



# LAGEBERICHT 2007

Bericht über die Lage der Tourismus-  
und Freizeitwirtschaft in Österreich 2007



# INHALT

<b>EINLEITUNG</b>	<b>1</b>
<b>EINLEITUNG</b>	<b>3</b>
<b>1 TOURISMUSPOLITIK</b>	<b>5</b>
<b>1.1 Tourismusausschuss des österreichischen Nationalrats</b>	<b>5</b>
<b>1.2 Tourismuspolitisches Querschnittsthema "Nachhaltigkeit"</b>	<b>6</b>
<b>2 TOURISMUS IN ÖSTERREICH - ZUSTANDSANALYSE</b>	<b>7</b>
<b>2.1 Wirtschaftliche und sozialpolitische Daten</b>	<b>7</b>
<b>2.2 Internationaler Ausblick</b>	<b>14</b>
<b>2.3 Entwicklungslinien der Branche</b>	<b>17</b>
2.3.1 Nachfrageseite	17
2.3.2 Angebotsseite	18
2.3.3 Tourismusdestination Österreich im internationalen Wettbewerb	19
2.3.4 Prognose 2008 und 2009	20
<b>2.4 Arbeitsmarkt</b>	<b>21</b>
2.4.1 Ein Job im Tourismus - attraktiv und zukunftsreich	23
2.4.2 Arbeitsschutz	24
2.4.3 Lohnerhöhung im Hotel- und Gastgewerbe	24
<b>2.5 Rechtliche Neuerungen</b>	<b>25</b>
2.5.1 Dienstleistungsrichtlinie	25
2.5.2 Übereinkommen über das auf vertragliche Schuldverhältnisse anzuwendende Recht ("Rom I")	26
2.5.3 Reisebürosicherungsverordnung - RSV	27
<b>2.6 Reisewirtschaft</b>	<b>28</b>
2.6.1 Reisebüros und Reiseveranstalter	28

2.6.2	Tourismus-Servicestelle im BMWA	28
<b>2.7</b>	<b>Statistik</b>	<b>30</b>
2.7.1	Tourismus-Satellitenkonto	30
2.7.2	T-MONA	32
2.7.3	Tourismus in Österreich 2007 - Ein Überblick in Zahlen	37
<b>3</b>	<b>STRATEGIEN / INITIATIVEN / ARBEITSFELDER</b>	<b>39</b>
<b>3.1</b>	<b>Studien</b>	<b>39</b>
<b>3.2</b>	<b>Ausgewählte Themen</b>	<b>40</b>
3.2.1	Modellregionen	40
3.2.2	Tourismusplattform Bund/Bundesländer	41
3.2.3	Nationalparks	42
3.2.4	Klimawandel	44
3.2.5	Creative Austria	45
3.2.6	Webmark HOTELLERIE	47
3.2.7	Export- und Kooperationsplattform für österreichisches Tourismus Know-how: <a href="http://www.tourism-knowhow.at">www.tourism-knowhow.at</a>	48
3.2.8	Architektur macht Gäste	49
3.2.9	Tourismus ohne Barrieren	50
3.2.10	(Universal) Design for All - ein intelligentes und nachhaltiges Planungskonzept	51
3.2.11	Staatspreis Tourismus 2007 "Garten Eden Österreich"	56
3.2.12	Die Bedeutung der heimischen Gärten für den österreichischen Tourismus und die Chancen für diesen	57
<b>3.3</b>	<b>Internationale Beziehungen</b>	<b>59</b>
3.3.1	Bilaterale Beziehungen	59
3.3.2	Welttourismusorganisation (UNWTO)	60
3.3.3	Organisation für wirtschaftliche Entwicklung und Zusammenarbeit (OECD)	63
3.3.4	Zentraleuropäische Initiative (ZEI)	64
<b>3.4</b>	<b>Europäische Union</b>	<b>64</b>
3.4.1	Europäische Kommission EK	66
3.4.2	EU Ratspräsidentschaften 2007 und 2008	69
3.4.3	Europäisches Parlament EP	70
3.4.4	Rechtliche Neuerungen	70

<b>4</b>	<b>WIRTSCHAFTLICHE LAGE DER BETRIEBE UND FÖRDERUNGEN</b>	<b>73</b>
<b>4.1</b>	<b>Wirtschaftliche Lage der Betriebe</b>	<b>73</b>
4.1.1	Die wirtschaftliche Lage der Hotellerie	73
4.1.2	Die wirtschaftliche Lage der Gastronomie	80
4.1.3	Die Insolvenzentwicklung in Hotellerie und Gastronomie	82
<b>4.2</b>	<b>Investitionen / Finanzierung</b>	<b>82</b>
4.2.1	Investitionen	82
4.2.2	Finanzierung - Die Entwicklung der Großkreditausleihungen	85
<b>4.3</b>	<b>Förderungen</b>	<b>86</b>
4.3.1	Organisation	86
4.3.2	Strategie	87
4.3.3	Förderungen im Wege der Österreichischen Hotel- und Tourismusbank Gesellschaft m.b.H. (ÖHT)	88
<b>4.4</b>	<b>Entwicklung der Insolvenzen im Tourismus</b>	<b>99</b>
<b>4.5</b>	<b>Die Produktivität im Beherbergungs- und Gaststättenwesen</b>	<b>102</b>
<b>5</b>	<b>ÖSTERREICH WERBUNG (ÖW)</b>	<b>109</b>
<b>5.1</b>	<b>Von der Marke zum Marketing</b>	<b>109</b>
<b>5.2</b>	<b>Die Sujets - Sommer 2008 Kampagne</b>	<b>112</b>





Bundesminister  
Martin Bartenstein

## EINLEITUNG

Der Tourismus trägt maßgeblich zum Wachstum der österreichischen Wirtschaft bei. Im vergangenen Jahr konnten mit über 31 Millionen Ankünften mehr Gäste als je zuvor in Österreich gezählt werden. 121,4 Millionen Nächtigungen sind ein beeindruckendes Indiz für die Bedeutung des Tourismus. Als bedeutende Säule der österreichischen Volkswirtschaft hat der Tourismus auch entscheidenden Einfluss auf Einkommen, Beschäftigung und regionale Entwicklung. Im Jahresdurchschnitt 2007 gab es knapp 170.000 unselbstständig Beschäftigte im Beherbergungs- und Gaststättenwesen, das sind 5,1 % aller unselbstständig Beschäftigten.

Tourismus ist als klassische Querschnittsmaterie eng mit wichtigen Bereichen wie Umweltschutz, Verkehr, Sicherheit, neuen Technologien, Bildung oder Kultur verknüpft. Gemeinsam mit den Bundesländern schafft der Bund hier geeignete Rahmenbedingungen für eine gedeihliche Entwicklung der Tourismuswirtschaft.


Die zunehmende Bedeutung des Tourismus wird auch durch die Einrichtung eines eigenen parlamentarischen Tourismusausschusses unterstrichen, aber auch durch die Schaffung einer hochrangigen Tourismusplattform Bund/Länder.

In Zeiten starker internationaler Vernetzungen ist die Mitarbeit Österreichs auch in internationalen Organisationen mit Tourismusbezug wichtig. Seit vielen Jahren bringen wir uns deshalb aktiv in die Welttourismusorganisation, die Welthandelsorganisation, die OECD und die Europäische Union ein.

Ökologische, ökonomische und soziokulturelle Nachhaltigkeit sind Grundpfeiler des österreichischen Tourismus. Denn mehr Nachhaltigkeit im touristischen Angebot bedeutet mehr Lebensqualität für die örtliche Bevölkerung und mehr Urlaubsqualität für unsere Gäste. In diesem Sinne ist Nachhaltigkeit auch ein wichtiger Bestandteil aller Tätigkeitsfelder der Tourismussektion. In einigen Kapiteln des vorliegenden Berichts wird direkt darauf Bezug genommen.

Mein Dank gilt all jenen, die Beiträge für diesen Bericht geliefert haben. Hinweisen möchte ich an dieser Stelle noch auf die gemeinsam mit der Statistik Austria und der Wirtschaftskammer Österreich zusammengestellte Broschüre "Tourismus in Österreich 2007. Ein Überblick in Zahlen". Nach der erstmaligen erfolgreichen Auflage im letzten Jahr wurde dieser Report auch heuer wieder mit aktuellen statistischen Informationen zum Tourismus in Österreich veröffentlicht, abrufbar auf der Homepage des BMWA unter [www.bmwa.gv.at/tourismus](http://www.bmwa.gv.at/tourismus) - Tourismusstatistik.

Ich wünsche allen im Tourismus Tätigen ein erfolgreiches Tourismusjahr 2008.

Handwritten signature of Markus Fischer, consisting of the name 'Markus' followed by a stylized 'Fischer'.





Staatssekretärin  
Christine Marek

## EINLEITUNG

Dieser Bericht gibt einen umfassenden Überblick über die Entwicklung des heimischen Tourismus und die wachsende Bedeutung des Tourismus als Arbeitgeber, speziell als Arbeitgeber für Frauen.

Über 9 % aller erwerbstätigen Frauen sind im Beherbergungs- und Gaststättenwesen beschäftigt. Im Tourismus sind fast doppelt so viele Frauen wie Männer tätig. Dies wird auch in Zukunft so bleiben, bilden Frauen doch in allen Ausbildungseinrichtungen den überwiegenden Teil - sei es bei Lehrlingen, Kollegs oder Fachhochschulen.

Gerade deswegen steht der Tourismus vor großen Herausforderungen. Um Frauen weiterhin verstärkt für den Tourismus gewinnen zu können, müssen familiengerechte und flexible Arbeitszeiten und den Bedürfnissen entsprechende Kinderbetreuungseinrichtungen ausgebaut werden.

Natürlich muss auch im Tourismus "gleicher Lohn für gleiche Arbeit" gelten.

Es ist erfreulich, dass der Anteil von Frauen in Führungspositionen im Vergleich zu anderen Sparten mit 30 % relativ hoch ist, dennoch herrscht auch hier noch Handlungsbedarf.

Um dem prognostizierten Arbeitskräftemangel im Tourismus begegnen zu können, ist es insgesamt erforderlich, das Image und die Rahmenbedingungen der touristischen Berufe zu verbessern.

Der vorliegende Bericht soll dazu beitragen, die Herausforderungen des Tourismus rechtzeitig zu erkennen und gemeinsam an Lösungen zu arbeiten.

A handwritten signature in blue ink that reads "Christine Marek".



---

# 1 TOURISMUSPOLITIK

## 1.1 Tourismusausschuss des österreichischen Nationalrats

### Grundsätzliches zu Ausschüssen

Zur Vorberaterung der parlamentarischen Verhandlungsgegenstände werden Ausschüsse gewählt. Der Nationalrat setzt die Zahl der Mitglieder und Ersatzmitglieder jedes zu wählenden Ausschusses fest. Die Mitglieder und Ersatzmitglieder werden auf die Klubs im Verhältnis der Zahl der ihnen angehörenden Abgeordneten nach den in der Geschäftsordnung festgelegten Grundsätzen verteilt. Die Klubs machen die auf sie entfallenden Ausschuss- und Ersatzmitglieder dem/der Präsident/in namhaft; diese gelten damit als gewählt. Ausschussberatungen sind in der Regel nicht öffentlich.

Für jeden größeren Sachbereich wird zu Beginn einer Gesetzgebungsperiode ein eigener Ausschuss gewählt. Das arbeitsteilige System ermöglicht es den Abgeordneten, sich auf die Materien der Ausschüsse, denen sie angehören, zu spezialisieren. Mit ihrer Fachkompetenz wirken sie dann auch in ihrem jeweiligen Klub meinungsbildend.

### Tourismusausschuss

In dieser Legislaturperiode (XXIII) wurde nun erstmals ein eigener Tourismusausschuss eingesetzt. Damit wird die Bedeutung des Tourismus für die österreichische Volkswirtschaft auch auf parlamentarischer Ebene dargestellt und gewürdigt.

Der Ausschuss setzte sich die Aufgabe, tourismusrelevante Themen meinungsbildend zu bearbeiten und "den Ausschuss als Instrument zur Lösung der dringendsten Fragen bestmöglich zu nutzen".

Die erste Sitzung fand am 29. November 2006 statt, weitere folgten am 21. März 2007, 20. Juni 2007, 10. Oktober 2007, 23. Jänner 2008 und am 27. Mai 2008.

Folgende Themen wurden schwerpunktmäßig behandelt:

- ▶ Berichte des Bundesministers für Wirtschaft und Arbeit über die Lage der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Österreich 2005 und 2006,
- ▶ grundsätzliche Fragen und Strategien für den österreichischen Tourismus wie Modellregionen, Ganzjahrestourismus, "Masterplan", Förderfragen, Österreich Werbung, Klimawandel.

---

Der Ausschuss setzte sich zum Ziel, alle Entschließungsanträge einstimmig zu beschließen, um dazu beizutragen, die Zukunft des österreichischen Tourismus auf möglichst breiter, konsensueller Ebene mitzugestalten.

Zu folgenden Themen wurden Entschließungsanträge beschlossen:

- ▶ Masterplan Tourismus,
- ▶ Stärkung des Ganzjahrestourismus vor dem Hintergrund verstärkten Klimawandels,
- ▶ Verstärkung der touristischen Vermarktung der österreichischen Nationalparks durch die Österreich Werbung,
- ▶ Informations-One-Stop-Shop für klimarelevante Förderungen.

Eine parlamentarische Enquete zum Thema "Klimawandel - Chancen und Herausforderungen für den österreichischen Tourismus?" fand am 24. Mai 2007 statt.

Die Mitglieder des Tourismusausschusses sowie weitere Informationen über die Tätigkeiten des Ausschusses finden Sie auf der Homepage des Parlaments unter <http://www.parlament.gv.at/PG/AUS/NR/AUS/TO/XXIII.shtml>

## 1.2 Tourismuspolitisches Querschnittsthema "Nachhaltigkeit"

Der intakte Natur- und Lebensraum ist ein wichtiger Wettbewerbsvorteil des österreichischen Tourismus. Diesen zu erhalten und auf die ökologischen, ökonomischen und soziokulturellen Gegebenheiten zu achten, ist wichtigstes Ziel eines nachhaltigen Tourismus. Es gilt dabei, regional vorhandene Wirtschaftspotenziale in die touristische Entwicklung einzubinden sowie tourismusrelevante Maßnahmen in enger Kooperation mit Akteuren der Tourismus- und Freizeitwirtschaft (von den politischen Tourismusverantwortlichen, Reisebüros, Verbänden bis zu den Betroffenen und Konsument/innen) zu planen und umzusetzen. Die Regierung bzw. das Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit (BMWA) unterstützt nachhaltigen Tourismus seit Jahren. Das Thema Nachhaltigkeit ist seit Jahren integrierter Bestandteil aller Tätigkeitsfelder der Tourismussektion.

In diesem Bericht werden beispielhaft die Themen Nationalparks, Radtourismus und Klima behandelt, auch das Thema "EDEN", ein europaweiter Wettbewerb, widmet sich diesem Thema.

---

## 2 TOURISMUS IN ÖSTERREICH - ZUSTANDSANALYSE

### 2.1 Wirtschaftliche und sozialpolitische Daten

Die Gesamteinnahmen im österreichischen Tourismus beliefen sich im Jahr 2006 laut TSA-Konzept auf 28,99 Mrd. EUR (+ 3,6 %), wobei 50,9 % auf ausländische und 45,8 % auf inländische Besucher/innen entfielen, die Aufwendungen der Inländer/innen im Zuge des Aufenthaltes am Zweitwohnsitz bzw. im Wochenendhaus machten 3,3 % aus. Im Jahr 2007 dürften die Gesamteinnahmen um 5 % gestiegen sein, so dass ein Ausgabenvolumen von 30,43 Mrd. EUR realisiert werden konnte.

Die Ausgaben der inländischen Besucher/innen in Österreich erreichten 2006 ein Volumen von 13,26 Mrd. EUR (+ 4,4 %). Davon waren 77,8 % bzw. 10,32 Mrd. EUR den Aufwendungen für Urlaubsreisen zuzurechnen, wobei hier die Ausgaben der übernachtenden Gäste mit 62,4 % (6,44 Mrd. EUR) jene der Tagesbesucher/innen (37,6 % bzw. 3,88 Mrd. EUR) überwogen (Übersicht 1). Im Jahr 2007 dürften die Aufwendungen der inländischen Besucher/innen um 5,9 % auf 14,05 Mrd. EUR angestiegen sein.

Für Dienst- und Geschäftsreisen gaben die Österreicher/innen 2,94 Mrd. EUR (+ 6,6 %) aus, wobei hier Tagesbesuchern und Übernachtungsgästen in etwa ähnliches Gewicht zukam.

Während ihres Aufenthaltes in Wochenendhäusern und Zweitwohnungen gaben die Österreicher/innen 2006 rund 955 Mio. EUR (+ 3,6 %) aus. Dieser Wert beinhaltet nur die laufenden Kosten; unter Berücksichtigung der Investitionskosten und Grundstückskäufe würde die betreffende Ausgabenposition noch deutlich höher ausfallen.

*Im vorliegenden Bericht konnte die touristische Wertschöpfung im Jahr 2007 auf Basis des Tourismus-Satellitenkontos (TSA) nicht berücksichtigt und interpretiert werden, da das TSA für Österreich nur alle zwei Jahre erstellt wird. Zu wichtigen Eckwerten des Tourismus-Satellitenkontos auf der Ausgabenseite konnten jedoch Schätzungen für das Jahr 2007 vorgenommen werden, eine Abschätzung der touristischen Wertschöpfung war hingegen nicht möglich.*

*Ein weiterer Bestandteil des Lageberichtes ist die Ermittlung und Analyse der Ausgabenstrukturen in- und ausländischer Tourist/innen in Österreich sowie der Struktur der Aufwendungen der Österreicher/innen für den Freizeitkonsum am Wohnort.*

Dies ist jedoch im vorliegenden Bericht aus statistischen Gründen nicht möglich. Die Ursachen hierfür liegen in der im Frühjahr 2008 durchgeführten Revision der Zahlungsbilanz und der notwendigen Anpassungen bzw. Abstimmungen in der Konsumstatistik, die im Laufe des Jahres 2008 von Statistik Austria durchgeführt werden. Mit dem Lagebericht 2008 soll es wieder möglich sein, die Ausgabenstrukturen zu ermitteln und zu analysieren.

Übersicht 1: Aufwendungen für Tourismus und Freizeitwirtschaft in Österreich								
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2007	Ø 2002/ 2007
	Mio. €						Veränderung p. a. in %	
1. Aufwendungen ausländischer Besucher/innen <sup>1)</sup>	12.964,6	13.246,4	13.611,7	14.359,9	14.769,2	15.404,3	+4,3	+3,5
1.1 Übernachtende Tourist/innen	11.471,8	11.745,0	12.088,8	12.738,5	13.047,1	.	.	.
1.2 Tagesbesucher/innen	1.492,9	1.501,4	1.522,9	1.621,4	1.722,1	.	.	.
2. Aufwendungen inländischer Besucher/Innen	11.356,8	11.699,5	11.993,2	12.702,4	13.262,5	14.045,0	+5,9	+4,3
2.1 Übernachtende Tourist/innen	6.673,3	6.971,1	6.960,0	7.412,3	7.924,8	.	.	.
2.1.1 Urlaubsreisende <sup>2)</sup>	5.534,7	5.747,0	5.854,8	6.096,1	6.441,0	.	.	.
2.1.2 Geschäftsreisende	1.138,6	1.224,1	1.105,2	1.316,2	1.483,8	.	.	.
2.2 Tagesbesucher/innen	4.683,5	4.728,4	5.033,2	5.290,1	5.337,7	.	.	.
2.2.1 Urlaubsreisende	3.334,1	3.351,0	3.575,9	3.846,3	3.880,3	.	.	.
2.2.2 Geschäftsreisende	1.349,3	1.377,4	1.457,3	1.443,9	1.457,4	.	.	.
3. Aufwendungen der Inländer/innen in Wochenendhäusern und Zweitwohnungen	881,6	887,7	902,7	921,9	954,9	985,5	+3,2	+2,3
Gesamtausgaben laut TSA-Konzept (1+2+3)	25.203,1	25.833,6	26.507,6	27.984,1	28.986,6	30.434,8	+5,0	+3,8
4. Aufwendungen der Inländer/innen in Österreich für den Freizeitkonsum am Wohnort	19.319,7	19.988,6	21.020,7	21.250,0	23.271,0	24.015,6	+3,2	+4,4
5. Aufwendungen der Inländer/innen für Auslandsreisen <sup>1) 3)</sup>	10.810,8	11.400,7	10.860,5	11.092,8	12.085,6	12.681,3	+4,9	+3,2
Aufwendungen für Tourismus und Freizeitwirtschaft in Österreich (1+2+3+4)	44.522,8	45.822,2	47.528,3	49.234,1	52.257,6	54.450,4	+4,2	+4,1
Aufwendungen der Inländer/innen für Tourismus und Freizeitwirtschaft in Österreich (2+3+4)	31.558,2	32.575,8	33.916,6	34.874,2	37.488,4	39.046,1	+4,2	+4,4
Aufwendungen der Inländer/innen für Tourismus und Freizeitwirtschaft insgesamt (2+3+4+5)	42.369,0	43.976,5	44.777,1	45.967,0	49.574,0	51.727,4	+4,3	+4,1

Q: OeNB, Statistik Austria, VGR, WIFO. 2002-2005: endgültig (revidiert), 2006 und 2007: vorläufig. – <sup>1)</sup> Einschließlich des internationalen Personentransportes. Aufgrund des unterschiedlichen Revisionszeitpunktes können die Daten laut TSA von jenen laut Zahlungsbilanz abweichen. – <sup>2)</sup> Einschließlich Aufwendungen im Zuge von Kuraufenthalten. – <sup>3)</sup> Urlaubs- und Geschäftsreisen.

Insgesamt machten die Tourismusausgaben der In- und Ausländer/innen nach dem TSA-Konzept (einschließlich der Dienst- und Geschäftsreisen) zusammen mit den Freizeitaufwendungen der Inländer/innen am Wohnort im Jahr 2006 ein Volumen von 52,26 Mrd. EUR (+ 6,1 %) aus. 2007 expandierte die Tourismus- und Freizeitwirtschaft um 4,2 % und erreichte damit ein Volumen von 54,45 Mrd. EUR.

Die Ausgaben der Österreicher/innen für Auslandsreisen (Tourismusimporte) beliefen sich 2006 auf 12,09 Mrd. EUR (+ 8,9 %) und stiegen im Jahr 2007 um 4,9 % auf 12,68 Mrd. EUR.

Der Überschuss in der Reiseverkehrsbilanz belief sich 2006 auf 2,68 Mrd. EUR, 2007 erreichte er 2,72 Mrd. EUR (+ 1,5 %).

Die saisonale Entwicklung im Tourismusjahr 2006/07 verlief differenziert: Trotz des empfindlichen Schneemangels konnte in der Wintersaison 2006/07 eine leichte Umsatzsteigerung von knapp 1 % realisiert werden, wobei die Aufwendungen der inländischen Gäste stärker expandierten (+ 2,5 %) als jene der ausländischen Urlauber/innen (+ 0,5 %). Der Nachfragerückgang in der schneearmen Wintersaison 2006/07 traf vor allem Westösterreich: So sanken die Nächtigungen in den Bundesländern Salzburg, Tirol und Vorarlberg insgesamt um 2,4 %, in der Steiermark wurde ein leichter Rückgang von 0,6 % verzeichnet. Die deutlich geringer vom Wintersport abhängigen übrigen Bundesländer erzielten insgesamt ein Nächtigungsplus von 4,1 %. Auch der relativ wetterunabhängige Städtetourismus erreichte mit + 3,2 % einen deutlichen Zuwachs (trotz der durch die EU-Präsidentschaft und das Mozartjahr gegebenen Sondereffekte im Jahr 2006, die insbesondere in Wien und Salzburg wirksam waren (Wintersaison 2005/06: + 9,3 % bzw. + 14,5 %)), wogegen im ländlichen Raum die Nachfrage um 1,4 % zurückging. Von den größeren Städten zeigten in der Wintersaison 2006/07 insbesondere Innsbruck (+ 3,3 %) und Salzburg (+ 6,0 %) überdurchschnittliche Zuwächse.

Unabhängig von der Nutzung der Expansionsmöglichkeiten birgt die starke Abhängigkeit vom Wintersport ein erhebliches Risiko in Form der globalen Erwärmung (Smeral, 2007):

- ▶ Infolge der hohen Korrelation zwischen Temperatur und Dauer der Schneedeckelage bedeutet ein signifikanter Anstieg der Temperatur auch gleichzeitig eine verkürzte Zeitspanne der geschlossenen Schneedecke. Ebenso würde eine Verschiebung der Schneedecke in höhere Lagen stattfinden.
- ▶ Wichtige Effekte der Erwärmung wären eine stärkere Konzentration auf hochgelegene Gebiete und eine Saisonverkürzung. Der starke Nachfragedruck würde die Fixierung von Besucherobergrenzen notwendig machen. Der Schisport würde damit den Charakter des Massensports verlieren und aufgrund der starken Verteuerung zunehmend elitär werden. Der Erschließungsdruck würde steigen, so dass ökologisch sensible Gebiete eine erhöhte Belastung verkraften müssten.

- 
- ▶ Die möglichen Auswirkungen der Erwärmung reichen von der wintersportrelevanten Freizeit- und Sportartikelindustrie bis zur Leistungsbilanz, die stark positiv vom Tourismus beeinflusst wird. Regionalwirtschaftlich wären durch den Temperaturanstieg vor allem die vielen alpinen Gebiete betroffen, die durch die Entwicklung des Wintertourismus einen bedeutenden Wirtschaftsfaktor aufgebaut haben. Für diese stellt der Wintertourismus die Existenzgrundlage dar, da für andere Produktionsformen keine nennenswerten oder nur sehr begrenzte Möglichkeiten vorhanden sind.
  - ▶ Mit künstlicher Schneeproduktion kann der Entwicklung nur in Grenzen entgegen gewirkt werden. Da ein Großteil der österreichischen Wintersportorte auf relativ geringer Seehöhe liegt, sind Maßnahmen zu erarbeiten, die auch andere Standbeine als den Wintersport ins Auge fassen.

Im Gegensatz zur Wintersaison konnte im Sommer 2007 mit + 6,3 % (real + 3,7 %) ein deutlicher Umsatzzuwachs erzielt werden.

Gegenläufig zur bisherigen Tendenz stieg in der Sommersaison 2007 die Nächtigungsnachfrage in den Städten (+1,4%) deutlich schwächer als im übrigen Österreich (+ 3,6 %), wobei auch hier wieder die vor allem in den Städten Wien und Salzburg positiv wirkenden Sondereffekte des Jahres 2006 berücksichtigt werden müssen (die österreichische EU-Präsidentschaft ging mit 30. Juni 2006 zu Ende und das Mozartjahr zählt als ganzjähriges Ereignis). Die Stadt Salzburg verzeichnete in der Sommersaison 2007 gegenüber den Vergleichswerten des Vorjahres einen Rückgang von 6,1 %, die Bundeshauptstadt Wien erreichte im Vergleich zu einem deutlich höheren Trendwachstum nur eine schwache Steigerung von 2,5 %. Kräftige Zuwächse wurden in Bregenz (+ 18,1 %), Eisenstadt (+ 15,8 %), Innsbruck (+ 4,9 %) und Graz (+ 4,8 %) realisiert.

