Italien präsentierte sich Österreich als Musikland, wofür die ÖW eine völlig neue Kulturkampagne kreierte. Auf den übrigen Märkten – mit Schwerpunkt Europa – zeigte der Werbeauftritt Österreich als erlebnisreiche Gegenwelt zum Alltag.

Schwerpunkt Nahmärkte

Diese Kampagne war für den europäischen Markt konzipiert und wurde schwerpunktmäßig in Deutschland, Österreich, der Schweiz, Italien, Frankreich, Polen, Ungarn und Tschechien durchgeführt. An Kommunikationsmitteln setzte die ÖW vor allem auf Anzeigen in Magazinen und Zeitungen. In Österreich waren darüber hinaus Panoramaplakate im 48-Bogen-Format in den Landeshauptstädten zu sehen. In Ergänzung der klassischen Kampagne bediente sich die ÖW auch heuer wieder der direkten Kontaktschiene in Form von Direct-Mailings zu den Themen Familie, Wandern und Gesundheit.

Winterkampagne 2001/02

Ab Oktober war "Winter total" im werblichen Auftritt der ÖW angesagt. Österreichs Bergwelt und die verschneite Winterlandschaft, die jede Menge Gelegenheit zur Ausübung vielfältigster Wintersportarten und anderer Aktivitäten bietet, bildeten das zentrale Thema der ÖW-Winterkampagne 2001/02. Diese verstand sich als konsequente Weiterentwicklung des werblichen Auftritts von 2000/01. Die Eckpfeiler gemäß der Dachmarke – wie eindrucksvolle Farb- und Bildwelten sowie das Österreich-Ticket und eine trendige Textierung – blieben erhalten.

Impulse für Kurzurlauber

Ab Oktober startete die ÖW eine Impulskampagne als Offensive zur Imagestärkung und zum direkten Reiseanreiz für Schnellentschlossene und Kurzurlauber. Dabei wurde in Kooperation mit regionalen Anbietern und Reiseveranstaltern bis Dezember in auflagestarken Tageszeitungen in Österreich, Deutschland, Italien und der Schweiz kräftig die Werbetrommel für Winterferien in der Alpenrepublik gerührt.

Aufgrund der Ereignisse des 11. Septembers wurde die Impulskampagne zu einer Nahmarktinitiative mit einem Budget von rund 2,4 Mio. € ausgebaut.

Quellmarktanalyse

Um effizient und koordiniert agieren zu können, wurde 2001 auf Basis einer eingehenden Analyse eine neue Quellmarktstruktur mit 12 Quellmärkten etabliert:

1. Österreich
2. Deutschland
3. Schweiz
4. Südeuropa (Italien, Malta und Griechenland)
5. Großbritannien (mit Irland)
6. Benelux-Staaten
7. Frankreich und Spanien (inklusive Lateinamerika)
8. Skandinavien (inklusive Baltische Staaten)
9. Zentraleuropa (Ungarn, Polen, Tschechien, Slowakei, sowie Slowenien und Kroatien)
10. GUS-Staaten (mit der Ukraine)
11. Nordamerika (USA und Kanada)
12. Fernmärkte (außer Nord- Und Südamerika)

Maßgeschneiderte Marketingleistungen

Im Zuge der neuen Struktur bietet die Österreich Werbung seit 2001 auch maßgeschneiderte Marketingleistungen an. Dazu wurde in Wien ein Sales Team etabliert, das als erste Anlaufstelle für alle Fragen rund um das neue Leistungsangebot der ÖW fungiert. Im Herbst 2001 wurde den Entscheidungsträgern und Opinion Leadern der österreichischen Tourismus- und Freizeitindustrie ein neuer Produktkatalog und eine umfassende Dienstleistungspalette präsentiert. Als Kunden konnten nicht nur alle Bundesländer gewonnen werden, sondern beispielsweise auch die Österreichischen Seilbahnen sowie eine Reihe von Regionen.

Die angebotenen Leistungspakete sind in sechs unterschiedliche Marketingbereiche gegliedert: Presse, Verkaufsförderung, Werbung und Direct Marketing, E-Commerce, Marktforschung sowie Know-how und Marktservice.