Die saisonale Struktur der Übernachtungen nach der Herkunft gibt Aufschluss über die Winter- oder Sommerpräferenz der Österreich-Urlauber/innen (Übersicht 2): So zählten im Tourismusjahr 2006/07 vor allem die Gäste aus Kroatien, Litauen, Irland, Polen, Russland, Südafrika, Lettland, Dänemark und Slowenien zu den typischen Wintertourist/innen. 70 % der Nächtigungen dieser Märkte entfielen auf die Wintersaison.

Die typischen Sommertourist/innen kamen 2007 hingegen vorrangig aus den arabischen Ländern Asiens, Indien, Malta, Taiwan, Südkorea, Spanien, Kanada, Neuseeland, Zentral- und Südamerika sowie den USA. Mehr als zwei Drittel der Nächtigungen dieser Märkte im Tourismusjahr 2006/07 entfielen auf die Sommersaison. Von den zwölf neuen EU-Mitgliedern zeigen nur Malta und Zypern eine deutliche Sommerpräferenz, die Gäste aus den übrigen zehn Ländern bevorzugen - ebenso wie die Gäste aus der Ukraine - einen Winterurlaub in Österreich.



**Übersicht 2: Herkunft der Winter- und Sommertourist/innen in Österreich,  
Anteil an den Übernachtungen im Tourismusjahr 2006/07**

Wintersaison 2006/07	In %	Sommersaison 2007	In %
Kroatien	80,41	Arabische Länder in Asien <sup>1)</sup>	85,14
Litauen	76,93	Indien	70,15
Irland	74,20	Malta	69,26
Polen	74,03	Taiwan	68,47
Russland	73,35	Südkorea	68,29
Südafrika	72,92	Spanien	68,25
Lettland	72,44	Kanada	67,89
Dänemark	70,26	Neuseeland	67,82
Slowenien	70,04	Zentral u. Südamerika <sup>2)</sup>	66,78
Ukraine	68,78	USA	66,74
Slowakei	67,22	Portugal	64,03
Tschechien	66,73	Frankreich	62,92
Ungarn	66,43	Zypern	62,81
Island	63,57	China	62,71
Vereinigtes Königreich	62,80	Italien	62,36
Griechenland	62,58	Japan	60,90
Luxemburg	62,01	Australien	60,80
Niederlande	60,82	Israel	60,76
Schweden	60,61	Schweiz und Liechtenstein	58,18
Estland	60,41	Österreich	58,10
Rumänien	54,34	Südostasien <sup>3)</sup>	56,61
Belgien	53,93	Ehem. Jugoslawien <sup>4)</sup>	51,17
Norwegen	52,79	Türkei	50,78
Finnland	51,68		
Bulgarien	50,61		
Deutschland	50,58		

Q: Statistik Austria, eigene Berechnungen. – <sup>1)</sup> Bahrein, Irak, Jemen, Jordanien, Katar, Libanon, Oman, Saudi-Arabien, Syrien, Vereinigte Arabische Emirate. – <sup>2)</sup> Einschließlich Argentinien, Brasilien und Mexiko. – <sup>3)</sup> Indonesien, Malaysia, Nordkorea, Singapur und Thailand. – <sup>4)</sup> Bosnien-Herzegowina, Mazedonien, Serbien und Montenegro.

Die Grundlage zur Beurteilung der Entwicklung der Saisonalität auf nationaler und regionaler Ebene bilden die Anteile der monatlichen Übernachtungen am Kalenderjahr, auf deren Basis jeweils der Variationskoeffizient für die einzelnen Jahre berechnet wurde. Wie aus Übersicht 3 hervorgeht, zeichnet sich ein Trend zu einer ausgewogeneren Nachfrage ab, da die Variationskoeffizienten im Zeitverlauf gesunken sind, d. h. die Saisonalität zurückgegangen ist. Eine differenzierte Betrachtung nach Bundesländern zeigt, dass bei den Österreich-Urlaubern aus dem Ausland die Saisonalität im langfristigen Vergleich seit 1990 vor allem in den tourismusintensiven Bundesländern Salzburg, Tirol und Vorarlberg zunahm, während sie im übrigen Bundesgebiet rückläufig war.

Im Kalenderjahr 2007 ist die Zahl der Nächtigungen inländischer Urlauber/innen mit + 2,7 % stärker gestiegen als die der ausländischen Gäste (+ 1,3 %; Übersicht 4). Von den im internationalen Reiseverkehr wichtigen Herkunftsmärkten mussten insbesondere deutliche Einbußen bei Gästen aus Deutschland (- 1,3 %), Frankreich (- 3,0 %), Italien (- 3,1 %), Schweden (- 2,3 %), den USA (- 2,6 %) und Japan (- 15,5 %) hingenommen werden. Kräftige Zugewinne gab es dagegen bei Gästen aus den zwölf neuen EU-Ländern (+ 17,1 %), während die Nachfrage aus der EU 15 stagnierte (- 0,1 %). Weiterhin steigende Tendenz zeigte das Nächtigungsvolumen der Gäste aus Russland (+ 24,7 %) und der Ukraine (+ 13,8 %).

<b>Übersicht 3: Regionale Entwicklung der Saisonalität</b>										
	Burgen- land	Kärnten	Nieder- österreich	Ober- österreich	Salzburg	Steier- mark	Tirol	Vorarl- berg	Wien	Österreich insgesamt
Variationskoeffizienten <sup>1)</sup> der monatlichen Nächtigungsanteile am Kalenderjahr										
Inländer										
1990	68,18	111,16	33,00	46,11	54,06	40,05	47,35	40,39	19,23	45,73
1995	66,62	102,02	27,87	40,24	59,40	39,36	51,50	43,36	16,14	43,88
2000	59,33	92,05	25,82	35,12	57,43	33,39	45,61	35,34	14,12	38,90
2005	48,35	77,11	21,48	30,49	49,39	27,30	37,06	38,83	15,21	31,66
2006	40,24	74,08	21,27	28,05	47,23	26,79	34,22	36,44	17,56	29,26
2007	42,38	73,36	21,13	27,88	41,58	26,64	32,97	36,81	17,31	29,34
Ausländer										
1990	117,03	119,00	63,48	83,89	52,73	48,84	51,69	50,24	39,75	54,09
1995	111,09	109,57	55,75	73,37	55,21	47,07	52,91	53,53	31,36	50,15
2000	99,97	97,89	48,98	65,94	56,86	44,82	53,33	56,88	30,23	47,32
2005	92,39	88,66	44,77	56,21	62,59	45,83	62,59	64,60	25,72	51,38
2006	86,37	81,93	39,08	53,25	55,86	41,45	55,98	57,14	23,96	45,38
2007	85,83	80,84	39,49	52,04	55,61	41,17	54,13	53,14	24,75	44,59
Insgesamt										
1990	89,67	116,55	44,09	64,44	51,04	42,81	51,19	48,82	35,62	51,76
1995	80,42	106,73	37,00	55,49	54,37	40,97	52,50	51,78	27,68	47,77
2000	69,11	95,29	33,08	47,73	55,21	34,83	52,19	53,53	25,88	43,22
2005	58,55	84,01	29,72	41,26	58,78	31,70	60,23	61,19	22,76	44,50
2006	50,67	78,60	27,06	38,47	53,10	29,53	53,78	54,23	21,60	39,20
2007	52,12	77,59	27,30	37,74	51,84	29,22	51,80	50,67	22,09	38,37

Q: Statistik Austria, eigene Berechnungen. – <sup>1)</sup> Standardabweichung in Prozent des arithmetischen Mittels.

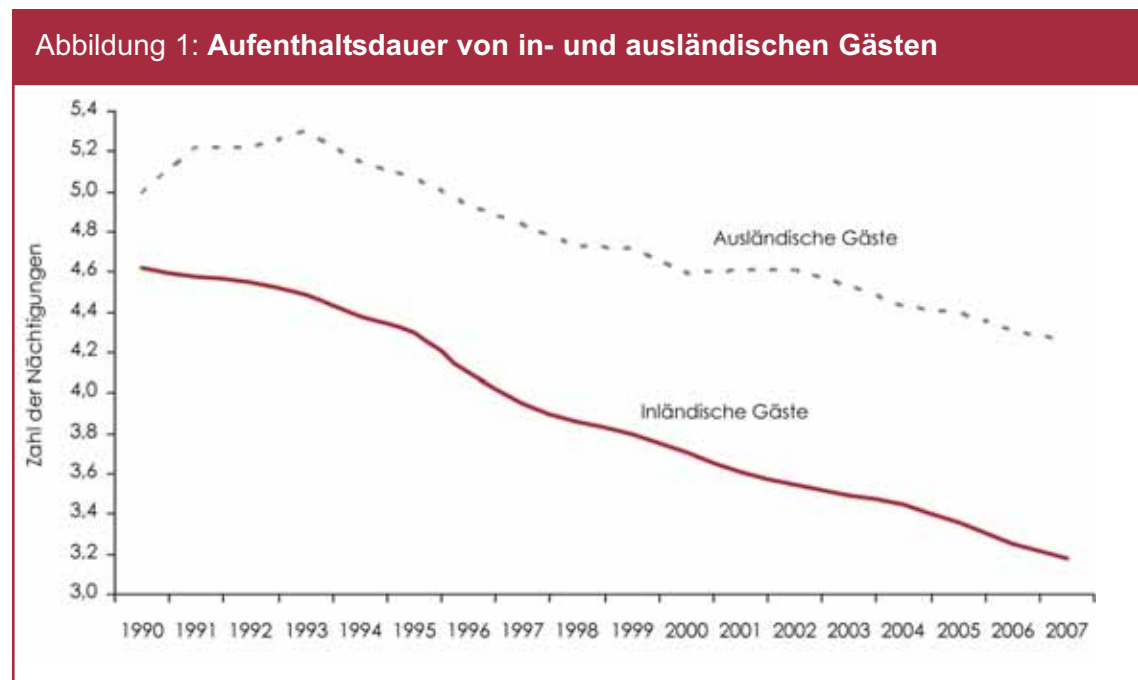
Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer ist im Kalenderjahr 2007 aufgrund der anhaltenden Tendenz zu Kurzurlauben weiterhin gesunken (- 1,5 %), so dass die Zahl der Nächtigungen trotz relativ kräftiger Zuwächse bei den Ankünften (+ 3,3 %; 31,13 Mio.) nur leicht expandierte (+ 1,7 %; 121,42 Mio.).

## Übersicht 4: Übernachtungen in Österreich nach der Herkunft

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2007	Ø 2000/ 2007
	In 1.000									Veränd. in % p. a.
Insgesamt	113.686	115.111	116.804	117.967	117.251	119.242	119.403	121.417	+1,7	+0,9
Inland	31.021	31.335	30.859	31.561	31.329	31.501	32.130	32.998	+2,7	+0,9
Ausland	82.665	83.776	85.945	86.406	85.922	87.741	87.274	88.419	+1,3	+1,0
EU 27 <sup>1)</sup>	.	.	.	.	.	78.219	77.294	78.048	+1,0	.
EU 25 <sup>1)</sup>	.	.	.	.	.	77.920	76.842	77.291	+0,6	.
EU 20 (EU 15 und MOEL 5) <sup>1)</sup>	74.045	75.228	77.224	77.490	76.502	77.743	76.593	76.996	+0,5	+0,6
EU 15 <sup>1)</sup>	71.524	72.539	74.377	74.328	73.105	74.019	72.551	72.493	-0,1	+0,2
Deutschland	52.334	52.786	53.499	52.805	50.987	51.028	48.792	48.151	-1,3	-1,2
Niederlande	7.376	7.682	8.221	8.518	8.454	8.686	8.765	9.087	+3,7	+3,0
Vereinigtes Königreich	3.066	3.037	3.238	3.200	3.423	3.602	3.786	3.931	+3,8	+3,6
Italien	2.534	2.684	2.813	3.004	3.056	3.119	3.153	3.055	-3,1	+2,7
Belgien und Luxemburg	2.216	2.265	2.388	2.481	2.510	2.637	2.685	2.755	+2,6	+3,2
Frankreich	1.461	1.443	1.562	1.612	1.736	1.664	1.753	1.701	-3,0	+2,2
Dänemark	879	953	980	988	1.026	1.159	1.310	1.445	+10,3	+7,3
Schweden	678	650	649	627	661	695	727	711	-2,3	+0,7
Spanien	452	469	437	469	560	632	660	678	+2,6	+6,0
Finnland	174	187	180	183	211	246	251	248	-1,3	+5,2
Griechenland	169	171	178	196	195	225	254	270	+6,2	+6,9
Irland (Republik)	123	153	170	185	215	253	332	364	+9,4	+16,7
Portugal	62	57	61	60	71	73	82	98	+19,9	+6,7
12 neue EU-Länder	.	.	.	.	.	4.201	4.743	5.555	+17,1	.
10 neue EU-Länder (Beitritt 2004)	.	.	.	.	.	3.902	4.291	4.798	+11,8	.
MOEL 5	2.521	2.688	2.847	3.163	3.397	3.725	4.041	4.504	+11,4	+8,6
Ungarn	729	788	859	1.009	1.150	1.296	1.399	1.511	+8,0	+11,0
Tschechien	685	760	787	922	1.043	1.133	1.236	1.391	+12,5	+10,6
Polen	755	791	839	830	764	820	894	1.037	+16,0	+4,6
Slowenien	201	189	197	216	219	244	249	270	+8,2	+4,3
Slowakei	151	160	164	185	220	232	263	295	+12,2	+10,1
Estland	.	.	.	.	.	39	50	52	+4,1	.
Lettland	.	.	.	.	.	55	80	95	+18,8	.
Litauen	.	.	.	.	.	53	76	104	+36,8	.
Zypern	.	.	.	.	.	13	18	21	+15,1	.
Malta	.	.	.	.	.	16	25	22	-12,8	.
2 neue EU-Länder (Beitritt 2007)	132	160	.	.	.	299	452	757	+67,5	+28,4
Bulgarien <sup>2)</sup>	46	65	.	.	.	68	89	121	+35,9	+14,7
Rumänien <sup>2)</sup>	86	95	.	.	.	230	363	636	+75,2	+33,2
Schweiz	2.892	3.092	3.284	3.540	3.564	3.514	3.579	3.701	+3,4	+3,6
Übersee	2.917	2.524	2.236	2.123	2.429	2.457	2.584	2.456	-4,9	-2,4
USA	1.876	1.580	1.341	1.249	1.417	1.389	1.498	1.458	-2,6	-3,5
Japan	584	528	482	457	531	566	539	456	-15,5	-3,5
Australien und Neuseeland	279	241	241	243	294	309	331	318	-3,8	+1,9
Kanada	178	176	172	174	188	193	217	224	+3,7	+3,4
China	.	.	.	.	237	249	253	245	-3,0	.
Indien/Südasien <sup>3)</sup>	58	48	58	49	61	71	88	89	+0,3	+6,3
Russland	.	.	.	.	.	530	631	787	+24,7	.

Q: Statistik Austria. – <sup>1)</sup> Ohne Österreich. – <sup>2)</sup> November 2002 bis Oktober 2004; keine Erhebung. – <sup>3)</sup> Bis Oktober 2004: Indien, Pakistan, Afghanistan, Bangladesch, Butan, Sri Lanka, Iran, Malediven, Nepal; ab November 2004: Indien.

Bei den inländischen Gästen fällt die relativ kräftige Steigerung der Zahl der Ankünfte (+ 5,0 %; 2006: + 5,2 %) und der gleichzeitige deutliche Rückgang der Aufenthaltsdauer (- 2,1 %; 2006: - 3,1 %) auf. Bei den ausländischen Tourist/innen ist diese Diskrepanz mit einem Wachstum des Ankünftevolumens von + 2,5 % (2006: + 1,6 %) und einem Rückgang der Aufenthaltsdauer um 1,1 % (2006: - 2,1) wesentlich geringer. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer betrug im Jahr 2007 für inländische Gäste 3,2 Nächte, ausländische Gäste blieben um mehr als eine Nacht länger (4,3 Nächte; Abbildung 1).



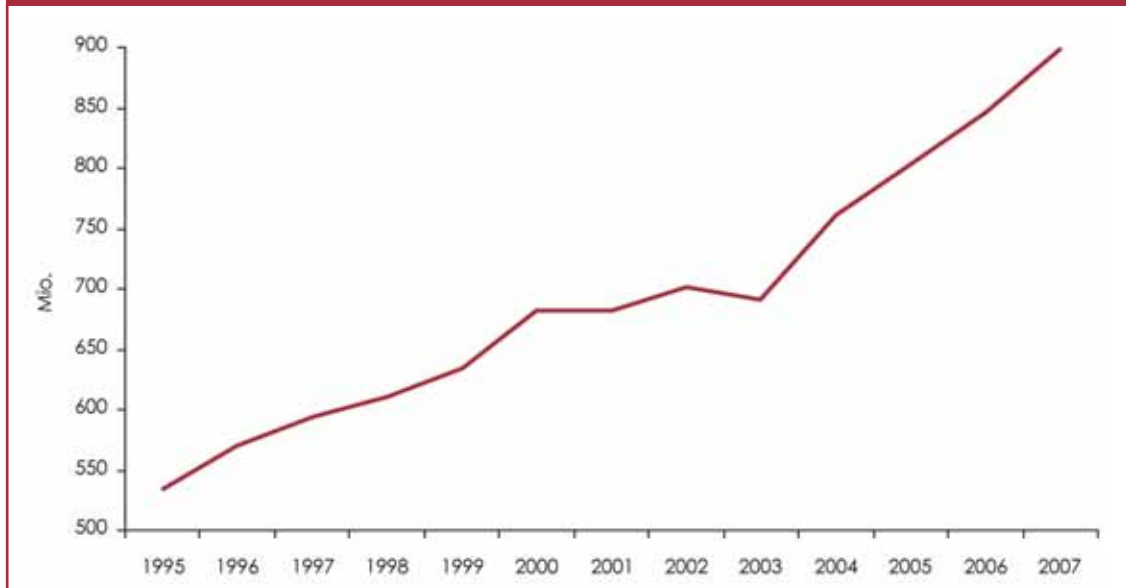
Q: Statistik Austria.

## 2.2 Internationaler Ausblick

Nach 5,4 % Wachstum im Jahr 2006 expandierte der Welttourismus - gemessen an den internationalen Touristenankünften - im Vorjahr mit 6,1 % neuerlich kräftig und erreichte mit 898 Mio. Ankünften knapp die 900 Mio.-Grenze<sup>1)</sup>. Damit liegt die Expansionsrate des internationalen Tourismus knapp unter dem kräftigen Wachstum seit 2003 (+ 6,8 % pro Jahr), nachdem zwischen 2000 und 2003 die Entwicklung stagnierte. Längerfristiger betrachtet befindet sich der Welttourismus zur Zeit in einer sehr rasch wachsenden Phase, da in der Periode 1995/2000 mit + 5 % pro Jahr schwächere Zuwächse erzielt wurden (Abbildung 2).

<sup>1)</sup> World Trade Organization, World Tourism Barometer, 2008, 6(1).

Abbildung 2: Entwicklung der internationalen Tourist/innenankünfte



Q: World Tourism Organization (UNWTO).

Die stärksten Zuwächse der internationalen Ankünfte verzeichneten 2007 der Mittlere Osten (+ 13,4 %), Asien und das Pazifische Becken (+ 10,2 %) sowie Afrika (+ 7,9 %). Deutlich schwächer expandierten Amerika (einschließlich Karibik + 4,7 %) und Europa (+ 4,2 %).

Das internationale Tourismuswachstum in Europa entspricht mit 4,2 % im Jahr 2007 in etwa dem Trend seit 2003 (+ 4,4 % pro Jahr). Europa zählt im globalen Vergleich mit 480 Mio. internationalen Tourist/innenankünften und einem Marktanteil von 53,5 % zwar noch immer zu den größten Destinationen, muss jedoch langfristig weiterhin Positionsverluste hinnehmen. Seit 1995 ging der Marktanteil Europas um insgesamt 4,4 Prozentpunkte oder rund 0,4 Prozentpunkte pro Jahr zurück.

Aufgrund der für die USA und Europa erwarteten konjunkturellen Abschwächung wird sich in den Jahren 2008 und 2009 das Wachstum der internationalen Tourist/innenankünfte deutlich verlangsamen. Für Europa wird in diesem Zeitraum im Durchschnitt eine jährliche Steigerung der internationalen Tourist/innenankünfte von 3 % bis 4 % erwartet.

Ausgehend vom Einbruch der Immobilienmärkte entstand in den USA eine schwere Bankenkrise, für die derzeit trotz massiver Bemühungen der Wirtschaftspolitik keine Entspannung absehbar ist. Die Wirtschaft der USA expandierte Ende 2007 fast nicht mehr, das BIP erhöhte sich im IV. Quartal 2007 real nur um 0,2 % gegenüber dem

---

Vorquartal. Im Jahresdurchschnitt 2007 betrug das Wirtschaftswachstum noch 2,2 % (2006: 2,9 %). Die Wohnbautätigkeit lag zu Jahresbeginn 2008 um rund ein Drittel unter dem Vorjahresniveau, auf einen weiteren Rückgang deuten auch die anhaltend rückläufigen Hauspreise hin. Die negativen Vermögenseffekte werden sich gemeinsam mit dem Rückgang der Beschäftigung seit Jahresbeginn 2008 in einer merklichen Dämpfung der Konsumnachfrage der privaten Haushalte niederschlagen.

Vor dem Hintergrund der Finanzkrise dürfte das reale BIP in den USA im Jahr 2008 um 1 % und 2009 um 1 ½ % expandieren. Allerdings kann der Konjunkturerinbruch noch stärker ausfallen und länger dauern, falls sich die Krise auf den Finanzmärkten weiter verschärft.

Die Liquiditäts- und Solvenzkrise hat auch das europäische und asiatische Finanzsystem erfasst. Die Kreditkonditionen wurden ungünstiger und im Unternehmenssektor erhöhte sich die Unsicherheit. Im Euro-Raum wirkt die markante Aufwertung, für die sich noch kein Ende abzeichnet, besonders dämpfend. Das Wirtschaftswachstum wird hier von + 2,6 % im Jahr 2007 auf + 1,6 % (2008) und + 1,3 % (2009) zurückgehen. Dauer und Ausmaß der Abschwächung lassen sich zurzeit allerdings nur schwer abschätzen.

Seit dem Frühsommer 2007 zeigen die Konjunkturumfragen der Europäischen Kommission eine Eintrübung der Vertrauensindikatoren in der Industrie. Der Eingang an neuen Aufträgen vor allem aus dem Ausland schwächte sich merklich ab. Dennoch lag der Auftragsbestand in der Sachgütererzeugung Anfang 2008 noch über dem langjährigen Durchschnitt (insbesondere in Deutschland). Damit waren die Industrieunternehmen relativ gut ausgelastet. Die Nachfrageschwäche in den USA wirkt zunehmend dämpfend. Dies kann durch zusätzliche Aufträge aus den Schwellenländern ausgeglichen werden.

Die Konsumnachfrage entwickelte sich 2007 nur schwach (Euro-Raum: real + 1 ½ %). Dazu trug auch die Verstärkung des Preisauftriebs bei, wodurch eine Schwächung der realen Kaufkraft erwuchs. Zu Jahresbeginn 2008 beschleunigte sich der Anstieg des Harmonisierten Verbraucherpreisindex auf 3 ¼ %.

Angesichts des über den Zielwerten der Europäischen Zentralbank liegenden Preisauftriebs einerseits und der internationalen Finanzkrise, der Euro-Aufwertung und der bevorstehenden Konjunkturabschwächung andererseits steht die Geldpolitik vor einer schwierigen Aufgabe. Das WIFO unterstellt, dass in der zweiten Jahreshälfte 2008 der Hauptrefinanzierungssatz gesenkt wird.

Die Wirtschaft der neuen EU-Länder ist von der internationalen Finanzkrise und der Abschwächung des Weltwirtschaftswachstums zunächst weniger betroffen. Die Konjunktur wird vor allem von der kräftigen Expansion der Konsumnachfrage und der Investitionen getragen. Das reale Wirtschaftswachstum sollte sich daher von gut + 6 % im Jahr 2007 im Durchschnitt 2008/09 auf etwa + 5 % verringern.

In Deutschland dürfte das Auslaufen der Effekte der Mehrwertsteuererhöhung und die etwas günstigere Arbeitsmarktlage wieder eine Belebung der Konsumnachfrage erlauben, wogegen in anderen Ländern mit einem deutlich schwächeren Anstieg als zuletzt gerechnet werden muss. Die deutsche Wirtschaft dürfte 2008/09 mit durchschnittlich + 1 ½ % pro Jahr wachsen.

In Spanien drückt der Einbruch des Immobilienmarktes die Wohnbauinvestitionen und die Konsumnachfrage, das BIP-Wachstum wird sich von real fast + 4 % im Jahr 2007 auf + 2 % (2008) halbieren.

In Italien ging der Indikator des Verbrauchervertrauens besonders stark zurück. Die Wirtschaft dürfte schon im 2. Halbjahr 2007 kaum gewachsen sein, auch für 2008 zeichnet sich eine Stagnation ab.

Die österreichische Wirtschaft wird 2008 um 2,1 % expandieren, deutlich schwächer als in den beiden Jahren davor (2006: + 3,3 %, 2007: + 3,4 %), aber neuerlich rascher als im Euro-Raum. Die Konjunktur im 1. Halbjahr 2008 verläuft noch günstig, allerdings wird sich die Abschwächung der internationalen Konjunktur zunehmend auf den Export, die Industrieproduktion und die Ausrüstungsinvestitionen niederschlagen. Für 2009 erwartet das WIFO einen Anstieg des BIP um 1,7 %. Dies ist allerdings nur möglich, wenn sich die Konjunktur in Europa ab 2009 wieder stabilisiert. Nachdem Dauer und Intensität der internationalen Finanzkrise derzeit nicht abgeschätzt werden können, ist die vorliegende Prognose mit einem relativ hohen Risiko behaftet. Das Wirtschaftswachstum könnte daher 2009 deutlich schwächer ausfallen als hier unterstellt.

## **2.3 Entwicklungslinien der Branche**

### **2.3.1 Nachfrageseite**

Ein weiterer Bestandteil des Lageberichtes ist die Ermittlung und Analyse der Ausgabenstrukturen der in- und ausländischen Tourist/innen sowie der Struktur der Aufwendungen der Österreicher/innen für den Freizeitkonsum am Wohnort. Wie schon anfangs erwähnt, können die relevanten Daten aus statistischen Gründen zum gegenwärtigen Zeitpunkt nicht ermittelt werden, da die Statistik Austria die notwendigen

Anpassungen bzw. Abstimmungen der Konsumstatistik auf die im Frühjahr 2008 erfolgte Revision der Zahlungsbilanz erst im Laufe des heurigen Jahres vornehmen wird. Die Ermittlung und Analyse der Ausgabenstrukturen sollte demnach mit dem Lagebericht 2008 wieder möglich sein.

### 2.3.2 Angebotsseite

Laut der letztverfügbaren Leistungs- und Strukturerhebung für das Jahr 2005 umfasste das Beherbergungs- und Gaststättenwesen rund 45.000 Unternehmen. Die Bruttowertschöpfung der Branche zu Herstellungskosten erreichte 2007 ein Volumen von 11,06 Mrd. EUR (+ 4,3 %), der Anteil des Sektors an der Summe der Wirtschaftsbereiche belief sich damit auf 4,5 %.

Im Jahresdurchschnitt 2007 zählte das Beherbergungs- und Gaststättenwesen rund 168.900 unselbstständig Beschäftigte (ohne Karenz- bzw. Kinderbetreuungsgeldbezieher/innen und Präsenzdiner/innen) und 42.100 selbstständig Tätige. Die Arbeitslosenquote des Sektors erreichte im abgelaufenen Jahr laut ÖNACE-Klassifizierung 16,5 %, das bedeutet einen Rückgang gegenüber dem Vorjahr um 0,7 Prozentpunkte.

Dem langfristigen Trend zur Qualitätssteigerung folgend baute die 5- und 4-Sterne-Hotellerie auch im Tourismusjahr 2006/07 ihre Bettenkapazität weiter aus, während in den 1- bis 3-Sterne-Betrieben sowie in Privatquartieren Betten abgebaut wurden.

Die 5- und 4-Sterne-Hotellerie steigerte ihr Angebot sowohl in der Winter- als auch in der Sommersaison um durchschnittlich rund 1 % und erreichte damit ein Volumen von 216.100 bzw. 210.800 Betten. Bei langfristiger Betrachtung seit 1989/90 entspricht dies einem Zuwachs von rund 70 % (Winter) bzw. 55 % (Sommer). Die Bettenzahl der 3-Sterne-Betriebe stagnierte hingegen im langfristigen Durchschnitt von Winter- und Sommersaison, die Kapazität der 1- und 2-Sterne-Betriebe hat sich im gleichen Zeitraum sogar mehr als halbiert (Winter: - 51,5 %; Sommer: - 55,0 %).

Hinsichtlich der Kapazitätsauslastung lagen im Tourismusjahr 2006/07 ebenfalls die Betriebe der 5-/4-Sterne-Kategorie mit 50,8 % im Winter und 53,4 % im Sommer an der Spitze. Die Betten der 3-Sterne-Betriebe waren ganzjährig zu einem guten Drittel belegt, während die 1- und 2-Sterne-Kategorie in der Wintersaison 2006/07 mit 26 % stärker ausgelastet war als in der Sommersaison 2007 mit 21,9 %. Über alle Unterkunftsarten betrachtet lag die Auslastung im Winter mit 33,2 % um 3,6 Prozentpunkte über dem Sommer-Wert, wobei dies im Vergleich zum Vorjahr für die Wintersaison einen Rückgang um 0,5 Prozentpunkte, für die Sommersaison jedoch eine Steigerung um 0,7 Prozentpunkte bedeutet.



### 2.3.3 Tourismusdestination Österreich im internationalen Wettbewerb

Im Kalenderjahr 2007 konnte Österreich 20,77 Mio. Gästeankünfte aus dem Ausland verbuchen, dies entspricht einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr von 2,5 %. Die Einnahmen aus dem internationalen Tourismus (Tourismusexporte) beliefen sich auf 16,56 Mrd. EUR (+ 4,3 %; real: + 1,6 %).

Im internationalen Vergleich erreichten Österreichs Tourismusexporte (ohne Berücksichtigung des internationalen Personentransportes) im Jahr 2007 einen Anteil am BIP von 4,9 %. Damit musste sich Österreich innerhalb der EU 15 nur Griechenland (5,1 %) geschlagen geben. Auf den weiteren Plätzen folgten Portugal (4,6 %), Spanien (4,0 %) sowie Belgien und Luxemburg (3,0 %). Die zwölf neuen EU-Mitgliedsstaaten lagen mit durchschnittlich 3,1 % deutlich über dem Wert der EU 15 (2,1 %). Sehr hohe Tourismusexportanteile am BIP verzeichneten Zypern (13,2 %) und Malta (12,6 %). Weiters wiesen Bulgarien (8,0 %), Estland (4,8 %), Slowenien (4,7 %), Tschechien (3,5 %), Ungarn (3,4 %) und Litauen (je 3,3 %) überdurchschnittlich hohe Werte auf.

Gemessen an den Tourismusexporten pro Kopf der Bevölkerung lag Österreich 2007 in einem Vergleich unter 37 Ländern in Europa und Übersee mit 1.606 EUR nach Zypern und Malta an dritter Stelle, gefolgt von Island (1.447 EUR), der Schweiz (1.128 EUR), Griechenland (1.036 EUR) und Irland (1.010 EUR). Im Durchschnitt der EU 15 konnten 601 EUR je Einwohner/in erwirtschaftet werden, in der EU 27 waren es 529 EUR, die Übersee-Länder (Australien, Japan, Kanada, Mexiko, Neuseeland, USA) erreichten im Durchschnitt Tourismusexporte von 226 EUR pro Kopf.

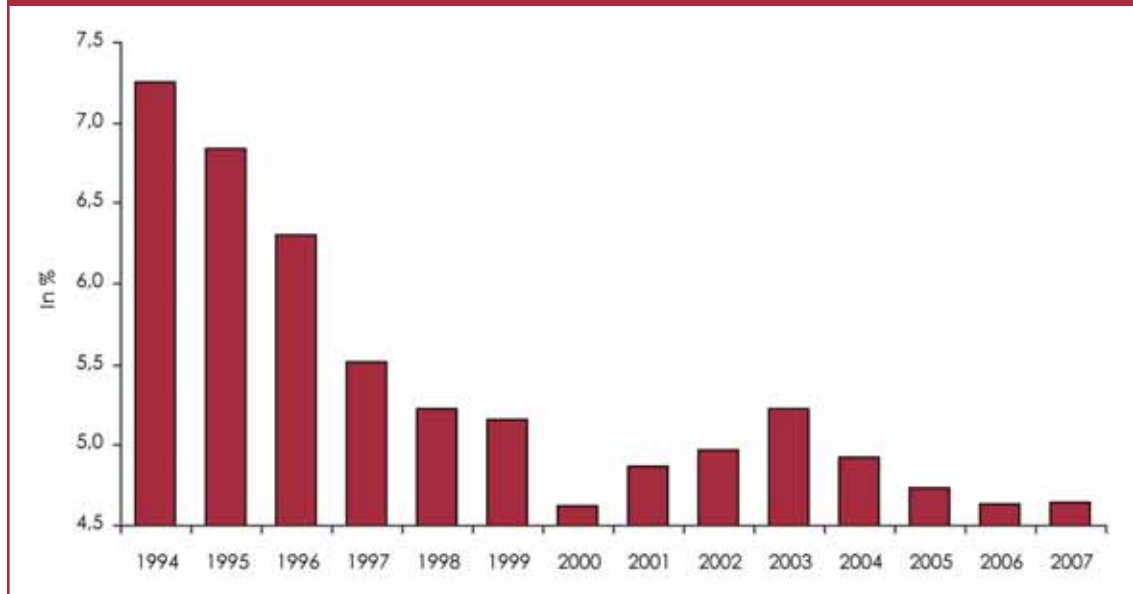
Trotz des Schneemangels in der Wintersaison 2006/07 konnte Österreich seinen Marktanteil im internationalen europäischen Tourismus<sup>2)</sup> - gemessen an den Tourismusexporten auf Dollarbasis - im Jahresdurchschnitt 2007 gegenüber dem Vorjahr leicht steigern (4,7 %; + 0,1 Prozentpunkte). Somit lag der Wert auch etwas über dem historischen Tiefststand des Jahres 2000 (4,6 %; Abbildung 3).

Der im Jahresdurchschnitt gewachsene Marktanteil ist großteils auf die Verbesserung der Wettbewerbsposition in der Sommersaison zurückzuführen, welche die Marktanteilsverluste der Wintersaison überkompensierte.

Eine relativ kräftige Steigerung ihres Marktanteils im Kalenderjahr 2007 erzielten Polen, Schweden, Portugal und die Niederlande, wogegen andere wichtige Destinationen - insbesondere Italien, die Türkei, Deutschland und Frankreich - relativ kräftige Einbußen hinnehmen mussten.

<sup>2)</sup> Europa: EU 27, Island, Norwegen, Schweiz, Türkei.

**Abbildung 3: Österreichs nomineller Marktanteil im internationalen europäischen Tourismus**



Q: IMF, OeNB, WIFO, wiiw, UNWTO. Auf Dollarbasis, ohne internationalen Personentransport; 2007: Schätzung. Europa: EU 27, Norwegen, Island, Schweiz und Türkei.

### 2.3.4 Prognose 2008 und 2009

In der Wintersaison 2007/08 erwirtschaftete der heimische Tourismus nach vorläufigen Berechnungen einen deutlichen Zuwachs seiner Umsätze von etwa 10 %, das entspricht einem Volumen von 11,00 Mrd. EUR. Obwohl das Vergleichsniveau des Vorjahres wegen des Schneemangels relativ niedrig ausfiel, der Preisaufrtrieb zunahm sowie der zusätzliche Schalltag im Februar die Wachstumsrate um etwa 1 ½ Prozentpunkte erhöht haben dürfte, kann die realisierte Umsatzsteigerung im historischen Vergleich über drei Jahrzehnte als überdurchschnittlich kräftig bezeichnet werden. Der österreichische Tourismus befindet sich damit auf einem Wachstumspfad, der eine Rückeroberung von Marktanteilen ermöglichen könnte.

Für 2008 kann mit einer Steigerung der Tourismusumsätze in der Größenordnung von 7 % gerechnet werden, womit die Entwicklung 2007 (+ 4,6 %) deutlich übertroffen wird. Im Jahr 2009 ist aufgrund der Konjunkturverflachung eine Wachstumsabschwächung auf + 6 % zu erwarten.

## 2.4 Arbeitsmarkt

Die Beschäftigung in der Branche Beherbergungs- und Gaststättenwesen stieg im Jahresdurchschnitt 2007 im Vergleich zum Vorjahr um 886 bzw. 0,5 % schwächer an als die Beschäftigung insgesamt (+1,9 %). Im Jahresdurchschnitt 2007 waren 168.924 unselbstständig Beschäftigte im Tourismus tätig. Damit hat der Tourismus einen Anteil von 5,1 % an den aktiv unselbstständig Beschäftigten (gesamt 3.227.449). 60,4 % aller Beschäftigten im Tourismus sind Frauen (Männer 39,6 %). Damit liegt die Frauenbeschäftigung bei fast 2/3 aller Beschäftigten.

Mit + 5 % auf 57.836 war der stärkste Beschäftigungszuwachs bei ausländischen Arbeitskräften zu verzeichnen und erhöhte den Ausländer/innenanteil auf 34,2 %. Trotz der Beschäftigungszunahme um 0,5 % im Tourismus gegenüber dem Vorjahr, fiel der Rückgang der Arbeitslosigkeit mit - 4,1 % auf 33.496 Personen wesentlich geringer als der Rückgang der Gesamtarbeitslosigkeit von - 7,1 % (insgesamt 222.248) aus.

Der Anteil der Arbeitslosen aus dem Tourismusbereich lag im Verhältnis zu allen Arbeitslosen bei 15,1 % und damit um ein Vielfaches höher als der Anteil der Branche an den Beschäftigten. Damit lag im Jahr 2007 auch die Arbeitslosenregisterquote mit 16,5 % (- 0,7 % Punkte gegenüber 2006) im Tourismusbereich weit über der gesamten Registerquote von 6,2 % (- 0,6 % Punkte im Vergleich zum Vorjahr).

Im Jahresdurchschnitt 2007 meldete die Tourismusbranche dem AMS 5.122 offene Stellen, das ist eine Steigerung von 13,5 % gegenüber dem Vorjahr. Gesamt stiegen die offenen Stellen um 16,1 % auf 38.214 im Jahresdurchschnitt 2007. Damit sank der Anteil der Tourismusstellen an allen offenen Stellen geringfügig auf 13,4 % (13,7 % Anteil im Vorjahr). Im Jahresdurchschnitt 2007 standen im Tourismus (Berufe) 524 Lehrstellensuchende (- 63 bzw. - 10,8 % im Vorjahresvergleich) 1.358 offene Lehrstellen (+ 91 bzw. + 7,2 %) gegenüber.

Nach einem starken Anstieg der Schulungsteilnehmer/innen im Jahr 2006 (+ 26,1 %) sank die Zahl der Personen in Schulungen 2007 leicht um 6,9 %. Trotzdem nahmen 2007 im Jahresdurchschnitt 4.984 Personen in der Tourismusbranche an einer Schulung teil. (siehe Tabelle 2)

Die vom AMS durchgeführten Kurse reichen von Anlernkursen bis zu Vorbereitungskursen für den Lehrabschluss in Tourismusberufen. Ebenso werden Weiterbildungs- bzw. Spezialisierungskurse für Fachpersonal angeboten (z. B. Gesunde Ernährung, Einführung in die Diätküche, Patisserie, Weinberatung, Gästebetreuung) sowie diverse Sprachkurse (englisch, italienisch, französisch, aber auch bereits Sprachen der neuen

EU Länder wie z. B. ungarisch und tschechisch) bis hin zu EDV im Tourismus und Reisebüro (z. B. Buchungssysteme Amadeus und Fidelio etc.).

Außerdem wurde im Jahr 2007 in der Tourismusbranche (Nace 55) für insgesamt 3.820 junge Menschen (davon 2.106 für Mädchen und 1.714 für Burschen) eine Lehrstellenförderung genehmigt. Hier kann ein Plus von mehr als einem Viertel an Förderungen verzeichnet werden. Von der Lehrstellenförderung entfiel der Großteil, nämlich 83,1 % aller genehmigten geförderten Lehrstellen auf die Förderung "zusätzliche Lehrstelle" (Blum-Bonus). Mit insgesamt 3.174 Personen (1.785 Mädchen und 1.389 Burschen) konnte die Zahl der geförderten Personen um 25 % gesteigert werden.

#### **EURES (EUROpean Employment Services) Aktivitäten:**

Für die Wintersaison 2007/08 konnten 1.077 EWR-Bürger/innen in fixe Dienstverhältnisse und 322 Personen als Lehrlinge und Praktikant/innen durch direkte EURES-Aktivitäten (Jobbörsen und sonstige Recruitingaktivitäten) in österreichische Tourismusbetriebe vermittelt werden (siehe Tabelle 1). In der Sommersaison 2007 wurden 79 Personen in Dienstverhältnisse und 9 Personen als Lehrlinge und Praktikant/innen in Österreich vermittelt. Die direkte Vermittlung durch Eures ist im Vergleich zum Vorjahr gesunken. Allerdings stiegen gegenüber 2006/07 die Anzahl der indirekten EURES-Vermittlungen. Durch die positiven Erfahrungen mit EURES nutzen immer mehr Betriebe die EURES Selbstbedienungstools, um Personal eigeninitiativ zu rekrutieren.

<b>Tabelle 1: Verteilung nach Bundesländern für die Wintersaison 2007/08</b>		
<b>Bundesland</b>	<b>Personen in DV</b>	<b>Lehrlinge/Praktikantinnen</b>
Salzburg	420	177
Tirol	263	20
Vorarlberg	350	112
Steiermark	41	13
Burgenland	3	
<b>Österreich gesamt</b>	<b>1077</b>	<b>322</b>

Quelle: AMS, 2008

**Tabelle 2: Schulungen durch das AMS in der Tourismusbranche (Nace 55)**

nach Bundesländern	Personen in Schulung			Veränderung gegenüber dem Vorjahr					
	im Jahresdurchschnitt 2007			Veränderung absolut			Veränderung in %		
	Insges.	Frauen	Männer	Insges.	Frauen	Männer	Insges.	Frauen	Männer
Bgld	160	124	36	27	23	5	20,6	22,3	15,0
Ktn	343	261	82	-27	-16	-12	-7,4	-5,7	-12,3
NÖ	668	495	173	-20	-11	-9	-2,9	-2,2	-4,9
OÖ	716	521	194	-36	-23	-12	-4,7	-4,3	-5,9
Sbg	309	217	93	-34	-13	-21	-9,8	-5,6	-18,4
Stmk	823	646	177	-170	-135	-35	-17,1	-17,3	-16,4
Tirol	236	157	79	-59	-47	-12	-19,9	-23,0	-12,9
Vbg	187	135	52	-17	-13	-4	-8,3	-8,8	-6,9
Wien	1.543	854	688	-33	2	-36	-2,1	0,3	-4,9
<b>Österreich gesamt</b>	<b>4.984</b>	<b>3.410</b>	<b>1.574</b>	<b>-368</b>	<b>-234</b>	<b>-135</b>	<b>-6,9</b>	<b>-6,4</b>	<b>-7,9</b>

Quelle: AMS-DWH, 2008

### 2.4.1 Ein Job im Tourismus - attraktiv und zukunftsreich

Die Tourismusausbildung in Österreich hat Weltruf! Einerseits findet man im internationalen Tourismus immer wieder österreichische Fachkräfte in Spitzenpositionen, andererseits kommen viele ausländische Schüler/innen sowie Student/innen nach Österreich, um hier eine fundierte Tourismusausbildung zu erhalten. Die Arbeitsmarktstatistik zeigt, dass Berufe im Tourismus überdurchschnittlich gefragt sind, und die steigenden Zuwachsraten in der Lehrlingsstatistik verweisen auf die wachsende Bedeutung dieser Ausbildungsbranche innerhalb der gesamten Wirtschaft. Die Nachfrage nach bestens geschulten Mitarbeiter/innen hält ungebrochen an.

#### Handbuch "Job im Tourismus - attraktiv und zukunftsreich"

Ein gemeinsames Anliegen des BMWA und der WKÖ ist es daher, junge Menschen für einen Job im Tourismus zu begeistern. Im November 2006 wurde das Handbuch "Ein Job im Tourismus - attraktiv und zukunftsreich" vorgestellt - als eine Informationsbroschüre für Berufsberater/innen, bildungsberatende Lehrer/innen, Eltern und Schüler/innen. Das Handbuch erläutert die touristischen Lehrberufe und gibt einen umfassenden Überblick der vielfältigen Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten im Tourismus. Damit soll es jungen Menschen leicht gemacht werden, sich für einen Job im Tourismus zu entscheiden und den für sie geeigneten Tourismusberuf zu finden.

#### Folder "Mit Stil zum Ziel"

Gemeinsam mit der Präsentation des Handbuches wurde auch der Folder "Mit Stil zum Ziel - Tipps für Ihre erfolgreiche Bewerbung im Tourismus" vorgestellt. Mit zeitgemäßen Fotos und dazu passenden kurzen, prägnanten Erläuterungen werden Jugendlichen Tipps für die Job-Bewerbung gegeben. Besonders wichtig: Der erste Eindruck zählt!

---

Sowohl das Handbuch "Ein Job im Tourismus - attraktiv und zukunftsreich" als auch der Folder "Mit Stil zum Ziel - Tipps für Ihre erfolgreiche Bewerbung im Tourismus" finden großen Anklang und werden immer wieder von Berufsberater/innen, bildungsberatenden Lehrer/innen, Eltern und Schüler/innen in der Tourismus-Servicestelle nachgefragt.

## 2.4.2 Arbeitsschutz

### **Schutzhütten in Extremlage - Typischer Charakter von Schutzhütten ist vereinbar mit Arbeitsschutz**

Zwischen der Arbeitsinspektion und den in Österreich tätigen alpinen Vereinen wurde eine Richtlinie für die Ausstattung von Schutzhütten in Extremlage erarbeitet, mit dem Ziel, dass Schutzhütten ihren typischen Charakter bewahren können und gleichzeitig durch geeignete Maßnahmen ein ausreichender Schutz der Arbeitnehmer/innen sichergestellt wird. Die Vereinbarung ist auf Schutzhütten anzuwenden, die nach der Definition des Österreichischen Alpenvereines in die Kategorie I fallen. Es handelt sich dabei um Schutzhütten, die ihren ursprünglichen Charakter als Stützpunkt für Bergsteiger/innen und Bergwanderer/innen bewahren müssen. Ihre Ausstattung ist schlicht, einfache Verköstigung ist ausreichend. Sie sind Stützpunkt in einem bergsteigerisch bedeutsamen Gebiet und für Besucher/innen nur in Ausnahmefällen mit mechanischen Hilfen erreichbar; der Aufstieg erfordert in der Regel mindestens eine Gehstunde.

Werden in Schutzhütten Arbeitnehmer/innen beschäftigt, so sind die Arbeitsschutzvorschriften anzuwenden. Diese Vorschriften umfassen vor allem Anforderungen an die Schutzhütte als Arbeitsstätte. Arbeitsstätten müssen bestimmte Anforderungen erfüllen, damit die Beschäftigung von Arbeitnehmer/innen zulässig ist. Für Schutzhütten in Extremlage können aus naheliegenden Gründen diese Anforderungen nicht in vollem Umfang erfüllt werden. Der gemeinsam erstellte Leitfaden ([www.arbeitsinspektion.gv.at](http://www.arbeitsinspektion.gv.at)) ist als Anleitung für die Behandlung von Ausnahmen in Genehmigungsverfahren anzusehen. Die wichtigsten Themen dabei sind die Gestaltung von Arbeits- und Aufenthaltsräumen, der bauliche Brandschutz sowie die Sicherstellung der Flucht im Gefahrenfall.

## 2.4.3 Lohnerhöhung im Hotel- und Gastgewerbe

Mit Wirksamkeitsbeginn 1. Mai 2007 wurden im Hotel- und Gastgewerbe die Löhne und Gehälter um 2,3 % bzw. die Lehrlingsentschädigungen um 2,5 % erhöht.

---

## 2.5 Rechtliche Neuerungen

### 2.5.1 Dienstleistungsrichtlinie

Die "Dienstleistungsrichtlinie" (RL 2006/123/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 12. Dezember 2006) trat am 28. Dezember 2006 in Kraft und ist bis spätestens 28. Dezember 2009 EU-weit umzusetzen. Seitens der EK wurde ein "Umsetzungshandbuch" veröffentlicht:

[http://ec.europa.eu/internal\\_market/services/services-dir/index\\_de.htm](http://ec.europa.eu/internal_market/services/services-dir/index_de.htm)

Die Koordination der Umsetzungsaktivitäten in Österreich erfolgt durch die Abt. C1/2 des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit. Auf Grund der ähnlichen Verwaltungsstrukturen, derselben Sprache und der weitreichenden wirtschaftlichen Verflechtung erfolgt die Umsetzung in enger Abstimmung mit Deutschland.

Das Hauptziel der Richtlinie ist die Schaffung eines EU-weiten Rechtsrahmens zur Beseitigung von Hindernissen für die Niederlassungsfreiheit von Dienstleistungserbringer/innen und für den freien Dienstleistungsverkehr zwischen den Mitgliedstaaten. Weitere Ziele sind ein Bieten der notwendigen Rechtssicherheit für Dienstleistungserbringer/innen und -empfänger/innen, der Abbau von Hürden für Dienstleistungserbringer/innen im Binnenmarkt, was Vorteile für alle Dienstleistungserbringer/innen bringt, die in einem anderen Land tätig werden wollen. Auch Verwaltungsvereinfachungen (z. B. Wegfall der obligatorischen Vorlage von Dokumenten in beglaubigter Form) und einfachere Genehmigungsvorschriften sind damit verbunden.

Die Verfahren sollen im Wege eines one-stop-shop-Systems innerhalb einer angemessenen Frist elektronisch abgewickelt werden können.

Wichtige Prinzipien der Richtlinie sind das Prinzip der Dienstleistungsfreiheit: (Mitgliedstaaten müssen grundsätzlich freien Zugang und Ausübung der Dienstleistung sicherstellen, Einschränkungen sind nur auf Grund der öffentlichen Ordnung und Sicherheit sowie aus Gründen des Schutzes von Umwelt und Gesundheit möglich) sowie das Prinzip der Freizügigkeit: Die Mitgliedstaaten müssen grundsätzlich freien Zugang und Ausübung der Dienstleistung sicherstellen und können nur Einschränkungen auf Grund der öffentlichen Ordnung und Sicherheit sowie aus Gründen des Schutzes von Umwelt und Gesundheit festlegen. Weiters sind die Mitgliedstaaten verpflichtet, diese Einschränkungen der Europäischen Kommission mitzuteilen und ihre Anwendung zu begründen. Zugangs- und Ausübungsbeschränkungen (z. B. Staatsangehörigkeits-, Wohnsitzerfordernisse, Verbot der Errichtung von Niederlassungen in

mehreren Mitgliedstaaten, Versicherungspflichten bei einem Versicherer im Zielland) sind unzulässig.

Der Tourismusbezug ist gegeben, da die RL auch auf "Dienstleistungen der Fremdenverkehrsbranche, einschließlich der Dienste von Reisebüros und Fremdenführern, Werbung, die Vermietung von Kraftfahrzeugen, Sportzentren und Freizeitparks, Dienstleistungen im Freizeitbereich" anzuwenden ist.

Die Erbringung von Dienstleistungen der Tourismusbranche im EU-Ausland durch Gründung von Niederlassungen oder vorübergehende grenzüberschreitende Tätigkeiten werden erleichtert. Der gemäß der Dienstleistungsrichtlinie einzurichtende Einheitliche Ansprechpartner ist ein wichtiges Element der Entbürokratisierung. Den österreichischen Dienstleistern der Tourismusbranche wird der Zugang zu neuen Märkten einfacher gemacht; gleichzeitig können die Konsumenten ein breiteres Angebot erwarten.

## **2.5.2 Übereinkommen über das auf vertragliche Schuldverhältnisse anzuwendende Recht ("Rom I")**

Das derzeit in Geltung stehende Übereinkommen bezieht sich auf vertragliche Schuldverhältnisse bei Sachverhalten, die eine Verbindung zum Recht verschiedener Staaten aufweisen, auch wenn es sich um das Recht eines Nichtvertragsstaats handelt. Am 1. April 1991 trat es in Kraft. In der Folge haben alle neuen Mitgliedstaaten der Europäischen Gemeinschaft dieses Übereinkommen unterzeichnet. 1998 wurde im Amtsblatt parallel zur Unterzeichnung des Übereinkommens durch Finnland, Österreich und Schweden eine kodifizierte Fassung veröffentlicht. Nach Unterzeichnung des Abkommens über den Beitritt der zehn neuen Mitgliedstaaten zu dem Übereinkommen (von Rom) wurde 2005 eine neue kodifizierte Fassung veröffentlicht.