Zusammenarbeit mit starken Marken

Durch die intensive Zusammenarbeit mit Partnern aus Tourismus und Wirtschaft werden in Zukunft die vielfältigen Synergien noch besser genutzt und die Effizienz der Marketingmaßnahmen zur Positionierung der Marke "Österreich" weiter gesteigert. Strategische Allianzen und Kooperationsvereinbarungen konnten 2001 mit Agrana/Hellma, Almdudler, Austrian Airlines, Berglandmilch, der Brau Union Österreich, dem Österreichischen Skiverband, Swarovski und tele.ring geschlossen werden.

Neuer Auftritt im Internet

Im Juni 2001 stellt die Österreich Werbung ein gänzlich überarbeitetes und erweitertes Portal für den heimischen Tourismus vor. Damit ist Österreich online buchbar. Mit www.austria-tourism.com ist es der ÖW erstmals gelungen, alle relevanten Internet-Tourismus-Partner wie TIScover, Feratel, NetHotels, die Wirtschaftskammer Österreich und die Bundesländer auf eine Site zu bekommen. Die ÖW-Homepage ist damit zur wichtigsten Plattform für den österreichischen Tourismus geworden. Interessenten aus der ganzen Welt finden alles für ihren Österreich-Urlaub - von der Wetterinformation über den Veranstaltungskalender bis zum Hotelangebot. Täglich nutzen fast 10.000 Personen dieses Informationsangebot.

Neben internationalen Seiten, die in Deutsch und Englisch publiziert werden, sind 17 marktspezifische Seiten in 12 verschiedenen Sprachen auf die Bedürfnisse und Interessen der jeweiligen nationalen Zielgruppe abgestimmt.

Darüber hinaus werden Service-Leistungen und Produkte der ÖW, wie etwa aktuelle Daten über Märkte, Chancen und Trends im Tourismus, direkt über das Internet angeboten.

Anhang

Tabelle 1: **Genehmigte ERP- und TOP-Tourismus-Förderungskredite/Teil A (2001)**

Vorhaben	ERP		TOP	
	Anz.	Betrag in €	Anz.	Betrag in €
Um-, An- und Zubauten	17	17,125.683,--	75	85.565.976,--
Neubauten	2	4,860.000,--	3	4,648.503,--
Restaurants/Cafés			5	4,580.751,--
Infrastrukturprojekte			5	5,500.604,--
Beschneigungsanlagen	1	380.000,--	7	9,460.000,--
Personalwohnhäuser			1	980.000,--
g e s a m t	20	22,365.683,--	96	110,735.834,--
Regionale Streuung				
Wien			1	567.000,--
Niederösterreich	3	2,220.000,--	5	9,000.000,--
Burgenland	1	2,250.000,--	5	3,452.254,--
Oberösterreich	3	2,459.162,--	5	4,106.129,--
Steiermark			6	7,828.503,--
Salzburg	3	3,664.208,--	16	19,581.355,--
Kärnten	2	3,510.000,--	13	12,590.000,--
Tirol	8	8,262.313,--	37	45,421.039,--
Vorarlberg			8	8,189.554,--
g e s a m t	20	22.365.683,--	96	110,735.834,--

Tabelle 2: **Genehmigte TOP-Tourismus-Förderungszuschüsse/Teil A (2001)**¹⁸

Bundesland	Anzahl	Förderungszuschuss (für materielle Kosten) in €
Wien	14	286.040,--
Niederösterreich	32	309.368,--
Burgenland	22	221.874,--
Oberösterreich	38	397.377,--
Steiermark	36	470.869,--
Salzburg	50	780.711,--
Kärnten	36	302.072,--
Tirol	70	1,331.376,--
Vorarlberg	22	458.493,--
g e s a m t	320	4,558.180,--

Tabelle 3: **Anträge im Rahmen der TOP-Tourismus-„Software“-Programme**

Eingelangte TOP-Tourismus-Förderungsansuchen „Software“		
	1.1. – 31.12.2000	1.1. – 31.12.2001
TOP - Beratung & Ausbildung	9	23
TOP - Kooperation	26	19
TOP - Restrukturierung	39	49
g e s a m t	74	91