Durch den Art. 5 - Verbraucherverträge - Abs. 4 lit. b ist der Tourismusbezug gegeben (sinngemäß: Bei Verträgen über die Erbringung von Dienstleistungen, wenn die dem/der Verbraucher/in geschuldeten Dienstleistungen ausschließlich in einem anderen als dem Staat erbracht werden müssen, in dem der/die Verbraucher/in seinen gewöhnlichen Aufenthalt hat, gilt nicht das Recht des Herkunftsstaates des/der Verbraucher/in).

Für die österreichische Tourismuswirtschaft ergibt sich daraus folgende Konsequenz: Wenn (ausschließlich) in Österreich eine Dienstleistung erbracht wird (bspw. Beherbergung), ist im Streitfall österreichisches Recht anzuwenden und nicht das Recht, das im Heimatland des/der Verbraucher/in gilt.



---

In der Novellierung dieses Übereinkommens wird die derzeitige Rechtslage beibehalten (Art. 6 Abs. 4 lit. a).

Die Einigung im Europäischen Rat erfolgte am 6. Dezember 2007, der Beschluss im Ministerrat erfolgte am 6. Juni 2008, das Inkrafttreten ist für Anfang 2010 zu erwarten.

### **2.5.3 Reisebürosicherungsverordnung - RSV**

Die Reisebürosicherungsverordnung - RSV, BGBl. II Nr. 316/1999 i. d. g. F. regelt die Erstattung bezahlter Beiträge und die Rückreise der Reisenden im Fall der Insolvenz jener Veranstalter von Pauschalreisen, deren Standort sich in Österreich befindet.

Die Veranstalter von Pauschalreisen haben dem BMWA vor Aufnahme ihrer Tätigkeit sowie in der Folge jährlich eine der RSV entsprechende Meldung zu erstatten. Diese umfasst den Nachweis des Abschlusses einer Insolvenzabsicherung (Bankgarantie, Versicherungsvertrag bzw. Haftungserklärung einer Körperschaft öffentlichen Rechts), deren Mindesthöhe sich aus dem Umsatz aus der Veranstaltung von Pauschalreisen, der Beförderungsart sowie den Zahlungsmodalitäten ergibt. Des Weiteren haben die Reiseveranstalter einen Abwickler zu bestellen, der im Falle der Insolvenz des Unternehmens die Abwicklung der Ansprüche der Reisenden übernimmt und gegebenenfalls die für die Rückreise der Reisenden erforderlichen Veranlassungen trifft.

Das BMWA führt ein Veranstalterverzeichnis, in das sämtliche Veranstalter von Pauschalreisen, die den Bedingungen der RSV entsprechen, eingetragen sind.

Das Veranstalterverzeichnis ist im Internet unter [www.bmwa.gv.at](http://www.bmwa.gv.at) - Service abrufbar.

Auch besteht eine Informationspflicht der Veranstalter bzw. der Vermittler von Pauschalreisen dem/der Kund/in gegenüber, die u. a. die Eintragungsnummer in das Veranstalterverzeichnis, die Versicherungsscheinnummer sowie Daten über den Abwickler umfasst.

Mit der Novellierung der RSV durch BGBl II Nr. 402/2006 wurden die Versicherungssummen bei Pauschalreisen im Linien- und Charterverkehr sowohl ohne als auch mit Teilnahme an einer Versicherungsgemeinschaft geändert. Weiters gibt es keine Risikoabsicherung mehr für Vorauszahlungen (Frühbucherbonus) - nur mehr für Anzahlungen, Restzahlungen und Rückreise bei Insolvenz des Reiseveranstalters.

---

## 2.6 Reisewirtschaft

### 2.6.1 Reisebüros und Reiseveranstalter

In Österreich besteht die Reisebürobranche hauptsächlich aus Kleinunternehmen mit weniger als zehn Beschäftigten. Ende 2007 übten 2.571 Betriebe das Reisebürogewerbe aus, wovon 2.030 über eine unbeschränkte Reisebüroberechtigung verfügen. Rund 650 Reisebüros treten als Reiseveranstalter auf. Im Jahr 2007 betrug die durchschnittliche Reisedauer der Österreicher/innen ca. 10,97 Tage, was einen leichten Rückgang gegenüber 2006 (11,59 Tage) bedeutet.

Der Incoming- und Outgoing-Bereich brachte mit rund 11.200 Mitarbeiter/innen (2005) einen Umsatzerlös von rund 3,8 Mrd. EUR (Quelle: AT-Kearney). Einen wesentlichen Beitrag für den heimischen Tourismus leisten die 170 Incoming-Reisebüros mit 24 Mio. gebuchten Nächtigungen und einem Umsatz von 1,1 Mrd. EUR (Stand 2006).

Unter den beliebtesten Urlaubsdestinationen der Österreicher/innen im Jahr 2007 waren Italien, Kroatien, Griechenland, Spanien und die Türkei.

### 2.6.2 Tourismus-Servicestelle im BMWA

Die Tourismus-Servicestelle ist die zentrale Anlaufstelle im Tourismus in Österreich für Reisende und Partner in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft. Sie fungiert als Koordinations- und Informationsplattform für die Reisewirtschaft. Inlands- und Auslandsreisende, Unternehmen, Behörden und andere Institutionen können sich für Anfragen, Auskunftersuchen und Informationen an die Tourismus-Servicestelle wenden. Ein besonderer Service ist die kostenlose und unparteiische Vermittlung in Konfliktfällen zwischen den Reisenden und den Tourismusanbietern.

Die Tourismus-Servicestelle bearbeitete im Jahr 2007 wieder eine Vielzahl von Anfragen und Beschwerden. In der überwiegenden Zahl der Fälle konnte rasch und unbürokratisch sofort durch persönliche oder telefonische Auskunft oder durch Beantwortung per E-Mail weitergeholfen werden. Bei jenen rund 350 Beschwerden, welche einer intensiveren und weiterführenden Bearbeitung bedurften, konnte in gut 70 % der Beschwerdefälle erfolgreich zwischen den beteiligten Parteien vermittelt und damit eventuelle kostenintensive Gerichtsverfahren vermieden werden. Darüber hinaus ist es der Tourismus-Servicestelle wichtig, von Schwachstellen in der Tourismusbranche zu erfahren. Diese werden an die entsprechenden Institutionen weitergeleitet, um eine Verbesserung - kurz- oder mittelfristig - herbeizuführen.

Die am häufigsten genannten Gründe für Beschwerden waren:

**von Urlaubsgästen bei Aufenthalten in Österreich:**

- ▶ mangelndes Preis-Leistungsverhältnis,
- ▶ fahrleistungsabhängige Bemautung (Road Pricing) bzw. Vignettenpflicht,
- ▶ unzureichende Serviceleistungen von Unternehmer/innen und Personal,
- ▶ mangelnde Sauberkeit in Hotel- und Gastronomiebetrieben,
- ▶ Leistungsangebot/Ausstattung nicht der Kategorie entsprechend,
- ▶ Qualitätsmängel im Gastronomiebereich,
- ▶ mangelnde Freundlichkeit im Umgang mit Gästebeschwerden vor Ort,
- ▶ unzureichende Prospektwahrheit,

**von Tourismusbetrieben in Österreich:**

- ▶ Storno und "No Show",
- ▶ Nichtbezahlen konsumierter Leistungen,

**von Auslandsreisenden:**

- ▶ Flugzeitenänderungen, Verspätungen, unterschiedliche Flugpreise,
- ▶ Storno von Pauschalreisen,
- ▶ Abwicklung von Pauschalreisen, unzureichende Erbringung des Leistungskatalogs,
- ▶ Qualitätsmängel im Gastronomiebereich,
- ▶ mangelnde Sauberkeit und Ausstattung von Hotelbetrieben,
- ▶ Überbuchung,
- ▶ Baustellen,
- ▶ Probleme bei Internetbuchungen: Wer ist Vertragspartner? Gegenüber wem ist Stornierung möglich - Buchungsplattform oder Hotel direkt?
- ▶ Versteckte (Zusatz-)Kosten bei "Gratisaufenthalten als Gewinn"
- ▶ Downgrading ohne Kostenersatz.

Im Jahr 2007 war außerdem das bewährte Krisenmanagement der Tourismus-Servicestelle besonders gefragt. Die Tourismus-Servicestelle gab unverzüglich allen, die sich auf einer Reise befanden oder vor Antritt einer Reise standen, Informationen bei allen akut auftretenden Naturkatastrophen, Terroranschlägen, Epidemien und Bürgerkriegen. Die verheerenden Waldbrände in Griechenland, die Verwüstungen durch den Hurrikan Dean in der Karibik und in Mexico lösten ebenso zahlreiche Auskunftsersuchen aus wie die Terrorwarnungen für Großbritannien infolge der Anschläge in London und Glasgow; die Unruhen in Kenia und in Sri Lanka zogen zahlreiche Anfragen von Reisenden zu möglichen Storno- bzw. Umbuchungsvarianten nach sich.

Die Erfahrung zeigt, dass durch das Engagement der Tourismus-Servicestelle in der Mehrzahl der Fälle gute Lösungen sowohl für die Reisenden als auch für die Tourismusanbieter gefunden werden können. Damit wird auch ein bedeutender Beitrag

zur weiteren Qualitätssteigerung und zur Imagepflege des Tourismus in Österreich geleistet.

## 2.7 Statistik

### 2.7.1 Tourismus-Satellitenkonto

Dem Tourismus kommt in der österreichischen Volkswirtschaft eine bedeutende Rolle zu. Die Vielfalt an volkswirtschaftlichen Verflechtungen des Tourismus lässt sich jedoch durch die herkömmliche Tourismusstatistik und die Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung (VGR) nur unzureichend darstellen. So erschien die Implementierung eines Tourismus-Satellitenkontos (TSA) als geeigneter Ansatz, die monetäre Größenordnung der Tourismuswirtschaft besser zu erfassen und eine Basis für die Beobachtung der laufenden Entwicklung zu schaffen. Im Jahr 2001 übernahmen daher die Statistik Austria (ST.AT) und das Österreichische Institut für Wirtschaftsforschung (WIFO) im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit (BMWA) erstmals die Erstellung des TSA für das Berichtsjahr 1999 in einem gemeinsamen Projekt.

Die volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus bzw. dessen Beitrag zur gesamtwirtschaftlichen Wertschöpfung stellt eine wichtige Kennziffer für die Wirtschaftspolitik dar. Zur Berechnung dieser Größe werden die TSA-Ergebnisse unter Berücksichtigung aller durch den Tourismus ausgelösten direkten und indirekten Effekte, aber unter Ausschluss der Dienst- und Geschäftsreisen, herangezogen.

Die so kalkulierten direkten und indirekten Wertschöpfungseffekte für das Jahr 2006 beliefen sich auf 21,36 Mrd. EUR (+ 3,3 %). Der Tourismus trug damit 8,3 % zur gesamtwirtschaftlichen Bruttowertschöpfung (BIP) bei (Übersicht 5).

Um mögliche Verzerrungen durch Sondereinflüsse zu reduzieren und einen authentischen Wachstumspfad zeichnen zu können, ist die Darstellung einer langfristigeren Entwicklung von Vorteil: So expandierte die gesamte touristische Wertschöpfung in der Periode 2002/2006 um 14,7 %.

Zur Beurteilung der volkswirtschaftlichen Bedeutung von Tourismus und Freizeitwirtschaft bedarf es der zusätzlichen Berücksichtigung des nicht-touristischen Freizeitkonsums der Österreicher/innen am Wohnort, der im Jahr 2006 ein Volumen von 23,27 Mrd. EUR erreichte, 2007 wurde eine Steigerungsrate von 3,2 % erreicht.

Die durch nicht-touristischen Freizeitkonsum ausgelösten direkten und indirekten Wertschöpfungseffekte ergaben für 2006 einen Wert von 19,08 Mrd. EUR, was einem Beitrag zum BIP von 7,4 % entspricht.

Eine Gesamtbetrachtung der inlandswirksamen Aufwendungen für den nicht-touristischen Freizeitkonsum am Wohnort und den touristischen Konsum verdeutlicht die beachtliche Dimension der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Österreich: Für das Jahr 2006 beliefen sich die direkten und indirekten Wertschöpfungseffekte auf 40,44 Mrd. EUR (+ 6,1 %), der Beitrag zum BIP betrug 15,7 %.

*Infolge von Buchungsanpassungen der Transaktionen laut Vorschriften der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung (davon ist insbesondere der Transport- bzw. der Reisebürosektor betroffen) wurde nicht nur das Jahr 2006 auf Basis der neuen Datenlage ermittelt, sondern es mussten aus Konsistenzgründen auch die Jahre davor neu berechnet werden. Von dieser Maßnahme sind neben dem nationalen TSA auch die regionalen Tourismus-Satellitenkonten betroffen, welche bereits für Nieder- und Oberösterreich sowie für Wien vorliegen (Laimer - Smeral, 2008A, 2008B und 2008C). Darüber hinaus kam es zu Anpassungserfordernissen aufgrund der geänderten Berechnungsmethodik der Reiseverkehrsbilanz i. w. S. (Reiseausgaben und Ausgaben im internationalen Personentransport), welche nunmehr beginnend mit dem Berichtsjahr 2006 basierend auf tourismusstatistischen und anderen Daten (bis Ende 2005: bankinterne Daten im Rahmen der Erstellung der Zahlungsbilanz) berechnet wird. - Die Hauptergebnisse zeigen, dass die notwendigen Korrekturen bei einzelnen Teilpositionen grundsätzlich etwas niedrigere Wertschöpfungsergebnisse erbrachten als bisher, jedoch die zeitliche Entwicklung eine deutlich positive Tendenz zeigte. Die Neuberechnungen für das Österreich-TSA liegen aktuell für den Zeitraum 2002 bis 2006 vor.*

<b>Übersicht 5: Die volkswirtschaftliche Bedeutung von Tourismus und Freizeitwirtschaft in Österreich</b>					
Aggregate	2002	2003	2004	2005	2006
<i>TSA – Direkte Wertschöpfung des Tourismus</i>					
			Mio. €		
Ohne Dienst- und Geschäftsreisen	12.218	12.413	12.502	12.786	13.049
Einschließlich Dienst- und Geschäftsreisen	13.216	13.435	13.452	13.653	13.981
	Anteil am BIP in %				
Ohne Dienst- und Geschäftsreisen	5,5	5,5	5,3	5,2	5,1
Einschließlich Dienst- und Geschäftsreisen	6,0	5,9	5,7	5,6	5,4
<i>TSA-Erweiterungen – Direkte und indirekte Wertschöpfung</i>					
			Mio. €		
Tourismus (ohne Dienst- u. Geschäftsreisen)	18.626	19.050	19.635	20.684	21.357
Freizeitkonsum der Inländer/innen am Wohnort	15.842	16.391	17.237	17.425	19.082
Tourismus- und Freizeitwirtschaft insgesamt	34.469	35.441	36.872	38.109	40.439
	Beitrag zum BIP in %				
Tourismus (ohne Dienst- u. Geschäftsreisen)	8,4	8,4	8,3	8,4	8,3
Freizeitkonsum der Inländer/innen am Wohnort	7,2	7,2	7,3	7,1	7,4
Tourismus- und Freizeitwirtschaft insgesamt	15,6	15,7	15,6	15,5	15,7
Q: Statistik Austria, WIFO. 2002 bis 2005: endgültig (revidiert), 2006: vorläufig.					

---

## 2.7.2 T-MONA

T-MONA steht für Tourismus MONitor Austria und bezeichnet ein Gästebefragungsprojekt, das die Österreich Werbung gemeinsam mit dem BMWA und der WKÖ, der Firma Manova und den neun Landestourismusorganisationen entwickelt hat.

T-MONA gibt es seit 2004 und wird im Zwei-Jahres-Rhythmus durchgeführt. In den ersten beiden T-MONA Jahren (jeweils Sommer und Winter 04/05 und 06/07) wurden Österreichweit insgesamt 38.000 Interviews mit Österreichurlauber/innen durchgeführt. Für die kommende Befragungswelle (Mai 2008 bis April 2009) werden voraussichtlich weitere 22.000 Interviews durchgeführt und in das System eingespeist.

Damit zählt T-MONA europaweit zu den größten und effektivsten Gästebefragungen. Die intensive Zusammenarbeit aller Teilnehmer/innen machte dies möglich!

### **T-MONA.Die Teilnehmer.**

Neben der Österreich Werbung (ÖW), dem BMWA, der WKÖ und den neun Landestourismusorganisationen (LTO) nehmen bereits zahlreiche Regionaltourismusorganisationen (RTO) an T-MONA teil.

Durch die Interviews der ÖW und der LTO werden repräsentative Ergebnisse für Österreich gesamt und auf Bundeslandebene gewonnen. Tourismusregionen können zusätzlich Interviews beauftragen um repräsentative Ergebnisse für die eigene Region zu erhalten.

Die Interviewergebnisse werden in einer interaktiven und einfach bedienbaren Onlinedatenbank gespeichert. Im Laufe der letzten Jahre wurden von der ÖW, den neun LTO und den 35 Tourismusregionen rund 38.000 Interviews durchgeführt.

Je mehr Teilnehmer, desto valider die Ergebnisse!



- ▶ Zielgruppenportfolios,
- ▶ Positionierungsanalysen,
- ▶ Importance-Performance: Welche Faktoren sind ausschlaggebend für die Gesamtzufriedenheit und die Wiederbesuchsabsicht?,
- ▶ Zeitvergleiche über die verfügbaren Befragungszeiträume.

#### **T-MONA.Ist Besonders.**

Was kann T-MONA, was andere Gästebefragungssysteme nicht können?

- ▶ Onlineauswertung: Die Daten aus den Interviews werden so rasch wie möglich in einer gemeinsamen Datenbank gesammelt und stehen den T-MONA Teilnehmern auf Knopfdruck als Grafik oder Tabelle online zur Verfügung.
- ▶ Benchmarking: Gäste werden sehr oft in einmaligen Aktionen nach ihren Vorlieben befragt. Der Nachteil solcher Gästebefragungen ist, dass für die eigenen Ergebnisse keine Vergleiche mit anderen Regionen oder Bundesländern möglich sind. Mit T-MONA können nun die eigenen Ergebnisse den (anonymisierten) Daten von anderen T-MONA Teilnehmern gegenüber gestellt werden.
- ▶ Benutzerorientiert: T-MONA ist ein einfach bedienbares und anwendbares System. Es erfordert keine besonderen Kenntnisse: Die Ergebnisse können mit Hilfe von drop-down Menüs leicht nach Zielgruppen gefiltert (z. B. "nur Wanderurlauber" oder "nur Familien mit Kindern") und zusätzlich nach Nationalität, Geschlecht, Alter, Unterkunftsart und vielem mehr segmentiert werden.

#### **T-MONA.Im Internet.**

Mehr Informationen über das T-MONA Studienangebot der ÖW, Downloads von Gratisinformationen und Bestellmöglichkeiten sind unter [www.austriatourism.com/tourismusforschung](http://www.austriatourism.com/tourismusforschung) zu finden!

Um die Möglichkeit von T-MONA an einem Beispiel zu verdeutlichen, werden hier Erkenntnisse über Radurlaube im Anschluss beispielhaft dargestellt.

### **T-MONA - Radurlauber/innen in Österreich - Kurzporträt, Sommer 2006**

Radfahren zählt zu den beliebtesten Aktivitäten im Österreichurlaub: 20 % der Gäste geben an, während des Urlaubs häufig oder gelegentlich Rad zu fahren. Am fleißigsten sind dabei die Österreicher/innen selbst: In dieser Gästegruppe liegt der Anteil der Radfahrer/innen sogar bei 23 %. Damit liegt Rad fahren gleich nach „wandern“ und „baden in Hallenbädern oder Seen“ an dritter Stelle der beliebtesten Sportarten, die von Sommerurlauber/innen in Österreich betrieben werden.

10 % sagen sogar, dass es sich bei ihrem Urlaubsaufenthalt explizit um einen „Radfahr- bzw. Mountainbikeurlaub“ handelt, bei dem Radsportarten im Vordergrund des

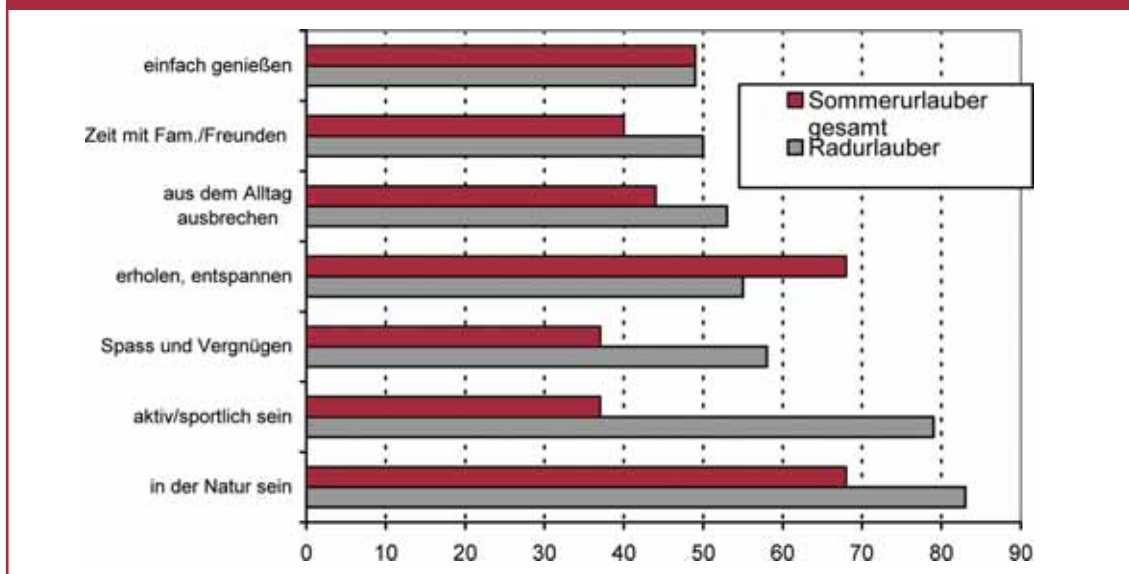


Urlaubsprogramms stehen. „Rad- und Mountainbikeurlaub“ tritt häufig in Kombination mit „Wander- oder Badeurlaub“ auf; viele Radurlauber/innen bezeichnen ihren Aufenthalt generell als „Aktivurlaub“.

#### Jung. Dynamisch. Sportlich. Männlich.

Diese sehr sportlichen, eher jüngeren und häufiger als sonst männlichen Urlauber (Radurlauber/innen sind mit durchschnittlich 47 Jahren um 4 Jahre jünger als der österreichische Sommergast insgesamt), wollen vor allem drei Dinge während ihres Aufenthalts: Aktiv und sportlich sein, Spaß und Vergnügen und das absolute "must be" - einfach in der Natur sein. Ihre Aktivitäten kreisen rund um das Thema Sport, allen voran selbstverständlich das Rad fahren und Mountainbiken; aber auch wandern, baden, joggen, laufen oder "Nordic Walking" stehen sehr häufig auf den Reiseunterlagen der Radurlauber/innen.

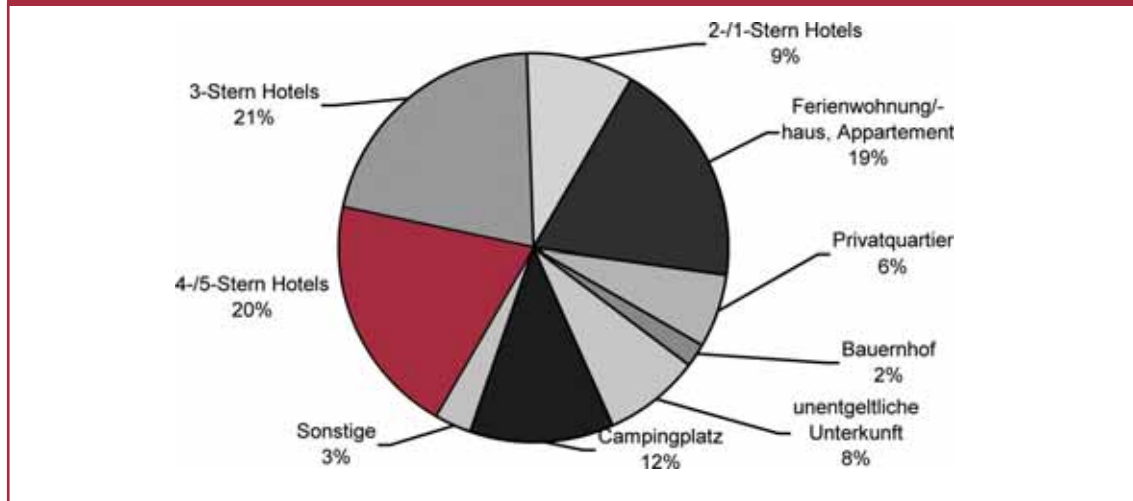
Abbildung 5: Urlaubsmotive der Radurlauber/innen 2006



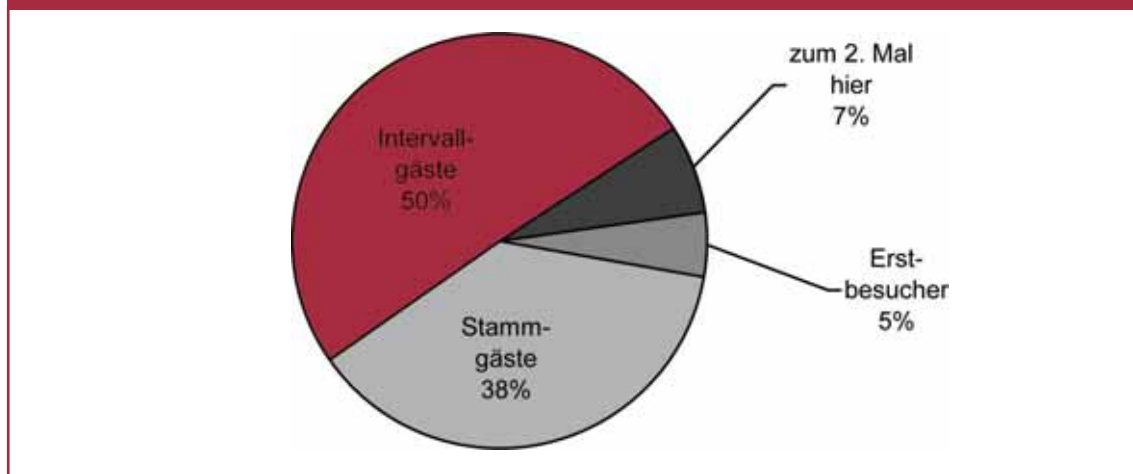
#### Individuell und schlicht - das besticht!

Nach diesem Motto stellt sich der/die Radurlauber/in seine/ihre Reise zusammen: Pauschalreisen werden selten in Anspruch genommen, bei der Unterkunft kommen auch häufiger als beim/bei der durchschnittlichen Sommerurlauber/in einfache Quartiere in Frage: Es muss nicht immer ein 4-/5-Sterne Hotel sein!

Niederländische Radurlauber/innen fragen vor allem Campingplätze und Ferienwohnungen/-häuser nach; Österreicher/innen beanspruchen gerne Hotels der 3 Sterne-Kategorie. Nobel logieren Radurlauber/innen aus der Schweiz: 53 % steigen in 4-/5-Sterne Häusern ab (im Vergleich Deutschland: 20 %; Österreich: 15 %; Niederlande: 12 %).

Abbildung 6: **Unterkunftsart im Überblick – Radurlauber/innen 2006****Gut informiert und treu.**

Der/die Radurlauber/in weist im Vergleich zum/zur Sommerurlauber/in kein spezifisches Informationsverhalten auf. Die relative Mehrheit ist bereits bestens über den Urlaub informiert und benötigt keine Informationen. Insgesamt sind 38 % der Radurlauber/innen Stammgäste in Österreich, weitere 50 % waren schon mindestens zwei Mal in Österreich, kommen aber nicht ganz so regelmäßig wie die Stammgäste.

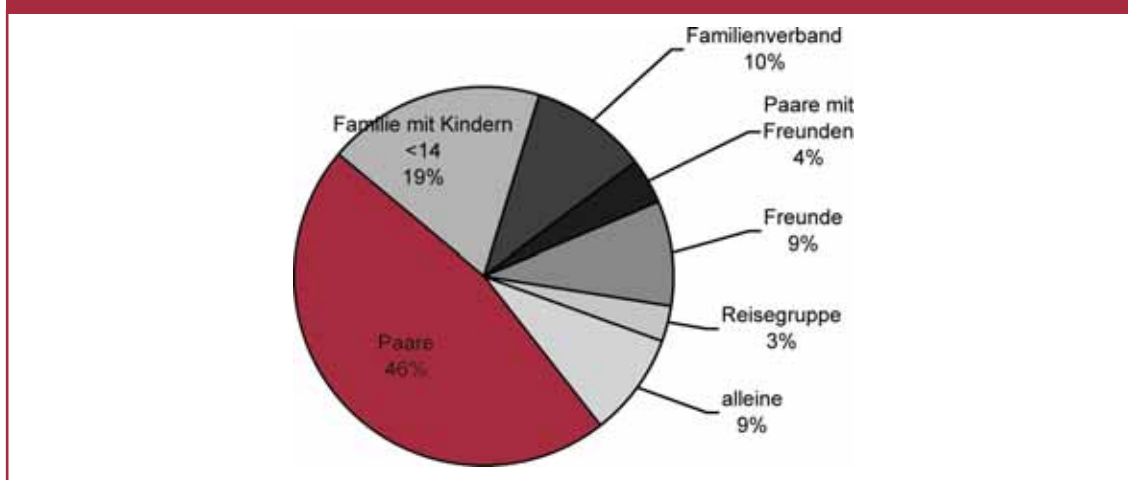
Abbildung 7: **Bisherige Besuchserfahrung der Radurlauber/innen 2006**

### Familien fahren Rad.

Mit wem verreist der/die Radurlauber/in am liebsten? Der bevorzugte Reisekompagnon ist und bleibt der/die Partner/in: Fast die Hälfte (46 %) verbringt den Urlaub zu zweit, bei den Schweizer/innen sind sogar drei von vier Radurlauber/innen mit dem/der Partner/in unterwegs. Trotzdem liegen die Radurlauber/innen damit unter dem Durchschnitt der Sommerurlauber/innen, die zu 50 % mit dem/der Partner/in unterwegs sind.

Dafür punktet das Thema Radurlaub stärker bei Familien mit Kindern unter 14 Jahren: Jede/r fünfte Befragte (19 %) verreist mit der Familie, in der Gruppe der österreichischen Radurlauber/innen sind es sogar 21 %.

Abbildung 8: Reisebegleitung der Radurlauber/innen; Sommer 2006



### 2.7.3 Tourismus in Österreich 2007 - Ein Überblick in Zahlen

Die Erfolgsstory des österreichischen Tourismus dokumentiert das Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit (BMWA) in Kooperation mit Statistik Austria und Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ) mit einer im Mai 2008 veröffentlichten Publikation. Diese Publikation bietet statistische Informationen über Bedeutung, Struktur und Entwicklung des Tourismus in Österreich und gibt Aufschluss über die Gästeströme aus dem In- und Ausland, die Struktur der Beherbergungsindustrie und die makroökonomische Bedeutung des Tourismus im Hinblick auf Wertschöpfung und Beschäftigung. Dargestellt werden auch die Reisegewohnheiten der Österreicher/innen im Wandel der Zeit.

Ziel des vorliegenden Berichtes ist es, allen Verantwortlichen im österreichischen Tourismus eine zusätzliche Informationsquelle und Entscheidungshilfe zu bieten.

Die Publikation steht auf der Homepage des BMWA unter [www.bmwa.gv.at/tourismus](http://www.bmwa.gv.at/tourismus) - Tourismusstatistik zur Verfügung.

---

## 3 STRATEGIEN / INITIATIVEN / ARBEITSFELDER

### 3.1 Studien

Im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit (BMWA) werden Studien zu aktuellen Themen der österreichischen Tourismus- und Freizeitwirtschaft und als Basis für die Strategieentwicklung erstellt.

#### Nationale Studien

Grundlagenstudie "Architektur macht Gäste" über den Zusammenhang zwischen Architektur und Wirtschaftlichkeit im Tourismus

Auftragnehmer: pla'tou - plattform für architektur im tourismus, Wien

Inhalt: Architektur und Baukultur können einen wesentlichen Beitrag zur Identitätsbildung und Marktpositionierung eines Unternehmens, einer Gemeinde oder einer Region leisten. In dieser Studie wurde die Bedeutung von Architektur im Tourismus als Instrument der Produktgestaltung untersucht und dargestellt. Darüber hinaus wurden die Nachhaltigkeit und der wirtschaftliche Nutzen guter Architektur für die Bereiche Hotellerie, Gastronomie und andere touristische Einrichtungen analysiert und dokumentiert.

#### Studien im Rahmen des Klimaforschungsprogramms StartClim2006

Die Sensitivität des Sommertourismus in Österreich auf den Klimawandel

Auftragnehmer: Institut für touristische Raumplanung, Tulln

Inhalt: Die Untersuchungen der verschiedenen Nachfragesegmente im Sommertourismus ergaben, dass vor allem der Alptourismus, der Seentourismus und der Donautourismus vom Klimawandel betroffen wären. Für den Kongress-, Städte- und Gesundheitstourismus ist hingegen nur von einer geringen Betroffenheit auszugehen. Anders als für den Wintertourismus, ergaben sich für die sensitiven Segmente im Sommertourismus vorwiegend positive Auswirkungen. Am meisten dürfte der Seentourismus profitieren.

Auswirkungen des Klimawandels auf das klimatische Tourismuspotenzial

Auftragnehmer: Zentralanstalt für Meteorologie und Geodynamik, Wien

Inhalt: Die Analyse von Klimaszenarien für den Zeitraum 2021 - 2050 zeigt, dass sich die Vor- und die Nachsaison im Sommertourismus verlängern könnten. Dem positiven Trend - längere Perioden, die sich thermisch für Freizeit und Erholung eignen - stehen zunehmender Hitzestress, mehr schwüle Tage und eine leichte Erhöhung der Tage mit lang anhaltenden Niederschlägen gegenüber.

---

See-Vision: Einfluss von klimabedingten Wasserschwankungen im Neusiedler See und die Wahrnehmung und das Verhalten von Besucherinnen und Besuchern

Auftragnehmer: Universität für Bodenkultur, Wien

Inhalt: Die Studie ergab, dass für die meisten Urlaubsgäste eine eingeschränkte Bademöglichkeit im See nicht entscheidend ist, solange diese noch ein ansprechendes Bild des Sees vor Augen haben. Eingeschränkte Bademöglichkeiten könnten durch Pools und Bäder kompensiert werden. Anders sehen dies die vielen Tages- und Wochenendbesucher/innen: Hier wird mit deutlichen Einbußen in den Bereichen Baden und Segeln gerechnet. Ein Potenzial an Adaptionsmöglichkeiten zeigt sich bei den Urlaubsgästen aufgrund des hohen Interesses an natur-, kultur- und weinbezogenen Angeboten in der Neusiedler See-Region.

### **Laufende Studie im Rahmen von StartClim2007**

Alpiner Sommertourismus in Österreich und mögliche Wirkungen vom Klimawandel - ALSO WIKI

Auftragnehmer: Österreichisches Institut für Raumplanung, Wien

Inhalt: Ziel der Studie ist es, Zukunftsbilder des alpinen Sommertourismus vor dem Hintergrund zu erwartender Klimatrends zu erarbeiten. Auf Basis von Tourismus- und Klimaprofilen für vier ausgewählte Destinationen werden Aussagen zu Veränderungen und Einflussgrößen in Bezug auf die touristische Angebots- und Nachfragestruktur, die Wettbewerbsbedingungen sowie die kleinklimatischen Rahmenbedingungen abgeleitet.

## **3.2 Ausgewählte Themen**

### **3.2.1 Modellregionen**

Das BMWA stellte am 10. April 2008 das Projekt "touristische Modellregionen" der Öffentlichkeit vor.

Die Errichtung von "touristischen Modellregionen" ist im Regierungsprogramm vorgesehen und wurde auch vom Tourismusausschuss des Nationalrats gefordert.

Nach einer Definition des BMWA umfasst eine "touristische Modellregion" mindestens zwei oder mehrere Gemeinden, die im Tourismusbereich kooperieren oder organisatorisch verbunden sind, die eine geographische/soziale Einheit bilden oder/und über eine abgrenzbare, gemeinsam genutzte tourismusrelevante Infrastrukturausstattung (z. B. Skigebiet, angebotstechnische Zusammenschlüsse, ...) verfügen.

---

Im Projekt des BMWA "touristische Modellregionen" wurden vier engagierte Tourismusregionen gesucht, die sowohl geographisch als auch thematisch einen repräsentativen Querschnitt der österreichischen Tourismuslandschaft darstellen, die an einem Auf- bzw. Ausbau des Ganzjahrestourismus bzw. Saisonverlängerung, an nachhaltigem, integriertem Wirtschaften sowie an Innovationen im Tourismus interessiert sind und auch bereit sind, Projektergebnisse nach außen zu dokumentieren. Es geht dabei nicht darum, mit hohem Mitteleinsatz völlig neue touristische Infrastrukturen zu schaffen, sondern mit den vorhandenen Ressourcen durch strategische Weichenstellungen sowie interne Schwerpunktsetzungen nachhaltige Verbesserungen zu erzielen.

Alle Einreichungen wurden einer Vorauswahl unterzogen, die Regionen mit den interessantesten und engagiertesten Vorhaben erhielten am 25. Juni 2008 die Möglichkeit, ihre Projekte vor einer unabhängigen Jury zu präsentieren. Die vier von der Jury ausgewählten Regionen sind:

- ▶ Ferienregion Reutte und Verein Naturpark Tiroler Lech
- ▶ Montafon
- ▶ Steirisches Thermenland
- ▶ Region Wörthersee

Die Entwicklung dieser Regionen soll in Folge (auch mit finanzieller Unterstützung des BMWA) bis Ende 2009 begleitet und dokumentiert werden, Erfahrungen und Ergebnisse sollen nach Projektende anderen Regionen zugänglich gemacht werden.

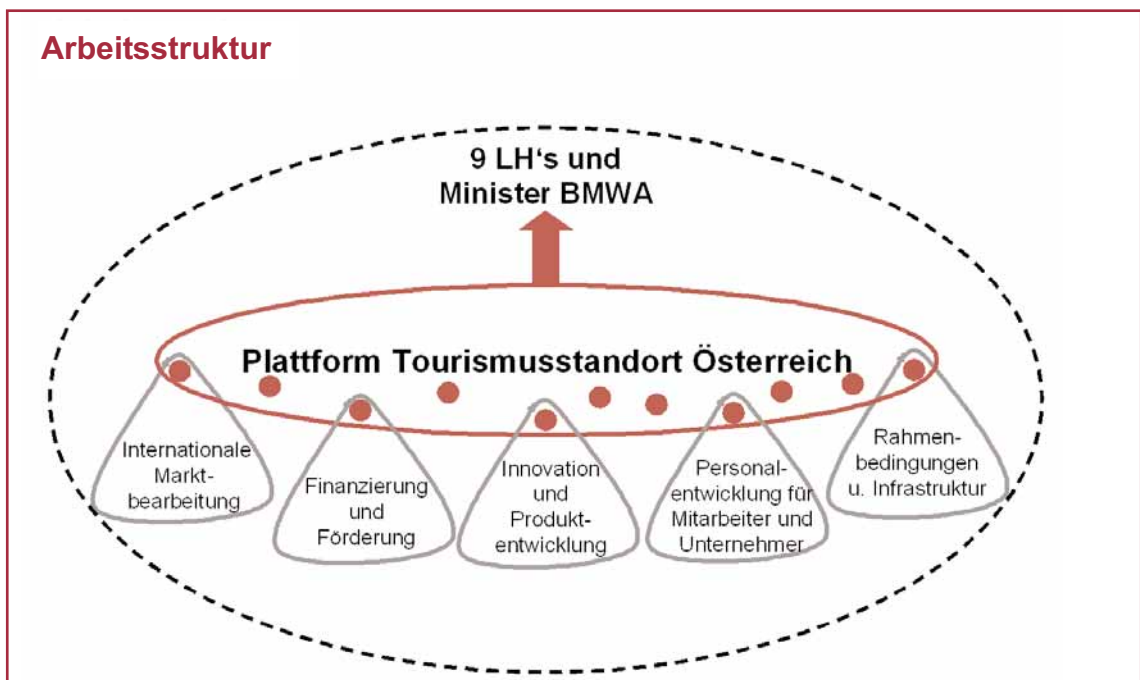
### **3.2.2 Tourismusplattform Bund/Bundesländer**

Das Parlament hat in einer EntschlieÙung vom 4. Juli 2007 Herrn Bundesminister Dr. Bartenstein aufgefordert, mit den Bundesländern Verhandlungen aufzunehmen, um eine strategische Zielrichtung der Tourismuspolitik für Österreich sicherzustellen.

Die Sektion Tourismus und Historische Objekte im BMWA hat eine Tourismusplattform Bund/Bundesländer ins Leben gerufen. Ziel dieser Initiative ist die von Bund und Ländern getragene nachhaltige Sicherung des Tourismusstandorts Österreich und die Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit der Tourismusbranche. Die föderale Grundstruktur des österreichischen Tourismus erlaubt hier nur eine moderne Form der freiwilligen Zusammenarbeit - eine Form, die den eigenen Nutzen der Zusammenarbeit in eine enge Verbindung mit einem Gesamtnutzen für den Tourismusstandort Österreich stellt. Die Landeshauptleute kamen dem Ersuchen des Bundesministers um Nominierung hochrangiger Vertreter nach. Die erste Sitzung der neuen Plattform Bund/Bundesländer fand

im Oktober 2007 im BMWA statt, im Jänner und April folgten weitere Workshops. Bund und Länder kamen überein, gemeinsam ein Zukunftsbild 2015 für den Tourismusstandort Österreich zu erarbeiten. Es sollen jedoch nicht alle Aspekte des Tourismus behandelt werden, sondern nur jene Bereiche, in denen ein gemeinsames Vorgehen von Bund und Ländern Synergien zu erwarten sind.

Folgende Arbeitsgruppen wurden eingerichtet:



Gemeinde- und Städtebund wurden eingeladen, im Rahmen der Arbeitsgruppe "Infrastruktur" aktiv mitzuarbeiten.

Weitere Workshops sind für September und Oktober geplant.

### 3.2.3 Nationalparks

**Nationalparks in Österreich - Mag. Viktoria Hasler, Lebensministerium, Abt. II/4**

Anfang des 20. Jahrhunderts wurde in Schweden der erste europäische Nationalpark gegründet. Die von den USA ausgehende Idee fand weltweit Anklang und bis heute gehören mehr als 3800 Gebiete dieser Schutzgebietskategorie an. In Österreich kann man auf eine mehr als 25-jährige Geschichte der Nationalparkbewegung zurückblicken. 1981 wurde mit dem Kärntner Teil des Nationalparks Hohe Tauern der erste Nationalpark gegründet, der jüngste Nationalpark ist der Nationalpark Gesäuse mit dem Gründungsjahr 2002.



---

Derzeit bestehen in Österreich sechs Nationalparks, die mit insgesamt 2.376 km<sup>2</sup> rund 3 % der Staatsfläche einnehmen. Der Nationalpark Neusiedler See-Seewinkel und der Nationalpark Thayatal sind grenzüberschreitend mit Ungarn bzw. Tschechien errichtet. Der Verzicht auf jede wirtschaftliche Nutzung auf mindestens 75 % der Fläche ist eine Zielsetzung der österreichischen Nationalparkpolitik und Voraussetzung für die weltweite Anerkennung als Nationalpark durch die internationale Naturschutz-Union IUCN. Mittlerweile besitzen alle sechs österreichischen Nationalparks dieses Prädikat.

Ein Großteil der österreichischen Nationalparks stand zu Beginn im Spannungsfeld zwischen Naturschutz und wirtschaftlichen Überlegungen, wie beispielsweise der Wasserkraftnutzung oder Erschließungsprojekten für den Wintertourismus. Dem kooperativen Zusammenwirken von Umweltorganisationen, örtlicher Bevölkerung und politischen Entscheidungsträgern ist es zu verdanken, dass sich letztendlich der Schutzgedanke durchsetzen konnte.

Heute sind die österreichischen Nationalparks nicht nur Umweltbildungszentren, sondern auch erfolgreiche regionale Leitprojekte und Anziehungspunkte für Besucher/innen aus aller Welt. Mit modernem Management und insgesamt mehr als 300 engagierten Mitarbeiter/innen ist es gelungen, allen Bevölkerungsschichten und Altersgruppen ein hochwertiges Naturerlebnis anbieten zu können. Die Nationalparkverwaltungen besitzen ausgezeichnete Infrastruktur-Einrichtungen, wie Besucherzentren, Informationsstellen oder Forschungswerkstätten. Themenwege, Ausstellungen und Exkursionen runden das Programm für Besucher/innen ab. Die jährlich erstellten Besucherbilanzen zeigen das große Interesse an diesen Angeboten. Jährlich sind etwa 80.000 Schüler/innen im Rahmen von Projekttagen in den Nationalparks unterwegs. 2007 wurden knapp 400.000 Besucher/innen in den Besucherzentren gezählt und an den zahlreichen Exkursionen und geführten Wanderungen nahmen 32.000 Naturinteressierte teil.

Das Lebensministerium lässt in regelmäßigen Abständen die Besucherbilanzen, touristischen Auswirkungen und die Besucherzufriedenheit evaluieren. Laut Gallup-Umfrage gibt es hervorragende Werte für das vielfältige Programmangebot, das Niveau der Führungen und den Naturerlebnenswert. Gelobt wird auch die Kompetenz der Nationalparkmitarbeiter/innen, die die Exkursionen und geführten Wanderungen durchführen. Insgesamt haben drei Viertel der befragten Personen einen sehr guten Gesamteindruck von ihrem Aufenthalt mitgenommen, 36 % gaben an, dass ihre Erwartungen sogar übertroffen wurden und 96 % hat der Besuch so gut gefallen, dass sie wieder einen Nationalpark besuchen wollen. Eine Angebotsverbesserung ist lediglich bei der Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln anzustreben.

---

Darüber hinaus ist das Lebensministerium Koordinator und Initiator für gemeinschaftliche Aktionen unter der Dachmarke "Nationalparks Austria". Damit soll nach außen hin die Einheit der Nationalparks dokumentiert werden. Nach innen werden Synergien genützt, um die Effizienz des Nationalpark-Managements zu optimieren. Als Beispiele für Aktionen unter dem Dach "Nationalparks Austria" seien hier angeführt: Publikationen (z. B. Broschüre für Schulprojektwochen, Forschungsberichte, Info-Folder, Studien), Universum-Filme, Fernseh- und Zeitungsbeiträge, Inserate, Kampagnen, Ausstellungen, Ausschreibung eines Forschungspreises etc..

In den österreichischen Nationalparks wird unberührte Wildnis, die weitgehend unbeeinflusst von menschlichen Eingriffen ist, gefördert. Dies erfordert Weitblick und Umsicht, da diese Entwicklung auch widerstreitende Gefühle im menschlichen Denken mit sich bringt. Viele Menschen empfinden Wildnis als unkontrollierbaren Faktor. Die Nationalparks tragen dazu bei ein Umdenken einzuleiten.

### **Task Force Nationalparks**

Tourismus ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor und Arbeitsplatzmotor in Österreich, dem Tourismus kommt auch in den Nationalparks zunehmende Bedeutung zu.

Vom Tourismusausschuss des Nationalrates erging an den Bundesminister für Wirtschaft und Arbeit sowie an den Bundesminister für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft für die Nationalparks das Ersuchen, eine optimale ganzheitliche Strategie zu erarbeiten, die neben den Aspekten Umweltschutz, Landwirtschaft, Arten- und Naturschutz auch die tourismuswirtschaftlichen Möglichkeiten berücksichtigt. Das BMWA hat diesen Auftrag aufgegriffen und hat zur Umsetzung des tourismusrelevanten Teils die NP-Direktoren zu einem ersten Workshop im Juni 2008 geladen. Ziel ist die Bildung einer Task Force und die Erarbeitung einer gemeinsamen Zukunftsstrategie.

Weitere Infos unter [www.nationalparksaustria.at](http://www.nationalparksaustria.at).

### **3.2.4 Klimawandel**

Das Thema Klimawandel wird für die Tourismuswirtschaft zunehmend bedeutend. Die Sektion Tourismus und Historische Objekte im BMWA beteiligt sich daher inhaltlich und finanziell am österreichischen Klima(folgen)forschungsprogramm StartClim, um die Auswirkungen des Klimawandels auf den Bereich Tourismus wissenschaftlich untersuchen und mögliche Anpassungsmaßnahmen erarbeiten zu lassen.

Als Maßnahme zum Klimaschutz laufen auf europäischer Ebene Verhandlungen, den

Flugverkehr in den Europäischen Emissionshandel einzubeziehen.

## StartClim

Das österreichische Forschungsprogramm StartClim setzt sich seit Anfang 2003 mit den Themen zum Klimawandel und seinen Auswirkungen auseinander. StartClim versteht sich als Impulsgeber, greift neue Themen auf, bearbeitet wissenschaftlich fundiert, flexibel und praxisorientiert aktuelle Fragestellungen. Die Finanzierung erfolgt durch ein offenes und jeweils projektabhängiges Geldgeberkonsortium. Die wissenschaftliche Leitung und Koordination aller Projekte obliegt Univ.-Prof. Dr. Helga Kromp-Kolb, Universität für Bodenkultur, Wien. Im Rahmen von StartClim2006 wurden erstmals drei Studien betreffend mögliche Auswirkungen des Klimawandels auf den Tourismus initiiert, welche im Herbst 2007 veröffentlicht wurden:

1. Die Sensitivität des Sommertourismus in Österreich auf den Klimawandel  
siehe Kapitel 3.1

2. Auswirkungen des Klimawandels auf das klimatische Tourismuspotenzial  
siehe Kapitel 3.1

3. See-Vision: Einfluss von klimabedingten Wasserschwankungen im Neusiedler See und die Wahrnehmung und das Verhalten von Besucherinnen und Besuchern  
siehe Kapitel 3.1

4. Alpiner Sommertourismus in Österreich und mögliche Wirkungen vom Klimawandel - ALSO WIKI (laufende Studie im Rahmen von StartClim2007)  
siehe Kapitel 3.1

Weitere Informationen zum Forschungsprogramm StartClim und zu den bisherigen Ergebnissen bietet die Internetseite [www.austroclim.at/startclim](http://www.austroclim.at/startclim).

### 3.2.5 Creative Austria



Im Kulturtourismus verbinden sich das international geschätzte Kulturland Österreich und die exzellente Tourismuskompetenz unseres Landes zu einem weltweit bedeutsamen touristischen Top-Angebot. Um Österreichs starke internationale Positionierung als Kulturtourismusland auf den Zukunftsmärkten des internationalen Kulturtourismus zu sichern, mussten strategische Überlegungen angestellt werden. Aus diesem Grund

wurde 2004 das Programm "Culture Tour Austria" gestartet.

Im Mai 2006 haben sich dann die nachstehenden Organisationen zu einer Arbeitsgemeinschaft zusammengeschlossen, um ein modernes, progressives und zeitgenössisches Bild Österreichs auf dem Markt zu platzieren und das klischeehafte Österreich-Bild zu ergänzen und zu dynamisieren:

- ▶ WienTourismus und Kulturamt der Stadt Wien
- ▶ Linz Tourismus und Kulturhauptstadt Linz 2009
- ▶ Salzburg-Stadt-Tourismus und Salzburger Festspiele
- ▶ Vorarlberg Tourismus und Bregenzer Festspiele
- ▶ GrazTourismus und Kulturservicegesellschaft des Landes Steiermark

Im Februar 2007 erfolgte die Umbenennung der ARGE Culture Tour Austria in ARGE Creative Austria um eine Gleichschaltung des ARGE-Namens mit den Werbeaktionen zu gewährleisten. Dies war insbesondere deshalb sinnvoll, weil die Web-Adresse [www.creativeaustria.at](http://www.creativeaustria.at) als die mit Abstand einprägsamste und stimmigste Bezeichnung für die Produkte der ARGE ausgewählt wurde.

Der Creative Austria-Webguide verweist auf jene Hauptthemen, auf die sich die ARGE geeinigt hat: Bildende Kunst, Musik, Architektur, Film, Design, Literatur, Medien, Theater/ Tanz. Eine überregionale Darstellung dieser Genres ist in Österreich bislang wohl einzigartig. Unter Destinationen ist schließlich das regionale Angebot der ARGE-Mitglieder übersichtlich und zielgruppengerecht aufbereitet. Unter dieser Rubrik können auch die touristischen Leistungen der Destinationen abgerufen werden. Die Weiterentwicklung der Website in technischer aber auch in inhaltlicher Hinsicht ist eine der großen Aufgaben des Jahres 2008.

### Die Magazine

Bisher wurden vier Creative Austria Magazine mit dem Sujet des Künstlers Edgar Honetschläger produziert und bei Kulturveranstaltungen verteilt. Diese Veranstaltungen waren im Jahr 2007 insbesondere:

Kunstbiennale, Venedig	Wiener Festwochen, Wien
Art Basel, Basel	ICSS, New York
documenta, Kassel	Lifeball, Wien
Skulptur, Münster	Vienna Fashion Week, Wien
Bregenzer Festspiele, Bregenz	Tendence Lifestyle, Frankfurt
7Festival Fashion & Photography	London Design Festival, London
Bachmann Preis, Klagenfurt	Ars Electronica, Linz

Salzburger Festspiele, Salzburg  
Filmbiennale, Venedig  
Frankfurter Buchmesse

Crossing Europe, Linz  
Freeze Art Fair, London

Bei den Verteilaktionen wird weiterhin bewusst ein Vertriebsweg abseits der gewohnten Wege des Tourismusmarketings gewählt um sicherzustellen, dass auch neue Interessentenkreise ergänzend zur klassischen Tourismuswerbung angesprochen werden können.