¹⁸ Beginn der Aktion 1.1.2001

Tabelle 4: **Genehmigte Beratungs- & Ausbildungsförderung**

Bundesland	Anzahl 2000	Förderungs- zuschuss 2000 in €	Anzahl 2001	Förderungs- zuschuss 2001 in €
Wien				
Niederösterreich				
Burgenland				
Oberösterreich	1	2.911,--	1	7.208,--
Steiermark			1	2.054,--
Salzburg	2	8.450,--	3	6.111,--
Kärnten				
Tirol	2	8.113,--	2	5.899,--
Vorarlberg				
Überregional	1	10.927,--		
g e s a m t	6	30.401,--	7	21.272,--

Tabelle 5: **Genehmigte Kooperationsförderung**

Bundesland	Anzahl 2000	Förderungs- zuschuss 2000 in €	Anzahl 2001	Förderungs- zuschuss 2001 in €
Wien				
Niederösterreich	2	57.283,--	2	60.323,--
Burgenland				
Oberösterreich			1	20.509,--
Steiermark			2	77.807,--
Salzburg	6	123.809,--	4	90.608,--
Kärnten	1	47.237,--	5	135.098,--
Tirol	3	112.550,--	2	27.333,--
Vorarlberg	2	30.856,--		
Überregional	4	115.006,--	3	106.619,--
g e s a m t	18	486.741,--	19	518.297,--

Tabelle 6: **Genehmigte Restrukturierungsförderung**

Bundesland	Anzahl 2000	Förderungs- zuschuss 2000 in €	Anzahl 2001	Förderungs- zuschuss 2001 in €
Wien				
Niederösterreich „Koop.Lackenhof“			4	206.682,--
Burgenland	1	33.575,--	1	80.122,--
Oberösterreich	2	200.577,--	2	84.555,--
Steiermark „Koop.Tauplitz“	7 9	416.234,-- 713.473,--	5	193.382,--
Salzburg	7	289.565,--	2	64.715,--
Kärnten	7	547.263,--	2	267.727,--
Tirol	5	649.586,--	4	419.649,--
Vorarlberg	3	116.670,--	2	180.228,--
g e s a m t	41	2,966.943,--	22	1,497.060,--

Tabelle 7: **Genehmigte Unternehmensneugründungen und -übernahmen 2001**¹⁹

Bundesland	Anzahl	Förderungszuschuss (für immaterielle Kosten) in €
Wien		
Niederösterreich		
Burgenland		
Oberösterreich	1	1.817,--
Steiermark		
Salzburg	1	508,--
Kärnten	1	6.105,--
Tirol		
Vorarlberg	1	1.599,--
g e s a m t	4	10.029,--

¹⁹ Beginn der Aktion 1.1.2001

Tabelle 8: **Garantien für den Tourismus**

	2000	2001
Bundesland	Eingelangte Ansuchen	Eingelangte Ansuchen
Wien	2	31
Niederösterreich	4	18
Burgenland		8
Oberösterreich	4	26
Steiermark	4	6
Salzburg		14
Kärnten	3	13
Tirol	6	34
Vorarlberg	1	5
g e s a m t	24	155
	Bewilligte Ansuchen	Bewilligte Ansuchen
Bewilligtes Garantievolumen	7,485.302,-- €	23,664.555,-- €
Garantien für TOP-Kredite		5
Garantien für ERP-Kredite	3	5
Garantien für Fremdkredite	2	13
Garantien für Restrukturierungen	5	9
Garantien für Beteiligungen		4
Kongressgarantien		3
g e s a m t	10	39

Tabelle 9: **Internet-Offensive des BMWA**²⁰

Bundesland	Eingelangte Ansuchen	Erledigte Ansuchen	Förderungszuschuss in €
Wien	3		
Niederösterreich	15	3	2.180,--
Burgenland			
Oberösterreich	5	2	1.095,--
Steiermark	5	2	1.343,--
Salzburg	21	6	4.101,--
Kärnten	22	8	5.814,--
Tirol	45	12	8.515,--
Vorarlberg	40	10	7.055,--
g e s a m t	156	43	30.103,--

²⁰ Beginn der Aktion August 2001