#### Neue Projekte

Die Kooperation mit der Österreich Werbung (ÖW) wird weiter ausgebaut. Durch die Unterstützung der ÖW aber auch des BMWA wird es 2008 erstmals möglich sein, das Angebot der ARGE-Destinationen auf kulturrelevanten Sendeflächen ins Fernsehen zu bringen. Darüberhinaus wird der Vertrieb der Magazine durch Beilagen bei Printmedien ausgebaut.

Die Akzeptanz bei den Kunst- und Kulturschaffenden war von Beginn an groß. Der Trend, auf die Creative Industries zu setzen, ist international spürbar. Eine Kooperation wie jene von Creative Austria ist wohl auch im internationalen Wettbewerb einmalig und auch weiterhin Erfolg versprechend. Und abschließend: Der Markt, die potentiellen Besucher/innen reagieren sehr positiv auf dieses komprimiert und zielgruppengerecht zusammengestellte Angebot der ARGE.

### 3.2.6 Webmark HOTELLERIE

Im Auftrag des BMWA, der Bundesländer und des Fachverbandes Hotellerie der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ) wurde von der Firma MANOVA "WEBMARK Hotellerie", eine Benchmarking-Lösung für die gesamte österreichische Hotellerie, entwickelt. Ziel dieses Projektes ist die Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit der einzelnen Betriebe und somit auch des gesamten Tourismusstandortes Österreich.

WEBMARK Hotellerie basiert auf dem Konzept eines Benchmarking-Systems. Hervorzuheben ist in diesem Zusammenhang, dass die Daten eines Betriebes nicht nur analysiert werden, sondern auch Vergleichswerten aus der Branche bzw. bestimmten Benchmarking-Gruppen gegenüber gestellt werden. Durch dieses Tool soll Wissen geschaffen werden: die Betriebe sollen durch den Vergleich einen besseren Einblick in ihre Unternehmenslage bekommen und dadurch erkennen, in welchen Bereichen sie gezielt mit Verbesserungen ansetzen sollen. Auf Regions-, Landes- bzw. Bundesebene ergeben sich Gesamtzahlen bzw. Durchschnittswerte, welche z. B. als Grundlage für Qualitäts- bzw. Qualifizierungsoffensiven herangezogen werden können.

---

WEBMARK Hotellerie deckt eine Bandbreite von Kennzahlen der unterschiedlichsten Unternehmensbereiche ab. Quantitative und qualitative Module sollen den Hoteliers bzw. den übergeordneten Institutionen einen Überblick über den gesamten Betrieb bzw. über die Gesamtheit der betrieblichen Leistungen liefern.

Die Unternehmen können zwischen verschiedenen Modulen auswählen:

- ▶ Im quantitativen Bereich sind dies: der Trendmonitor (monatlicher Vergleich der wichtigsten (Kenn-) Zahlen) und der Bilanzmonitor (Jahresvergleich Bilanz und GuV-Rechnung).
- ▶ Im qualitativen Bereich sind dies: die Kund/innenzufriedenheitsbefragung (SAMON Satisfaction MONitoring) und die Mitarbeiter/innenzufriedenheit (MAZU).

Mit der ÖHV, Deloitte, STAHR.net, der ÖHT und der HOGAST konnten Kooperationen im Sinne eines gemeinsamen Benchmarking-Systems eingegangen werden.

Nach intensiven Vorbereitungsarbeiten und mit der Unterstützung vieler Tourismusexpert/innen wurde WEBMARK Hotellerie im November 2006 gestartet. Es konnten auch schon einige Erweiterungen, wie z. B. die Integration des ÖHT-Ratings in den Bilanzmonitor, die Errechnung des Investitionsvolumens anhand des Kapitalflusses und die Erneuerung in der Struktur vorgenommen werden, um die Benutzerfreundlichkeit des Systems zu erhöhen. Darüber hinaus ist geplant, ein weiteres Tool in das bestehende System zu integrieren: einen Energiemonitor für die österreichische Hotellerie. Dieser Monitor soll dem/der Unternehmer/in einen Überblick über die Energieeffizienz seines Betriebes im Vergleich zu ähnlichen Betrieben ermöglichen und ist somit Basis für die Optimierung seines Energieeinsatzes.

Derzeit stehen Vergleichsdaten von bis zu 200 Hotels mit monatlichen Ergebnissen und 1.100 Bilanzen zur Verfügung.

### **3.2.7 Export- und Kooperationsplattform für österreichisches Tourismus Know-how: [www.tourism-knowhow.at](http://www.tourism-knowhow.at)**

Die Internetplattform [www.tourism-knowhow.at](http://www.tourism-knowhow.at) ist seit 2. April 2007 erfolgreich in Betrieb. Namhafte österreichische Anbieter von touristischem Know-how nutzen das Forum, um ihre Kompetenzen national und international zu präsentieren.

[www.tourism-knowhow.at](http://www.tourism-knowhow.at) wurde vom BMWA ins Leben gerufen, um das österreichische Know-how im Tourismus darzustellen, internationale Kooperationen zu fördern und die Information und Kommunikation zu verbessern. Gemeinsam mit der Krems Research Forschungsgesellschaft mbH wurde ein zweisprachiges (EN, DE), benutzerfreundliches

---

Instrument für österreichische Anbieter und internationale Nachfrager nach touristischem Fachwissen geschaffen.

Für Interessent/innen aus dem Ausland, die auf der Suche nach tourismusspezifischer Expertise sind, ist es nun sehr einfach, mögliche Partner/innen zu finden. Die Plattform führt über unterschiedliche Suchmasken direkt zu österreichischen Organisationen oder Unternehmen mit entsprechenden Kompetenzen, die umgehend kontaktiert werden können. Es konnten im ersten Jahr bereits Zugriffe aus 104 Ländern verzeichnet werden.

Österreichische Anbieter wie Aus- und Weiterbildungsinstitutionen, Forschungseinrichtungen und Tourismusberatungsunternehmen können Mitglieder der Plattform werden und haben so die Möglichkeit, sich mit Kompetenzprofilen und Referenzprojekten international zu präsentieren.

Die Plattform bietet vor allem auch persönliche Beratung und Betreuung von Anbietern und Nachfragern durch die Betreiberin (Krems Research), eine Kooperationsbörse und Zugang zu wertvoller Information im internationalen Tourismusumfeld. Berichte über Trends, über die Entwicklung neuer Destinationen, Hinweise auf Exportchancen, Förderungen oder internationale Projektausschreibungen können direkt eingesehen werden.

Ein wesentliches Ziel ist es, den Bekanntheitsgrad der Plattform weiter zu steigern. Dies geschieht über internationale Veranstaltungen (eigene bzw. Teilnahme) sowie über die enge Kooperation mit der Außenwirtschaftsorganisation der WKÖ und anderen österreichischen Netzwerken und Organisationen.

Im BMWA wurden in diesem Zusammenhang im Oktober 2007 und März 2008 sehr erfolgreiche Veranstaltungen organisiert. Der Workshop im Oktober ermöglichte es den Mitgliedern der Plattform und internationalen Nachfragern über die Chancen dieses Instruments zu diskutieren. Die Präsentation der Plattform und ihrer Mitglieder im März vor ausländischen Vertretungen (Botschaften, Handelsdelegationen, Corps touristique) aus über 20 Staaten zeigte das große internationale Interesse für dieses Instrument.

### **3.2.8 Architektur macht Gäste**

Zeitgenössische, gute Architektur und Baukultur können einen wesentlichen Beitrag zur Identitätsbildung und Markenprofilierung eines Unternehmens, einer Gemeinde oder einer Region leisten. Zu diesem Ergebnis kommt die Studie "Architektur macht Gäste", die im Rahmen des gleichnamigen Architektursymposiums vom 10. bis 11. Oktober

2007 in Bregenz vorgestellt wurde.

Im Auftrag des BMWA, der WKÖ/WIFI und Vorarlberg Tourismus wurden von "pla'tou - plattform für architektur im tourismus" erstmals Daten über den Zusammenhang zwischen Architektur und Wirtschaftlichkeit im Tourismus gesammelt.

Für 88 % der 300 befragten Unternehmer/innen von Tourismusbetrieben in ganz Österreich, die für den Neu- oder Umbau ihres Betriebes hochwertige, zeitgenössische Architektur eingesetzt haben, hat sich die Investition gelohnt. Mehr als die Hälfte der Befragten gab an, dass ihre wirtschaftlichen Kennzahlen über dem Branchendurchschnitt liegen. Umsatz und Besucherzahlen seien meist um 25 % gestiegen. Für fast alle Befragten haben sich die Erwartungen hinsichtlich einer Differenzierung von Mitbewerber/innen und der Attraktivität für neue Gästeschichten voll erfüllt. Oft wird zeitgenössische Architektur als wesentlicher Bestandteil im Marketing eingesetzt. Raumqualität, Funktionalität, Lebensstil und Zeitgeist können so vermittelt und zu einer nachhaltigen Wertschöpfung und Entwicklung im Tourismus beitragen.

### **3.2.9 Tourismus ohne Barrieren**

In der EU leben an die 130 Millionen, in Österreich etwa 800.000, sinnes- oder mobilitätseingeschränkte Personen. Das BMWA hat daher seit vielen Jahren mehrfach Initiativen gesetzt, das touristische Angebot auch für diesen Personenkreis, der sich von hoher Reisefreudigkeit auszeichnet, zugänglich zu machen und diese Zielgruppe über die speziellen Angebote zu informieren.

Mit dem Staatspreis Tourismus 2001 zum Thema "Tourismus ohne Barrieren" begann eine Reihe an Wettbewerben und Initiativen, um innovative Projekte im barrierefreien Tourismus zu fördern. Daraus wurde der Wanderpreis "Friends of Fairness". Aufgrund der ständigen Entwicklung neuer technischer Möglichkeiten wurde der Wettbewerb "Friends of Fairness" 2007 unter das Motto "Innovative Technologien für barrierefreien Tourismus" gestellt. Als Preisträger ging das Museum Inntal Volkshaus in Ried für seine barrierefreie Gestaltung der Ausstellung "Rieder Stadtgeschichte" hervor. Weitere Projekte im musealen Bereich waren u. a. der taktile Kirchenführer Eferding, die virtuelle Visualisierung der Prunkräume Schloss Schönbrunn durch Ars Electronica Linz, Barrierefreies Erleben des Schlossberges mit Uhrturm in Graz sowie der Gedenkort Schloss Hartheim/Oberösterreich mit einem Café, das von Menschen mit besonderen Bedürfnissen betrieben wird. Integration ist auch das Ziel des Outdoor-Anbieters "FREIZEIT" für Menschen mit Behinderung in Schladming. Die Ausflugsziele Mariazeller Schwebebahn und Minimundus/Klagenfurt mit einem interaktiven 5-sprachigen Begleiter wurden ebenfalls mit einer Nominierung ausgezeichnet.



Insgesamt hat das BMWA in den letzten sieben Jahren fast 500.000 EUR für Projekte für Menschen mit Behinderung bewilligt.

Durch die technischen Entwicklungen und die wachsende Zahl von älteren bzw. gehandicapten Personen und das verbreitete Bewusstsein der Barrierefreiheit wurden neue Möglichkeiten für ein Informationsdesign im Tourismus für Alle geschaffen. Im Wege des Internet lassen sich Angebote rasch und aktuell verbreiten. Dies hat beispielsweise Oberösterreich Tourismus mit seiner Website [www.nohandicap.at](http://www.nohandicap.at) umgesetzt. Das BMWA hat die Informationsplattform Barrierefreier Tourismus [www.ibft.at](http://www.ibft.at) unterstützt, eine Datenbank, die Informationen über barrierefreie Angebote, Materialien und Studienergebnisse, über Aktivitäten und Neuerungen aus diesem Bereich sammelt und Fachtagungen durchführt. Die Datenbank ist kostenlos nutzbar und erfreut sich insgesamt steigender Zugriffsraten.

Weiters wurde die (vor allem auf die Steiermark spezialisierte) Urlaubsplattform [www.barrierefreierurlaub.at](http://www.barrierefreierurlaub.at) für behindertengerechte Angebote in den Kategorien Beherbergung, Ausflugsziele und Gastronomie mitunterstützt. Aktuell wurde zur Verbesserung der Servicequalität für barrierefreies Reisen in Österreich die Web 2.0 basierte Online-Plattform [www.nobattravel.at](http://www.nobattravel.at) erstellt, bei der Nutzer/innen Bewertungen abgeben, sich im Forum austauschen und Erfahrungsberichte einstellen können. Menschen mit Beeinträchtigungen können über eine interaktive Karte oder Auswahlboxen in 13 Kategorien und an Hand von 130 Merkmalen zielgerichtet einen geeigneten Beherbergungsbetrieb finden.

Es ist noch viel zu tun, um den österreichischen Tourismus allen zu ermöglichen. Daher wird das BMWA als Impulsgeber auch künftig weitere Initiativen starten und unterstützen.

### **3.2.10 (Universal) Design for All - ein intelligentes und nachhaltiges Planungskonzept**

Gastkommentar von Univ.-Lekt. Architektin DI Monika Anna Klenovec  
Technische Universität Wien - Architektur und Raumplanung, Bauphysik und Bauökologie; design for all - Zentrum für barrierefreie Lebensräume;  
Chair UN NGO Committee on Ageing, Vienna

Eine unübersehbare Tatsache ist unsere zunehmend älter werdende Gesellschaft. 2030 werden 32,1 % der Österreicher/innen über 60 Jahre alt sein. Aus dem übrigen Europa und Übersee liegen ähnliche Zahlen vor. Das heißt immer mehr Menschen werden altersbedingte zunehmende Mobilitäts- und Sinnesbeeinträchtigungen erleben.

---

Dabei gewinnt die Nutzungssicherheit der gebauten Umgebung, im Nahversorgungsbereich sowie im Freizeitbereich und beim Reisen immer größere Bedeutung. Diese Entwicklung fordert uns auf, die bisherigen Planungs- und Ausführungsgrundsätze in Richtung "barrierefreies Bauen" bzw. "(Universal) Design for All" zu überdenken und zu verändern. Hier stehen Planer/innen, Architekt/innen und Professionist/innen vor neuen Herausforderungen, denn sie haben diese Planungsgrundsätze in ihrer Ausbildung nicht gelernt. Auch heute noch kennen höchstens 15 % der Architekturabsolvent/innen das *Design for all* - Konzept, obwohl eine Europaratresolution eine entsprechende Ausbildung schon seit 2001 verpflichtend einfordert. Auch aus diesem Grund haben sich die langjährig anerkannten Expert/innen und Konsulent/innen des barrierefreien Bauens im Jahre 2006 im *Design for all - Zentrum für barrierefreie Lebensräume* vereint, um kompetente Beratung, Bewusstseinsbildung, Ausbildung und Projektbegleitung aber auch Forschung und Vernetzung mit der Industrie etc. anzubieten.

Niveaugleiche Eingänge, ausreichende Durchgangsbreiten und Bewegungsflächen, schwellenlose Duschen etc. werden von der ÖNORM B 1600 "Barrierefreies Bauen" schon seit mehr als 30 Jahren mit dem Hinweis gefordert, dass diese Anforderungen nicht nur behinderten Menschen sondern auch Eltern mit Kinderwagen, Lasten tragenden Personen und Kindern zugute kommen, Sturzunfälle reduzieren helfen und einfach für alle Menschen komfortabel und bequem sind.

Seit 1997 mit der Antidiskriminierungsklausel in der Österreichischen Bundesverfassung, im Gesetz zur Gleichstellung behinderter Menschen (2002) sowie im Bundesvergabegesetz (2006) wird die barrierefreie Gestaltung von Bauwerken, Produkten und Dienstleistungen verstärkt eingefordert. Darüber hinaus gibt es zahlreiche Anforderungen an die barrierefreie Gestaltung in diversen Bauordnungen.

Aber brauchen wir wirklich Gesetze und Bauordnungen, die uns etwas sagen, was von der Nutzungssicherheit ohnehin selbstverständlich sein sollte? Barrierefreie Gestaltung bringt nicht nur höhere Sicherheit in der gebauten Umgebung, verringert Stolperfallen, erleichtert die Bedienbarkeit und steigert damit den Komfort und die Lebensqualität für alle Menschen in allen Lebensphasen - eine wichtige präventive Maßnahme für gesundes und unfallfreies Altern.

"Es ist normal verschieden zu sein!" - und diese individuelle Verschiedenheit der Menschen im gesamten Lebenszyklus sollte die Grundlage unserer Planungen für die gebauten Umgebungen sein.

Das neue integrale und nachhaltige Planungskonzept "*Design for all*" bedeutet, Umgebungen zugänglich und benutzbar für alle zu machen, flexibel und einfach adap-

---

tierbar, im gesamten Lebenszyklus nutzbar sowie sicher und gesund für die Bewohner/innen und schonend für die Umwelt.

Erst mit einer breiten Umsetzung dieser neuen intelligenten und nachhaltigen Planungskriterien kann eine bauliche Umwelt geschaffen werden, die heute und morgen den veränderten Bedürfnissen aller Menschen für ein selbst bestimmtes Leben - ganz besonders den älteren Menschen und auch Menschen mit Behinderungen - weitest möglich entgegenkommt und Diskriminierung verhindert.

Neben der ÖNORM B 1600 "Barrierefreies Bauen" gibt es die darüber hinausgehende spezielle ÖNORM B 1603 für barrierefreie Tourismuseinrichtungen. Seit Februar 2008 ist eine allgemeine Zertifizierung von barrierefreien Gebäuden nach ÖNORM B 1610 möglich und in der Folge wird vom Österreichischen Normungsinstitut auch die Zertifizierung nach ÖNORM B 1613 für barrierefreie Tourismuseinrichtungen angeboten werden.

Österreich als Tourismusland mit langer Tradition würde gut daran tun, hier eine Vorreiterrolle einzunehmen. Einige zukunftsorientierte Hoteliers haben das bereits erkannt und stellen sich auf ältere und behinderte Gäste ein, um neue Kundensegmente anzusprechen. Mit diesem Konzept sind sie auch wirtschaftlich sehr erfolgreich. Barrierefrei gestaltete Tourismuseinrichtungen sind für 30 % der Besucher/innen unverzichtbar, für 50 % eine wichtige Hilfe und für 100 % komfortabel und bequem. Man muss sich fragen, warum barrierefreie Tourismuseinrichtungen nicht schon längst selbstverständlich sind?

In zahlreichen Diskussionen ist mir aufgefallen, dass seitens der Tourismusbranche noch viele Ängste vorhanden sind, z. B. dass barrierefreie Hotelzimmer einem Normalgast nicht zugemutet werden können, was nur dann zutrifft, wenn sie kein gutes Design aufweisen. Heute können z. B. notwendige Stützklappgriffe kurzfristig bei Bedarf montiert werden, wenn die Grundplatte vorhanden ist. Eine schwellenlose Dusche mit ausreichendem Bewegungsraum kann in einem kompakten Bad gemeinsam mit dem WC untergebracht werden und ist für alle Benutzer/innen bequemer als die früheren hohen Duschwannen. Zusätzlich bringt die leichtere und zeitsparende Reinigung dieser Sanitärräume insgesamt geringere Betriebskosten - auch ein nicht unerheblicher Faktor. Ein barrierefreier Eingang in das Hotel vermittelt dem Gast, der mit dem rollenden Gepäckrolley ankommt, ein wesentlich angenehmeres Gefühl des Willkommen-seins als wenn das Hotel nur über drei Stufen mühsam erreichbar ist. Heute rollt doch alles - und die zahlreichen Produkte, Lebensmittel etc. wollen auch möglichst schwellenlos an ihren Platz gerollt werden. Wer sich heute bei Neubau und Sanierung für barrierefreie Lösungen entscheidet, spart später aufwändige und kostspielige Adaptierung, schafft einen Mehrwert für die Immobilie und hilft damit maßgeblich, die

steigenden Gesundheitskosten zu reduzieren.

Die Vorteile für barrierefreies Reisen liegen klar auf der Hand: ein Gast mit Mobilitäts- und/oder Sinnesbeeinträchtigung oder als dessen Angehörige/r, der/die ohne unnötige Barrieren die Buchung von Verkehrsmittel, Hotelzimmer etc. übers Internet erledigen, die gewählten Verkehrsmittel angenehm und bequem benutzen und neben dem barrierefreien Hotel samt allen nutzbaren Einrichtungen auch noch die vorhandenen Kultureinrichtungen besuchen kann, wird als treuer Gast immer wieder kommen, denn dieser Komfort wird erst selten angeboten. Einige Projekte in dieser Richtung zeigen enorme Potentiale auf (z. B. Fränkisches Seenland barrierefrei). Beim barrierefreien Reisen geht es immer um die gesamte Servicekette, die funktionieren muss. Hier ist das Zusammenspiel der einzelnen Komponenten gefragt, das weit über das barrierefreie Hotel hinausgeht. Alle betroffenen Teile der Servicekette sollen sich an einen Tisch setzen, um nachhaltige Tourismuskonzepte zu entwickeln.

Das könnte eine weitere win-win-Situation für die gleichzeitige Entwicklung der barrierefreien Gemeinde bringen, wie das in unserem westlichsten Bundesland seit Jahren vorbildlich umgesetzt wird (z. B. in Rankweil, Feldkirch etc. seit mehr als zehn Jahren). Denn wenn sich jeder Gast in einem barrierefreien Hotel wohlfühlen kann - auch wenn er/sie mobilitäts- oder sinnesbeeinträchtigt ist - dann stellt das für alle Einwohner/innen der Gemeinde eine wesentliche Verbesserung der Lebensqualität dar - und das noch dazu ganzjährig. Für mich gehört die barrierefreie Gestaltung der gebauten Umgebung neben Energieeffizienz und Ökologie unbedingt zu einem nachhaltigen Gesamtkonzept.

Die Einhaltung der *Design for all* - Planungsgrundsätze würde das Bauen auch kaum verteuern, aber nur unter einer Bedingung: Wenn die in den ÖNORMEN B 1600 und B 1603 enthaltenen Planungsanforderungen bereits während der Projektierungs- und Planungsphase berücksichtigt werden, dann ist nur mit Mehrkosten von max. 0,15 % - 3 % der gesamten Baukosten zu rechnen. Spätere Nachrüstungen und Adaptierungen sind viel teurer.

Von der Europäischen Kommission kommen auch immer deutlichere Signale. In der *EC-Public Procurement Directive*, die im Bundesvergabegesetz national umgesetzt ist, sind zahlreiche Hinweise auf die Einhaltung des "*Design for all*-Konzepts" enthalten ebenso wie in anderen Direktiven der EC. In letzter Zeit werden von der Europäischen Kommission zahlreiche Initiativen und Programme in Richtung *Tourism for all* initiiert. Derzeit wird im freiwilligen Bereich Bewusstsein für barrierefreie touristische Einrichtungen geschaffen, die Interessensvertreter/innen motiviert und *best practice*-Examples aufgezeigt, um die Durchsetzung barrierefreien Reisens zu fördern.

---

Nun soll die aktuelle politische und praktische Umsetzung der Idee von "Design for all" näher betrachtet werden. Hinsichtlich der Umsetzung der Menschenrechte für alle wird es nun konkret. Die UN-Konvention über die Rechte von Menschen mit Behinderungen - die erste Menschenrechtskonvention des 21. Jahrhunderts - trat am 3. Mai 2008 in Kraft. Österreich hat diese UN-Konvention schon im März 2007 kurz nach der Veröffentlichung unterschrieben. Das ist ein weiterer Schritt in Richtung einer selbstbestimmten Lebensführung in einer barrierefreien Umgebung für behinderte Menschen. Das *Bundesbehinderten-Gleichstellungsgesetz* - 2006 ist ein wichtiges Instrument für die Umsetzung von Antidiskriminierungsgrundsätzen, die in der Bundesverfassung schon seit 1997 enthalten sind.

In der *Art. 15a Vereinbarung zur Harmonisierung der technischen Bauvorschriften der österreichischen Bundesländer*, die vor der Umsetzung in die Länderbaugesetze steht, regelt die Richtlinie 4 "Nutzungssicherheit und Barrierefreiheit". In den allgemeinen zielorientierten bautechnischen Anforderungen *sind die Bauwerke angeführt, die barrierefrei gestaltet und ausgeführt werden müssen, sodass die für Besucher/innen und Kund/innen bestimmten Teile auch für Kinder, ältere Personen und Personen mit Behinderungen gefahrlos und tunlichst ohne fremde Hilfe zugänglich sind. Neben öffentlichen Gebäuden, Bildungseinrichtungen, Handelsbetrieben und Banken, Arztpraxen, Gesundheits- und Sozialeinrichtungen, Apotheken sowie öffentliche Toiletten sind alle sonstigen Bauwerke angeführt, die allgemein zugänglich und für mindestens 50 Besucher/innen oder Kund/innen ausgelegt sind. Die Richtlinie 4 fordert darüber hinaus im Abschnitt "Barrierefreie Gestaltung", dass in Beherbergungsbetrieben mit mehr als 50 Gästebetten zumindest ein Gästezimmer und ab jeweils weiteren 100 Gästebetten je ein weiteres Gästezimmer barrierefrei auszugestalten ist.*

In den dazugehörigen erläuternden Bemerkungen wird explizit darauf hingewiesen, *dass künftig stärker als es bisher der Fall war, ältere und dadurch vielleicht auch in der Bewegung eingeschränkte Menschen bauliche Tourismus-Einrichtungen, die auch in der Spitzenhotellerie liegen können, als Gäste frequentieren werden. Es liegt daher nahe, solche Einrichtungen entsprechend den erweiterten Bedürfnissen dieser Gäste barrierefrei auszugestalten. Aber wie viel Mehrwert würde damit für die Nutzer/innen - das heißt für uns alle - verbunden sein!*

Barrierefreier Tourismus + barrierefreie Gemeinde: ein präventiver und nachhaltiger Weg, der zum Selbstverständnis werden sollte in einem Kontext, wo der Mensch als Individuum mit seinen unterschiedlichen Fähigkeiten im gesamten Lebenszyklus im Mittelpunkt steht.

Weitere Informationen: <http://www.designforall.at>

---

### 3.2.11 Staatspreis Tourismus 2007 "Garten Eden Österreich"

Der Bundesminister für Wirtschaft und Arbeit verleiht alle zwei Jahre den "Staatspreis für Tourismus", um wichtige und innovative Impulse der österreichischen Freizeit- und Tourismuswirtschaft zu würdigen. Im Jahr 2007 stand der Wettbewerb unter dem Thema "Garten Eden Österreich". Ausgezeichnet wurden park- und gartentouristische Projekte und Initiativen, die sowohl aus Sicht der Kund/innen und der Besucher/innen als auch aus wirtschaftlicher Sicht vorbildliche Wirkungen erzeugen konnten und damit zur innovativen touristischen Positionierung Österreichs einen aktiven Beitrag leisten. Der Staatspreis wurde in drei Kategorien verliehen.

Staatspreisträger in der Kategorie 1 "Touristische Besuchs- und Ausflugsziele" wurde der Verein Kamptalgärten mit den "Kamptalgärten". Der Verein ist die erste und größte Gartenkooperation in Österreich und hat es geschafft, einen Bogen von Botanik bis hin zur Kunst zu spannen. An 19 Standorten werden Gartenkunst und Gartengestaltung auf beeindruckende Art erlebbar gemacht. Nähere Informationen bietet die Internetseite [www.kamptalgaerten.at](http://www.kamptalgaerten.at).

Staatspreisträger in der Kategorie 2 "Hotellerie und Gastronomie" wurde die Pirktl Holiday GmbH & CoKG mit dem "Alpinen Gartenparadies im Alpenresort Schwarz". Ein 1.100 m<sup>2</sup> großer Naturerlebnissee, ein Alpiner-Outdoor-Saunagarten und ein Feng-Shui-Garten runden nicht nur das Gesamtangebot des Alpenresorts Schwarz ab, sondern stellen eine USP (Unique Selling Proposition) des Hotels dar. Interessierte können sich unter [www.schwarz.at](http://www.schwarz.at) informieren.

Staatspreisträger in der Kategorie 3 "Kommunale und regionale Park/Gartenprojekte und Initiativen" wurde der Kräuterdorf-Marketingverein Irschen mit dem "Kräuterdorf Irschen". Kräutergärten auf 1.200 m Seehöhe und 300 Bauerngärten beeindruckten jeden Gartenliebhaber. 517 Pflanzenarten, davon 42 offiziell anerkannte Heilpflanzen und 115 Volksheilpflanzen unterstreichen die gartentouristische Kompetenz im Allgemeinen und die Konzentration auf Kräuter im Speziellen. Weiterführende Informationen sind unter [www.irschen.com](http://www.irschen.com) zu finden.

### **3.2.12 Die Bedeutung der heimischen Gärten für den österreichischen Tourismus und die Chancen für diesen**

**Gastkommentar von Franz Gruber, MSc, Geschäftsführer "Die Gärten Niederösterreichs"**

Parks und Gärten spielten in der gesamten Kulturgeschichte - als dritte Natur neben der eigentlichen Natur und der Landwirtschaft - eine besondere Rolle für das Leben und Wirtschaften ihrer Nutzer/innen. In den letzten Jahrzehnten des vergangenen Jahrhunderts allerdings wurde deren vielschichtige Bedeutung für die Menschen oft nicht erkannt. Seit der Jahrtausendwende erleben wir jedoch eine Renaissance von Gärten und Parkanlagen. Gerade in West- und Zentraleuropa hat diese sich bereits zu einem breiten Trend entwickelt:

#### Wachstumsbranche

TV- Serien behandeln das Thema heute ebenso wie trendige Lifestyle-Magazine. In Tageszeitungen sind dem Garten-Leben regelmäßige Kolumnen gewidmet und Blogs und Foren im Internet beweisen, dass das Thema auch im digitalen Zeitalter Fuß gefasst hat. Zahlreiche Publikationen und Buchneuerscheinungen, aber auch die mittlerweile 200.000 Anrufer/innen, die jährlich das Gartentelefon der Aktion "Natur im Garten" in Niederösterreich kontaktieren, zeugen von der Breite des Themas.

#### Wirtschaftsfaktor Garten

Nicht unerheblich sind auch die wirtschaftlichen Interessen. Der landwirtschaftliche Produktionswert von Schnittblumen, Zierpflanzen und Baumschulen ist heute bereits höher als der von Obst und Gemüse. Der Handel profitiert von steigenden Verkäufen von Gartenmöbeln und Gartenaccessoires. Die Ausgaben der Haushalte für den Garten steigen. Besonders interessiert und ausgabenfreudig zeigt sich die kaufkräftige Gruppe der "Über 50jährigen".

#### Gartentourismus im Aufwind

In den letzten Jahren gewinnt das Segment der Gartenreisen - ausgehend von Großbritannien - an Bedeutung. Auch in vielen Regionen Deutschlands, Frankreichs, der Niederlande oder Portugals wurde der Trend früh erkannt.

Parks und Gärten sind dabei nicht nur für hoch motivierte Gartenliebhaber/innen und Spezialist/innen äußerst attraktiv, sondern bieten auch breiten Kundengruppen mit vielfältigsten Interessen und Reisemotiven beeindruckende Urlaubserlebnisse. Aufenthalte in Grünanlagen werden zunehmend in Packages integriert und in der Tourismuswerbung als Differenzierungsmerkmale dargestellt. Umfragen zeigen, dass die Zahl der

---

potenziellen Gartenbesucher/innen höher ist, als die der Tourist/innen, die sich an der Besichtigung von Ausstellungen oder Schlössern interessiert zeigen.

#### Festschloss Hof & Co

Seit Jahren gehören die Parks von Schönbrunn und Hellbrunn zu den wichtigsten Besuchermagneten auf nationaler Ebene. Aber auch neue innovative Projekte behaupten sich auf dem Markt. So wurde mit Festschloss Hof ein gartentouristischer Hotspot von internationaler Dimension realisiert. An einem Standort abseits massentouristischer Routen spricht das ehemalige Anwesen von Prinz Eugen und Kaiserin Maria Theresia erfolgreich breite Kundengruppen an. Hier wird eine hoch attraktive historische Anlage durch die gärtnerische Gestaltung zusätzlich in Wert gesetzt. Der Erfolg ist an einer Zahl von jährlich über 200.000 Besucher/innen und einer hohen Besucher/innenzufriedenheit ablesbar.

#### Facettenreiche Gärten

Erfolgreiche Gartenreiseziele nutzen die breite Palette dessen, was einen Garten genuin als Tourismusattraktion auszeichnet. Sie nutzen die Besonderheiten, die Gärten bereits über Jahrhunderte aufweisen:

- ▶ Gärten und Parks sind künstlich-natürliche Erlebniswelten: gute Gartenarchitektur inszeniert seit Jahrhunderten Erlebnisse mit Bezugspunkten, Blickachsen und Rückzugsbereichen genau so, wie das die Dramaturgen der postmodernen Erlebniswelten tun. Der natürliche Lauf der Jahreszeiten bringt zusätzlich eine enorme Vielfalt an stets wechselnden Eindrücken.
- ▶ Gärten und Parks sind Entspannungs- und Wellnessbereiche: Sie laden zur Bewegung und Entspannung in gesunder Natur ein. Gartenaufenthalte wirken sich positiv auf Körper und Psyche aus.
- ▶ Gärten und Parks dienen der Ernährung und Versorgung: viele Tourismusbetriebe besinnen sich dieser Funktion. Kräuter- oder Naschgärten gehören inzwischen zum Repertoire vieler namhafter Hotels.
- ▶ Gärten und Parks sind Repräsentationsräume: In einer Zeit, in der für Feste, Konzerte oder Firmenpräsentationen immer ausgefallene Locations gesucht werden, sind es vermehrt Parkanlagen, die dafür optimale Voraussetzungen bieten und geschätzt werden.
- ▶ Gärten und Parks sind Orte der Wissensvermittlung: Aufgrund ihrer Geschichte und Gestaltung bieten die meisten Anlagen reichlich davon, was für unsere Wissensgesellschaft von Interesse ist. Viele Inhalte beispielsweise aus Ökologie, Botanik oder Geschichte können für alle Sinne erlebbar und ohne große Hemmschwellen dargestellt werden.
- ▶ Gärten und Parks sind Spielbereiche: Junge und Junggebliebene finden in Parks



und Gärten ideale Erlebnisräume.

Nun, da das Potenzial von Parks und Gärten für die Tourismuswirtschaft erkannt wurde, gilt es, dieses im Sinn eines nachhaltigen Tourismus weiter zu entwickeln und in Wert zu setzen.

Damit ist ein intensiver Diskurs zwischen Garten- und Landschaftsplaner/innen sowie Touristiker/innen, die gemeinsam die Planung und Bepflanzung von Gartenanlagen organisieren, sehr wichtig. Gärtner/innen müssen zukünftig nicht nur in ihrer Rolle für die Gartenpflege sondern auch als Dienstleister/innen für die "Pflanze Mensch" - für die Besucher/innen von Gärten - gesehen werden.

Ein vernetztes, branchenübergreifendes Vorgehen ist auch in der Vermarktung, etwa in der Abstimmung zwischen Tourismus, Handel und Gartenbau von größter Wichtigkeit. Wir haben in Österreich die besten Voraussetzungen für einen nachhaltigen Gartentourismus! Von den Verantwortlichen wurden die Chancen erkannt. Es liegt nun an uns allen, in die Umsetzung zu gehen und das österreichische Angebot nachhaltig auf einem wachsenden Markt zu positionieren.

### 3.3 Internationale Beziehungen

#### 3.3.1 Bilaterale Beziehungen

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

Eine Konzentration auf Schwerpunktländer ergibt sich aus folgenden Kriterien:

- ▶ Wichtiger touristischer Quellmarkt für Österreich;
- ▶ Wichtiger Markt für Export von Know-how und Ausstattung im Tourismus;
- ▶ Besonderes politisches Interesse;
- ▶ Länder mit bestehenden Tourismusabkommen oder Tourismusarbeitsgruppen im Rahmen der Wirtschaftsabkommen.

Intensivere Beziehungen bestehen mit:

- 
- ▶ Ost- und Südosteuropa (insbesondere den neuen EU-Mitgliedsstaaten, den Westbalkanländern, Russland und Ukraine)
  - ▶ Asien (insbesondere China und Indien)
  - ▶ Arabischer Raum (z. B. Ägypten, Oman, VAE)

Beispielsweise wurde am 27. Juni 2007 auf türkische Initiative, zur Vorbereitung der Universiade (Universitäts-Wintersportolympiade) in Erzurum 2011, ein Memorandum of Understanding über die Zusammenarbeit im Bereich des Tourismus mit der Türkei unterzeichnet.

### 3.3.2 Welttourismusorganisation (UNWTO)

Die UNWTO ist eine Spezialagentur der Vereinten Nationen (VN) mit Sitz in Madrid und dient als globales Forum für Tourismuspolitik und Plattform für touristisches Know-how und Statistik. Derzeit umfasst die UNWTO 153 Vollmitglieder, 7 assoziierte Mitglieder (Regionen) und mehr als 300 angeschlossene Mitglieder (affiliated members). Letztere repräsentieren den privaten Sektor, Ausbildungseinrichtungen, Tourismusverbände und lokale Tourismusbehörden.

Die UNWTO spielt eine zentrale Rolle bei der Förderung der Entwicklung eines verantwortungsvollen, nachhaltigen und universell zugänglichen Tourismus, mit dem Ziel beizutragen zu:

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

#### Mitarbeit Österreichs

Österreich ist Gründungsmitglied der UNWTO und sieht als bedeutendes Tourismusland die aktive Mitarbeit als wichtigen Beitrag.

Österreich hatte zuletzt von 1999 bis 2007 den Vorsitz im Programmkomitee und wurde im November 2007 zum Vizepräsidenten der Regionalkommission für Europa (CEU) gewählt.

### Schwerpunkte Arbeitsprogramm

Das Arbeitsprogramm der UNWTO, in seiner neuen Struktur, enthält vier Strategische Ziele:

- 
- ▶ Sicherstellung der kontinuierlichen Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit von Destinationen,
  - ▶ Förderung der nachhaltigen Entwicklung des Tourismus in Übereinstimmung mit dem Globalen Ethik-Kodex und den Millennium-Entwicklungszielen,
  - ▶ Impulsgebung für
    - Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen,
    - Partnerschaften,
    - klare Tourismusorganisationsstrukturen,
    - technische Hilfe,
  - ▶ Verbesserung des Images der Tourismuswirtschaft u. a. durch Unterstützung im Bereich Informationstechnologie.

## **XVII. Generalversammlung**

Vom 23. bis 29. November 2007 nahmen 573 Delegierte, darunter rund 60 Delegationsleiter/innen auf Ministerebene von 138 Staaten, 3 assoziierten Mitgliedern und 78 affilierten Mitgliedern sowie zahlreiche Delegierte von Nichtmitgliedstaaten und 20 internationalen Organisationen als Beobachter an der XVII. Generalversammlung der Welttourismusorganisation (UNWTO) in Cartagena de Indias, Kolumbien teil.

Die wichtigsten Punkte der Konferenz waren:

- ▶ Neuaufnahme von weiteren Vollmitgliedern (Brunei, Montenegro und Tadschikistan),
- ▶ Einführung der chinesischen Sprache als offizielle Sprache der UNWTO,
- ▶ Beschluss des Arbeits- und Budgetprogramms 2008-2009,
- ▶ Beschluss einer neuen Organisationsstruktur des Sekretariates, die dem Arbeitsprogramm besser entspricht.

Die Generaldebatte stand besonders unter dem Eindruck des Klimawandels, der Bekämpfung der Armut, der Bedeutung von Capacity Building und der allgemeinen Situation des Welttourismus. Die Madeira Deklaration des Weltkomitees für Ethik wurde bestätigt, in welcher alle Tourismusakteur/innen aufgefordert werden sich in ihren Zielen und Handlungen von ethischen Prinzipien leiten zu lassen.

## **Tagung der Kommission für Europa**

Die 48. Tagung der Kommission für Europa (CEU) fand vom 15. bis 16. Mai 2008 in Prag (Tschechien) statt. Am Rande der Tagung fand ein Seminar zum Thema "Tourismuspolitik und Humanressourcen" statt.

---

## **Welttourismustag 2008**

Der Welttourismustag am 27. September 2008 wird unter dem Thema "Tourism Responding to the Challenge of Climate Change" stehen. Ghana wurde als diesjähriges Gastland für die Austragung der offiziellen Feier ausgewählt.

## **Technisches Programm: Aufbau von Kapazitäten im Bereich der Tourismusstatistik**

Seit dem Jahr 2001 unterstützt das BMWA die Arbeiten der Statistik Austria und des WIFO im Bereich der Tourismus-Satellitenkonten. Österreich gehört damit zu den Pionieren in diesem Bereich in Europa. Die UNWTO hat daher Österreich ausgewählt, im Bereich der Tourismusstatistik als Partner für die Umsetzung eines technischen Unterstützungsprogramms in Europa zur Verfügung zu stehen. Gemeinsam mit Experten der UNWTO, der Statistik Austria und weiteren österreichischen Stellen wird dieses Programm 2008 und 2009 in Form von vier einwöchigen Workshops und einer europaweiten Konferenz in Wien durchgeführt werden.

Tourismus- und Statistikexpert/innen aus Albanien, Bulgarien, Georgien, Kasachstan, Lettland, Litauen, Montenegro, Polen, Rumänien, der Russischen Föderation, der Slowakei und der Türkei wurden für eine Teilnahme an diesem Programm ausgewählt und trafen vom 1. bis 4. April 2008 in Wien zu ihrem ersten Workshop zusammen. Mit Hilfe dieses Programms sollen die teilnehmenden Länder konkrete Fortschritte im Hinblick auf die Umsetzung der UN Empfehlungen zur Tourismusstatistik und die Einführung von Tourismus-Satellitenkonten erzielen.

## **Ethik im Tourismus**

Der "Globale Ethikkodex für Tourismus" gilt nach wie vor als wichtiger Handlungsrahmen für mehr soziale Verantwortung und die UNWTO ist bemüht, seine Empfehlungen mit Hilfe des Weltkomitees für Tourismusetik unter freiwilliger Beteiligung möglichst vieler Akteure weltweit umzusetzen.

Bereits im Jahr 2004 hat das BMWA in Zusammenarbeit mit respect - Institut für Integrativen Tourismus als erste Maßnahme zur Bekanntmachung eine Informationsbroschüre herausgegeben. Eine überarbeitete Version dieser Informationsbroschüren, welche österreichische bzw. auch europäische Initiativen aufzeigen, die dem Geist des Globalen Ethikkodex für Tourismus bereits entsprechen, kann von allen Interessierten zur Information unter [tourismusetik@bmwa.gv.at](mailto:tourismusetik@bmwa.gv.at) gratis bestellt werden.

---

Einen besonderen Stellenwert räumt das BMWA auch dem Thema "Schutz der Kinder vor sexueller Ausbeutung im Tourismus" ein. Nachdem im Schuljahr 2006/07 der Posterwettbewerb "Schutz der Kinder im Tourismus" veranstaltet wurde, setzt sich das BMWA auch weiterhin mit diesem Thema auseinander und sieht sich als Drehscheibe des nationalen und internationalen Informationsaustausches. Zuletzt wurden im Auftrag des BMWA

- ▶ eine Informationskarte als Beilage für Reiseunterlagen,
- ▶ eine CD-Rom mit Formatvorlagen für Reisekataloge und Webseiten sowie
- ▶ eine CD-Rom mit didaktischem Material für Tourismusschulen erarbeitet.

Die Unterrichtsmaterialien sollen an berufsbildenden mittleren und höheren Tourismusschulen sowie Berufsschulen zum Einsatz kommen und Schüler/innen und Student/innen die komplexe Thematik der sexuellen Ausbeutung, der Kinder weltweit ausgeliefert sind, vermitteln. Das BMWA sieht dies auch als eine wichtige Maßnahme, um den zukünftigen Mitarbeiter/innen in der Tourismusbranche den ethisch-sozialen Aspekt einer nachhaltigen Tourismusentwicklung näher zu bringen.

### **3.3.3 Organisation für wirtschaftliche Entwicklung und Zusammenarbeit (OECD)**

Das Tourismuskomitee der Organisation für wirtschaftliche Entwicklung und Zusammenarbeit (OECD) ist ein internationales Forum der Mitgliedsländer für den Austausch und das Monitoring von tourismuspolitischen Initiativen der Mitgliedstaaten. Die Entwicklung von Strategien und der direkte Vergleich von tourismuspolitischen Maßnahmen zur Identifikation von Best Practice sind von großer Bedeutung.

Die Struktur der OECD mit ihren vielen Fachkomitees erlaubt es, das Know-how anderer Komitees für den Tourismus zu nutzen und tourismuspolitische Beiträge in anderen Komitees einzubringen. Dem Tourismus als klassische Querschnittsmaterie kommt dies in besonderer Weise zu Gute.

Österreich unterstützt seit vielen Jahren die Arbeit des Tourismuskomitees, unter anderem durch Beiträge zu Studien und Ausrichtung von Seminaren. Weiters ist Österreich Mitglied im Büro des Tourismuskomitees.

#### **Publikation "Tourism in OECD Countries 2008: Trends and Policies"**

Anfang 2008 hat die OECD als einen Schwerpunkt des Arbeitsprogramms des Touris-

---

muskomitees nach längerer Pause wieder die Publikation "Tourism in OECD Countries 2008: Trends and Policies" herausgegeben. Es ist geplant, dass diese Publikation nun alle zwei Jahre erscheint. Neben einer Analyse der internationalen Herausforderungen im Tourismus und Spezialthemen wie globale Wertschöpfungsketten im Tourismus oder die Dienstleistungsliberalisierung, beinhaltet dieser Bericht vor allem auch touristische Länderprofile über Organisationsstrukturen, Budgets, wichtige Politikbereiche und statistische Daten von 32 entwickelten Staaten.

### **Weitere Schwerpunkte des Arbeitsprogramms**

Das OECD Tourismuskomitee beschäftigt sich in den Jahren 2007/2008 außerdem schwerpunktmäßig mit Studien/Analysen zu folgenden Themen: der Steigerung der Attraktivität von Standorten/Destinationen durch Kultur und Tourismus, den wirtschaftlichen Auswirkungen von Sicherheitsmaßnahmen auf Reisen und Tourismus, sowie praktischen Empfehlungen zur besseren Nutzung von TSA-Daten (TSA: Tourismussatellitenkonten).

#### **3.3.4 Zentraleuropäische Initiative (ZEI)**

Der EU-Beitritt von Bulgarien und Rumänien am 1. Jänner 2007 veränderte die wirtschaftspolitische Situation in Europa: davon betroffen ist auch die Zentraleuropäische Initiative (ZEI), die seither aus neun EU-Mitgliedstaaten und neun Nicht-EU-Mitgliedstaaten besteht. Dieser Umstand erforderte sowohl eine inhaltliche Neuausrichtung als auch eine strukturelle Reorganisation der ZEI.

Auf Basis eines Vorschlages einer ZEI-Task Force wurde im Dezember 2007 der Beschluss gefasst, die bislang eingesetzten 18 themenspezifischen Arbeitsgruppen in 13 Schwerpunktaktivitäten - darunter auch Tourismus - neu zu definieren. Zukünftig soll auch das ZEI-Sekretariat eine stärkere Rolle übernehmen, insbesondere was die engere Vernetzung der neu installierten nationalen Focal Points innerhalb der ZEI betrifft.

### **3.4 Europäische Union**

Europa ist weltweit die von Tourist/innen am meisten besuchte Region und ist somit für die europäische Wirtschaft von großer Bedeutung (Daten aus 2005):

- ▶ 887 Millionen Nächtigungen von internationalen Tourist/innen in der EU25 (Quelle: EUROSTAT)
- ▶ BIP-Anteil: 5 % direkt, 10 % indirekt (Quelle: EU)

- 
- ▶ 7 - 8 Millionen direkte Arbeitsstellen, 20 Millionen indirekt (Quelle: EU, European Travel & Tourism Action Group - ETAG)

Wie eine aktuelle Studie der Generaldirektion Unternehmen und Industrie "Die europäische Tourismuswirtschaft in der erweiterten Gemeinschaft<sup>3)</sup> zeigt, weist Europa im Vergleich zu anderen Großregionen der Welt eine große Stabilität als Tourismusdestination auf. Der Erweiterungsprozess hat dazu einen Beitrag geleistet, indem er nicht nur die neuen Mitgliedstaaten als Reiseziele für den internationalen Tourismus attraktiver gemacht, sondern auch für eine Zunahme der Reisen zwischen alten und neuen Mitgliedstaaten gesorgt hat. Die nach wie vor bestehenden Einkommensunterschiede und die unterschiedlichen Reisegewohnheiten eröffnen ein weites Feld wirtschaftlicher Chancen und bieten Anreize zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit.

Mit 21. Dezember 2007 wurde das Schengener Abkommen auch in den neuen EU-Ländern Estland, Lettland, Litauen, Malta, Polen, Slowakei, Slowenien, Ungarn und der Tschechischen Republik gültig. In diesem Zusammenhang wurden die Grenzkontrollen in Österreich zu Tschechien, der Slowakei, Ungarn und Slowenien aufgehoben. Auch die Schweiz strebt einen Schengen-Beitritt an, dieser wird voraussichtlich nicht vor dem Jahr 2009 erfolgen.

Wie von der UNWTO prognostiziert, wird diese Erweiterung des Schengenraumes weiteren Einfluss auf die Entwicklung der touristischen Ankünfte in Europa haben<sup>4)</sup>.

#### **EU Reformvertrag - "Vertrag von Lissabon"**

Am 13. Dezember 2007 wurde in Lissabon der EU Reformvertrag (Vertrag von Lissabon) von den Staats- und Regierungschefs sowie den Außenminister/innen der EU-Mitgliedstaaten unterzeichnet (Amtsblatt der EU C306, 50. Jahrgang vom 17. Dezember 2007). Bevor dieser Vertrag nun in Kraft treten kann, muss er in den einzelnen Mitgliedstaaten und vom Europäischen Parlament ratifiziert werden. Die Ablehnung Irlands stellt jedoch den gesamten Prozess in Frage.

#### **Tourismus im "Vertrag von Lissabon"**

Für den Bereich Tourismus soll erstmals eine spezifische Rechtsgrundlage geschaffen werden, indem der Union gemäß Artikel 2e eine Zuständigkeit für die Durchführung von Maßnahmen zur Unterstützung, Koordinierung oder Ergänzung der Maßnahmen der Mitgliedstaaten zukommt.

---

<sup>3)</sup> Quelle: Studie von Rüdiger Leidner (EK), Download auf der Website der EK unter: [http://ec.europa.eu/enterprise/services/tourism/studies\\_and\\_publications.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/services/tourism/studies_and_publications.htm)

<sup>4)</sup> Quelle: UNWTO World Tourism Barometer Nr.1/2008

---

Tourismus wird mit dem folgenden neuen Artikel 176 b präzisiert:

Artikel 176 b

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

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

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

- (2) Das Europäische Parlament und der Rat erlassen im ordentlichen Gesetzgebungsverfahren die spezifischen Maßnahmen zur Ergänzung der in den Mitgliedstaaten durchgeführten Maßnahmen im Hinblick auf die Verwirklichung der Ziele dieses Artikels, ohne dass dabei jegliche Harmonisierung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten erfolgt.

Die Grundsätze der Subsidiarität und der Verhältnismäßigkeit sind im Artikel 3b, deren Anwendung im Protokoll geregelt.

### 3.4.1 Europäische Kommission EK

#### Mitteilung der Kommission "Agenda für einen nachhaltigen und wettbewerbsfähigen europäischen Tourismus"

Auf Basis eines Expertenpapiers (Tourism Sustainability Group) und der Ergebnisse der dazu durchgeführten öffentlichen Konsultation (Mai/Juni 2007) hat die Europäische Kommission ihre Mitteilung "Agenda für einen nachhaltigen und wettbewerbsfähigen Europäischen Tourismus" KOM(2007)621 endg. erarbeitet und am 19. Oktober 2007 veröffentlicht.

Nachfolgende Grundsätze im Hinblick auf die Verwirklichung eines wettbewerbsfähigen und nachhaltigen Tourismus mit den Zielsetzungen wirtschaftlicher Wohlstand, sozialer Ausgleich und Zusammenhalt sowie Schutz der Umwelt und der Kulturgüter sind dabei zu berücksichtigen:

- ▶ Ganzheitlicher und integrierter Ansatz (Berücksichtigung der vielfältigen Auswirkungen des Tourismus),
- ▶ Langfristige Planung (im Hinblick auf künftige Generationen),



- 
- ▶ Entwicklung im geeigneten Tempo und Rhythmus (Berücksichtigung der Bedürfnisse und Ressourcen),
  - ▶ Einbeziehung aller Interessengruppen (Beteiligung an Entscheidungsfindung und Umsetzung),
  - ▶ Nutzung des besten verfügbaren Wissens,
  - ▶ Risikominimierung und -management (Vorsorgeprinzip),
  - ▶ Koppelung von Auswirkungen und Kosten (Verursacher- und Verbraucherprinzip),
  - ▶ Festlegung und Beachtung von Kapazitätsgrenzen (Begrenzung von Touristenströmen),
  - ▶ Fortlaufende Überwachung.

Im Zentrum der Mitteilung stehen Maßnahmen zur Verankerung von "Nachhaltigkeit und Wettbewerbsfähigkeit" im Europäischen Tourismus, welche die EK als freiwilligen und fortlaufenden Prozess zu implementieren beabsichtigt:

- ▶ Motivierung zum Aufbau und Austausch von Wissen (Organisation von Konferenzen; Studien- und Forschungsarbeiten; Unterstützung von Vernetzungen; Erleichterung der Kooperation im Bereich Bildung und Forschung).
- ▶ Förderung herausragender Reiseziele (Fortsetzung des Projekts "EDEN-Award"; Strategische Zusammenarbeit mit der European Travel Commission).
  
- ▶ Mobilisierung der EU-Finanzinstrumente (Verstärkte Information über existierende EU-Finanzinstrumente).
- ▶ Beachtung der Aspekte Nachhaltigkeit und Wettbewerbsfähigkeit in den politischen Maßnahmen der Kommission.

### **"European Destinations of Excellence (EDEN)"- Tourism Award der Europäischen Union**

Im Rahmen des EU-Projekts "European Destinations of Excellence" wird jährlich ein Preis für Tourismusdestinationen vergeben. Die Umsetzung erfolgt durch die Europäische Kommission und die teilnahmeberechtigten europäischen Staaten (EU-Mitgliedstaaten, Beitrittskandidaten und EFTA-Staaten). Ziel des Projekts ist es, die Qualität und Vielfalt der europäischen Destinationen zu unterstreichen, nachhaltige Entwicklung (ökonomisch, ökologisch, sozial/kulturell) in den Destinationen zu stärken, weniger bekannte Destinationen zu bewerben, Best practice in Europa zu suchen und zu präsentieren sowie Netzwerkbildung zu forcieren.

---

Der Award findet jährlich zu wechselnden Themen statt. Die bisherigen Themen waren:

**2007 Beste aufstrebende, ländliche Destination**  
**2008 Tourismus und immaterielles Kulturerbe**

Jeder teilnehmende europäische Staat<sup>5)</sup> organisiert einen nationalen Auswahlprozess zur Ermittlung eines nationalen Siegers. In Österreich wird diese Aufgabe (mehrstufiges Verfahren) von der ÖW mit Unterstützung des BMWA und eines Expertenteams übernommen.

Die bisherigen Österreich-Sieger des Awards waren 2007 das "Pielachtal" (Mostviertel, NÖ) und 2008 das "Steirische Vulkanland". Die Preisverleihungen erfolgten im Juni 2007 und im Mai 2008 im BMWA durch Staatssekretärin Christine Marek.

Alle nationalen Sieger werden auf europäischer Ebene im Rahmen des jährlich stattfindenden Europäischen Tourismusforums (Portugal Oktober 2007 und Bordeaux September 2008) prämiert und durch Informations- und Kommunikationsmaßnahmen der EK unterstützt (Logo, Video, Präsentation der Sieger am EU-Tourismusportal [www.visiteurope.com](http://www.visiteurope.com)). Ein Ziel ist u. a. auch die Netzwerkbildung zwischen den Destinationen. In Österreich werden für alle am Bewerb teilnehmenden Destinationen Nachfolgeveranstaltungen (Vertiefungsworkshops mit Expert/innen) in der jeweiligen Gewinnerregion durch das BMWA und die ÖW durchgeführt.

Der Erfahrungsbericht der Gewinnerregion des Jahres 2007 zeigt, dass *"der Prozess zwar relativ viel Zeit der Aktivist/innen gekostet hat, damit verbunden allerdings sehr fruchtbare Diskussionen und eine neue und genauere Fokussierung der Strategie für das Tal waren. Der Preis brachte der Region nicht nur mehr Bekanntheit nach außen, sondern auch eine vertiefte Auseinandersetzung mit einer nachhaltigen Tourismusentwicklung in der Region. Kurz gefasst: ein Award der Zeichen setzte und für die Zukunft einen positiven "Footprint" hinterlässt", so DI Johann Weiss vom Steinschalerhof im Pielachtal.*

Der EDEN-Award 2009 wird unter dem Thema "Tourismus und Schutzgebiete" stehen.

---

<sup>5)</sup> Teilnehmer 2007 - 10 Staaten: Österreich, Belgien (Wallonien), Zypern, Griechenland, Ungarn, Irland, Italien, Lettland, Malta und Kroatien.

Teilnehmer 2008 - 20 Staaten: Österreich, Belgien, Bulgarien, Kroatien, Zypern, Estland, Finnland, Frankreich, Griechenland, Ungarn, Irland, Italien, Lettland, Litauen, Luxemburg, Malta, Rumänien, Slowenien, Spanien und die Türkei

## 3.4.2 EU Ratspräsidentschaften 2007 und 2008

### EU-Ratspräsidentschaft Portugal, 2. Halbjahr 2007

#### Europäisches Tourismusforum 2007

Das 6. Europäische Tourismusforum (ETF) fand vom 25. bis 27. Oktober 2007 in Portugal (Algarve) statt, das ganz im Zeichen nachhaltiger Tourismusdestinationen stand. Die drei Hauptthemen der Plenarsitzungen waren:

- ▶ "Bewahrung und Management des natürlichen und kulturellen Erbes",
- ▶ "Ressourcenmanagement und Abfall",
- ▶ "Nachhaltiges Management: Betriebliche Verantwortung für Wettbewerbsfähigkeit und Schaffung von Arbeitsplätzen".

Die einzelnen Vorträge als auch das Schlusspapier der Konferenz sind unter der Webseite des Forums einsehbar: [http://www.etfportugal2007.pt/local\\_info/local\\_en.asp](http://www.etfportugal2007.pt/local_info/local_en.asp)

Im Rahmen des ETF wurden auch die zehn nationalen Preisträger des "European Destinations of Excellence"-Award prämiert. Weitere Informationen zu den Siegern finden Sie auf: [http://ec.europa.eu/enterprise/services/tourism/eden\\_winners\\_2007.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/services/tourism/eden_winners_2007.htm)

#### Schlussfolgerungen des Rates zum Tourismus

Auf Basis der Mitteilung der Kommission "Agenda für einen nachhaltigen und wettbewerbsfähigen Europäischen Tourismus" KOM(2007)621 endg. wurden unter portugiesischer Präsidentschaft Schlussfolgerungen zum Tourismus erarbeitet und im Rat Wettbewerbsfähigkeit am 22. November 2007 angenommen. Darin werden die Mitgliedstaaten eingeladen, die von der EK vorgeschlagenen Maßnahmen wie folgt zu unterstützen:

- ▶ Unterstützung adäquater Strukturen für den Start, die Umsetzung und das Monitoring der Agenda,
- ▶ Unterstützung der Umsetzung von Pilotprojekten und der Entwicklung integrierter Modelle für Destinationsmanagement,
- ▶ Förderung einer effizienten Nutzung der Europäischen Finanzinstrumente zur Umsetzung der Agenda,
- ▶ aktive Teilnahme am EDEN-Award.

## **EU-Ratspräsidentschaft Slowenien, 1. Halbjahr 2008**

### **EuroMed Tourismusministerkonferenz, Féz, 3. April 2008**

Auf Initiative von Portugal, Slowenien und Marokko fand am 3. April 2008 in Féz, Marokko, erstmals eine Konferenz der Tourismusminister im Rahmen der Euro-Mediterranen Zusammenarbeit statt. Dabei wurden zur Darstellung der Relevanz des Tourismus für die Entwicklung des Euro-Mediterranen (EuroMed) Raumes die Rahmenbedingungen und Problembereiche für diese Entwicklung (Klima, Wasser, Küstenentwicklung, Sicherheit und Zivilschutz, Freihandel, Unternehmensentwicklung - "Charter for Enterprises", Investitionsklima, Luftraumliberalisierung u.a.) diskutiert und Schlussfolgerungen verabschiedet. Weiters ist auch eine bessere Eingliederung des Tourismus in die Programme und Aktivitäten im EuroMed-Prozess (Europäische Nachbarschaftspolitik - insbesondere TAIEX und TWINNING; Ausbildungsbereich, Statistik, kulturelles Erbe, bessere Nutzung von existierenden Finanzinstrumenten) vorgesehen.

## **3.4.3 Europäisches Parlament EP**

### **Entschließung des Europäischen Parlaments vom 29. November 2007**

Das Europäische Parlament (EP) hat am 29. November 2007 eine Entschließung zur Mitteilung der Kommission "Eine neue EU-Tourismuspolitik: Wege zu mehr Partnerschaft für den europäischen Tourismus" (2006) angenommen. Das EP hat dabei folgende touristische Handlungsfelder als prioritär identifiziert:

- ▶ Sichtvermerke/Visa,
- ▶ Tourismusstatistik,
- ▶ Qualitätskriterien für touristische Unterkünfte,
- ▶ Qualitätsmanagement,
- ▶ Verbraucherschutz,
- ▶ Gesundheitstourismus,
- ▶ Barrierefreier Tourismus,
- ▶ die drei Säulen der Nachhaltigkeit,
- ▶ Passagierrechte,
- ▶ Werbung für die europäischen Reiseziele und
- ▶ die Entwicklung des Fremdenverkehrs.

## **3.4.4 Rechtliche Neuerungen**

### **EU: Verordnung (EG) Nr. 1889/2005 seit 15. Juni 2007 in Kraft**

Gemäß dieser EU-Verordnung muss jede Person, die über die Außengrenze in die EU einreist oder aus der EU ausreist und mehr als 10.000 EUR Bargeld oder den

---

Gegenwert in anderen Währungen oder leicht konvertiblen Werten (Obligationen, Aktien, Reiseschecks, ...) bei sich führt, dies beim Zoll anmelden. Die Anmeldung muss beim Zoll (oder einer anderen zuständigen Behörde) an der Kontrollstelle zur Einreise in die EU bzw. Ausreise aus der EU vorgenommen werden.

Diese Maßnahme dient der Bekämpfung von Geldwäsche, Terrorismus und Kriminalität und soll zur Verstärkung der Sicherheit und Vorbeugung von Verbrechen auf EU-Ebene beitragen.

Weiters ist zu beachten, dass für Geldbewegungen innerhalb der EU in manchen Mitgliedstaaten besondere Kontroll- und Meldevorschriften gelten. Diese werden zusätzlich zu den EU-Bestimmungen angewandt. Unter folgender Internet-Adresse der Europäischen Kommission finden Sie Hintergrundinformationen und Links zu den einschlägigen Internet-Seiten der Mitgliedstaaten: <http://ec.europa.eu/eucashcontrols>

### **EK: Aktuelles zum Thema Mehrwertsteuersätze**

Die MwSt-Systemrichtlinie 2006/112/EC vom 28. November 2006 (Amtsblatt L 347, 11.12.2006, S.1) beschreibt in ihren Artikeln 93 bis 130 sowie den Anhängen III und IV den rechtlichen Rahmen für die Anwendung von Mehrwertsteuersätzen in den Mitgliedstaaten. Diese Regeln werden jedoch durch eine Vielzahl von Ausnahmeregelungen verkompliziert.

Im Jänner 2006 beauftragte daher der Rat der Europäischen Union die Kommission, bis Ende Juni 2007 einen Bericht zur Gesamtbeurteilung der Folgen der Anwendung ermäßigter Mehrwertsteuersätze auf lokal erbrachte Dienstleistungen (inkl. Hotel- und Gaststättenwesen), insbesondere im Hinblick auf die Schaffung von Arbeitsplätzen, Wirtschaftswachstum und das angemessene Funktionieren des Binnenmarkts vorzulegen. Auf Basis einer unabhängig erstellten Studie hat nun die Europäische Kommission eine EK-Mitteilung an den Rat und das Europäische Parlament über vom Normalsatz abweichende Mehrwertsteuersätze KOM(2007) 380endg. als auch einen Vorschlag für eine Richtlinie des Rates zur Änderung der Richtlinie 2006/112/EG hinsichtlich bestimmter zeitlich begrenzter Ausnahmeregelungen zu MwSt-Sätzen KOM(2007)381 verabschiedet. Sämtliche Dokumente stehen auf der Webseite der GD Taxation and Customs Union zum Download bereit. Weiters findet sich dort auch eine Aufstellung über die geltenden Mehrwertsteuersätze in den EU-Mitgliedstaaten.

[http://ec.europa.eu/taxation\\_customs/taxation/vat/how\\_vat\\_works/rates/index\\_de.htm](http://ec.europa.eu/taxation_customs/taxation/vat/how_vat_works/rates/index_de.htm)



---

## 4 WIRTSCHAFTLICHE LAGE DER BETRIEBE UND FÖRDERUNGEN

### 4.1 Wirtschaftliche Lage der Betriebe

#### 4.1.1 Die wirtschaftliche Lage der Hotellerie

##### Die Entwicklung der Einnahmen

Die durchschnittlichen Einnahmen<sup>6)</sup> pro Unternehmen in der 3-Sterne-Kategorie, die bei rund 590.000 EUR p.a. liegen, sind im Vergleich zum Vorjahr leicht gestiegen. Bei den Unternehmen der 5/4-Sterne-Kategorie konnte mit durchschnittlichen Einnahmen von rund 1,54 Mio. EUR das Niveau des Vorjahres beträchtlich übertroffen werden.

Die Auslastung konnte auf 177 Vollbelegstage (VBT) bei den Unternehmen der 5/4-Sterne-Kategorie und auf 148 VBT bei den 3-Sterne-Unternehmen gesteigert werden. Eine Anpassung der Preise an die Inflation war durchwegs möglich. In der 5/4-Sterne-Kategorie stieg der Personalaufwand, gleichzeitig sanken die Instandhaltungsaufwendungen, sodass das Betriebsergebnis vor Zinsen leicht zurückging.

Insgesamt setzt sich der Trend zu höherer Qualität fort. Die heimische Hotellerie entwickelt sich sowohl nachfrage- als auch angebotsseitig hin zum Hochpreissegment.

##### Die Entwicklung des Cashflows

Das operative Ergebnis (ausgedrückt als Cashflow vor Zinsen) zeigt sowohl im Bereich der 3-Sterne-Kategorie als auch im Bereich der 5/4-Sterne-Kategorie einen leichten Rückgang. Unter Berücksichtigung der in den letzten Jahren niedrigen Zinsen ist eine weitgehend stabile Ertragskraft (Cashflow nach Zinsen) festzustellen.

---

<sup>6)</sup> Sämtliche wirtschaftlichen Informationen beruhen - soweit nicht anders angegeben - auf Auswertungen der Bilanz- und Erfolgsdaten 2006 der Kreditnehmer der ÖHT. Diese stellen eine Teilmenge der Grundgesamtheit der österreichischen Hotellerie dar. Daher sind Abweichungen zu aus anderen Quellen stammendem Datenmaterial möglich.

Abbildung 9: Entwicklung des Cashflows nach Zinsen (in % der Einnahmen)



Quelle: ÖHT

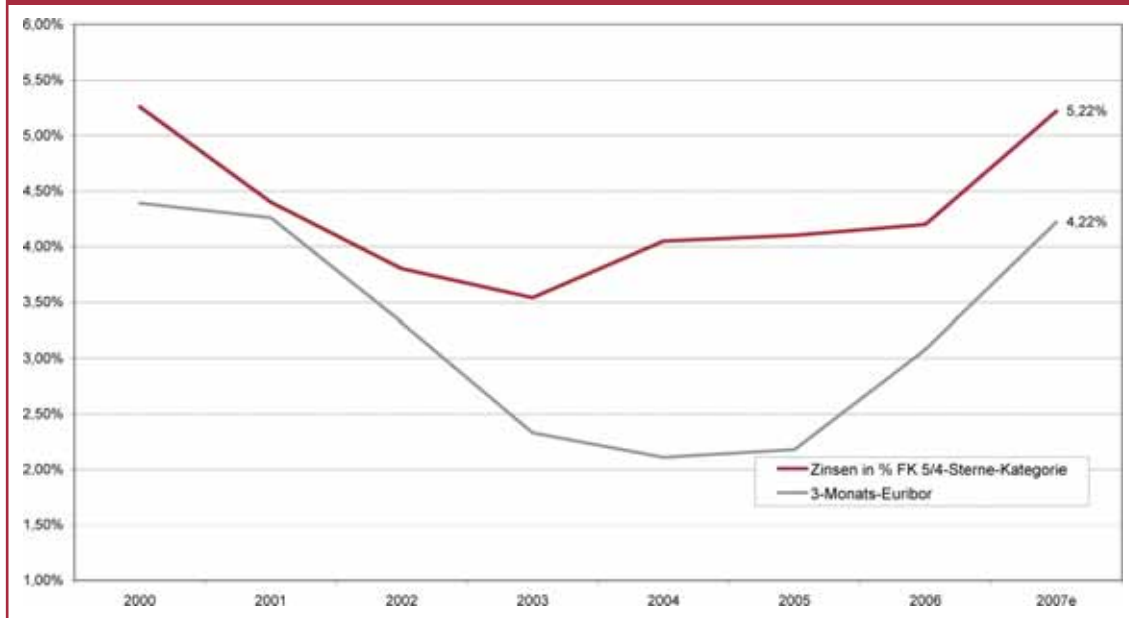
## Die Eigenkapitalunterlegungsvorschriften für Banken und die Entwicklung der Zinsen

Schon vor einigen Jahren haben die Banken begonnen, die Konditionengestaltung unter Berücksichtigung der Erfordernisse von Basel II umzustellen und Risiken, Sicherheiten sowie die notwendige Eigenkapitalunterlegung in weitaus präziserem Umfang als früher zu berechnen und in die Zinskondition einzukalkulieren. Diese Vorgangsweise hat sich in einer deutlichen Spreizung der Aufschläge auf die jeweiligen Zinsparameter je nach Bonitäts- und Risikoklassen geäußert<sup>7)</sup>. Die von der Österreichischen Hotel- und Tourismusbank GmbH (ÖHT) und der Austria Wirtschaftsservice GmbH (aws) gemeinsam erarbeitete Vorgangsweise zur Feststellung eines risikogerechten Verfahrenszinssatzes sieht demgemäß auch Aufschläge von 75 bis über 1.000 Basispunkte auf den jeweiligen Kapitalmarktindikator vor.

<sup>7)</sup> Vgl. Risikogerechter Verfahrenszinssatz für Förderungskredite, [www.oeht.at](http://www.oeht.at).



Abbildung 10: Entwicklung des 3-Monats-Euribor sowie der Zinsen der 5/4-Sterne-Hotellerie (in % des Fremdkapitals)



Quelle: ÖHT

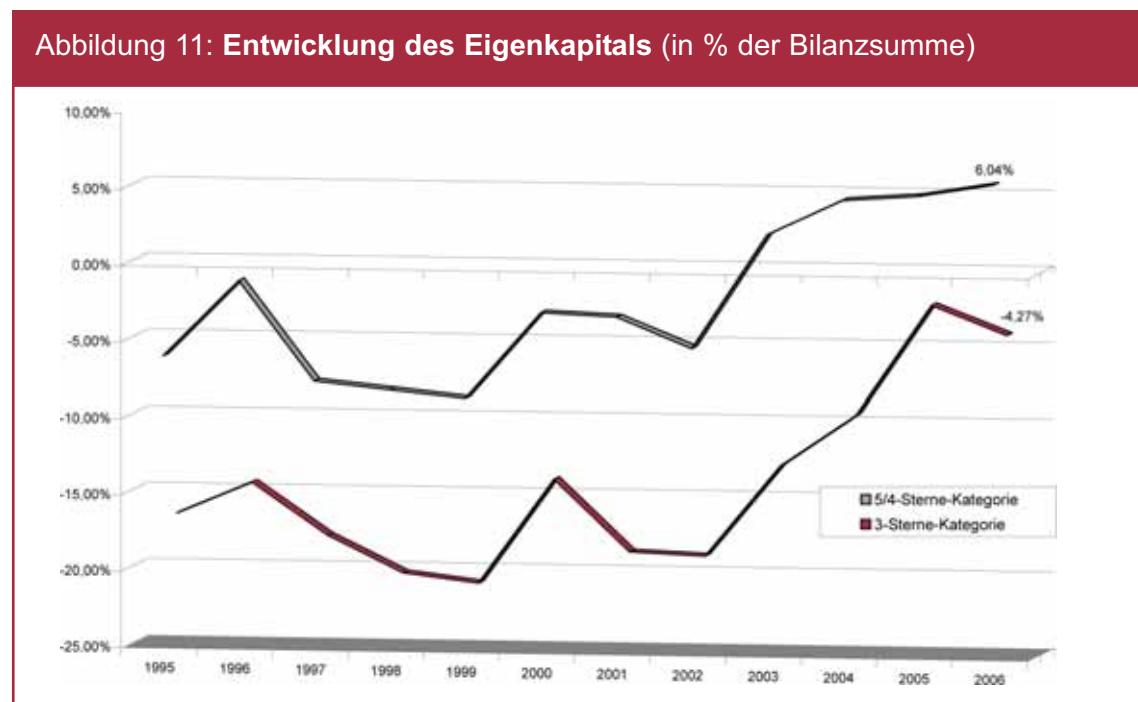
Wie aus obiger Abbildung zu sehen ist, haben die Banken bereits in den vergangenen Jahren ihre jeweilige Vorgangsweise geändert und die künftigen Notwendigkeiten vorweggenommen. Während die Geldmarktzinsen im Laufe der letzten Jahre einen sinkenden bzw. stabilen Verlauf nahmen, haben sich die der Hotellerie verrechneten Zinsen deutlich erhöht. Zuletzt hat sich jedoch der Abstand verringert und weist nunmehr eine parallele Entwicklung auf. Der Abstand zwischen Zinshöhe am Geldmarkt und seitens der Hotellerie tatsächlich zu leistenden Zinsen kann als jener Aufschlag verstanden werden, der aufgrund des neuen Ansatzes bei der Verrechnung von Kreditrisiko und Eigenkapitalkosten erforderlich wurde. Die Hotellerie, die mehrheitlich eine hohe Verschuldung aufweist, wurde aufgrund der teilweise unterdurchschnittlichen Bonität und eines zum Großteil ausgereizten Besicherungsspielraumes mit überdurchschnittlichen Aufschlägen für Risiko und zusätzliche Eigenkapitalunterlegung belastet.

Die daraus resultierende Mehrbelastung konnte relativ leicht verkraftet werden, weil sich die Erträge gut entwickelten. Trotz des erhöhten Aufschlages betragen die Zinsen im Jahre 2006 etwa 6 % der Erlöse, während noch fünf Jahre zuvor knapp 8 % zu leisten waren.

Da sukzessive auslaufende Darlehen, die noch keine risikoadäquate Verzinsung aufweisen, durch neue, mit bonitätsabhängiger Zinssatzgestaltung ersetzt werden, und ab 2007 auch im Rahmen von Förderaktionen eingeräumte Zinsen das Ergebnis unterschiedlicher Ausfallwahrscheinlichkeiten berücksichtigen, ist zu erwarten, dass sich der Abstand zwischen den Geldmarktzinsen und den der Hotellerie verrechneten Zinsen noch etwas vergrößern wird.

### Die wirtschaftliche Stabilität der Hotellerie

In der Hotellerie hat sich in den letzten Jahren eine deutliche Verbesserung der Eigenkapitalsituation eingestellt. So können heute die Unternehmen der 5/4-Sterne-Kategorie ein positives Eigenkapital von 6 % vorweisen. Die Unternehmen der 3-Sterne-Kategorie konnten in den letzten Jahren ebenfalls eine deutliche Verbesserung erreichen. Zuletzt war jedoch ein leichter Rückgang zu verzeichnen, sodass die Eigenkapitalquote der Unternehmen der 3-Sterne-Kategorie nunmehr - 4,3 % beträgt.



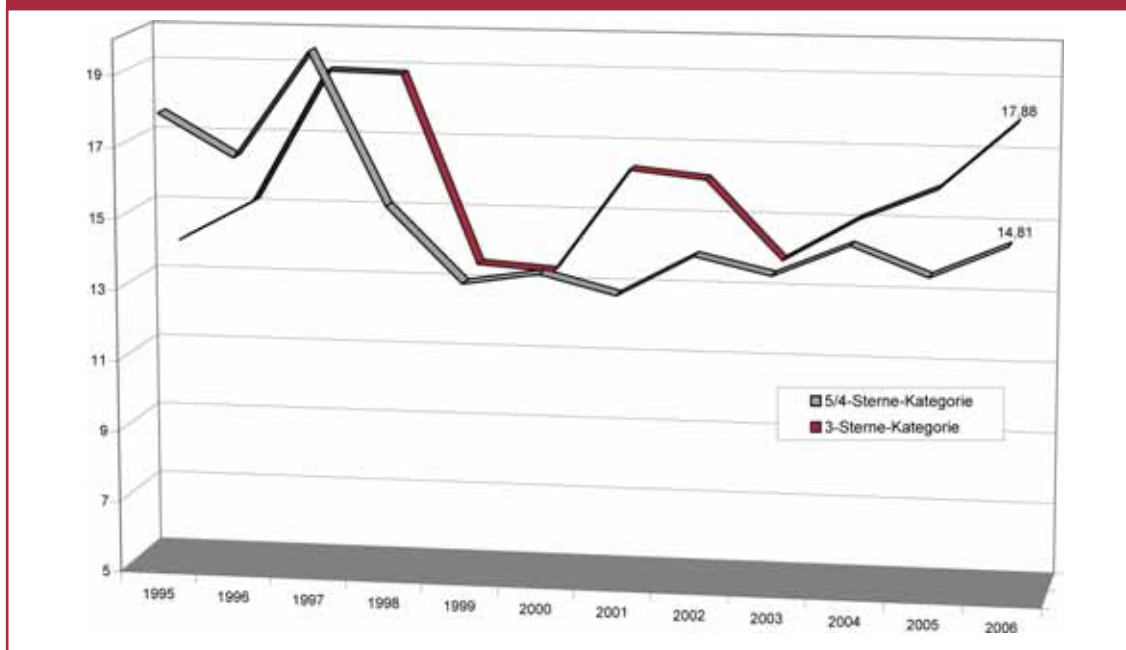
Quelle: ÖHT

Betrachtet man hingegen die dynamischen Kennzahlen zur Verschuldung - das Fremdkapital wird zu Stromgrößen wie Umsatz oder Cashflow in Beziehung gesetzt - so ist ein uneinheitliches Bild zu erkennen. Einerseits bewegt sich die dynamische Verschuldung auf nach wie vor hohem Niveau, andererseits ist es zumindest der 5/4-Sterne-Kategorie gelungen, die Eigenkapitalausstattung zu verbessern.

Am prägnantesten von allen Kennzahlen beschreibt das Verhältnis von Fremdkapital zum Cashflow das Ausmaß vorhandener 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, um das gesamte Fremdkapital aus dem Cashflow zurückzuführen. Derzeit können die Unternehmen der 5/4-Sterne-Kategorie die vom Unternehmens-Reorganisations-Gesetz (URG) geforderte Grenze von maximal 15 Jahren einhalten<sup>8)</sup>. Die Unternehmen der 3-Sterne-Kategorie verfehlen mehrheitlich dieses Limit.

Eine Vielzahl von Unternehmen der Tourismuswirtschaft befindet sich nach wie vor in einer wirtschaftlich angespannten Situation.

Abbildung 12: **Entschuldungsdauer in Jahren** (Fremdkapital/Cashflow nach Zinsen)



Quelle: ÖHT

## Auslastung

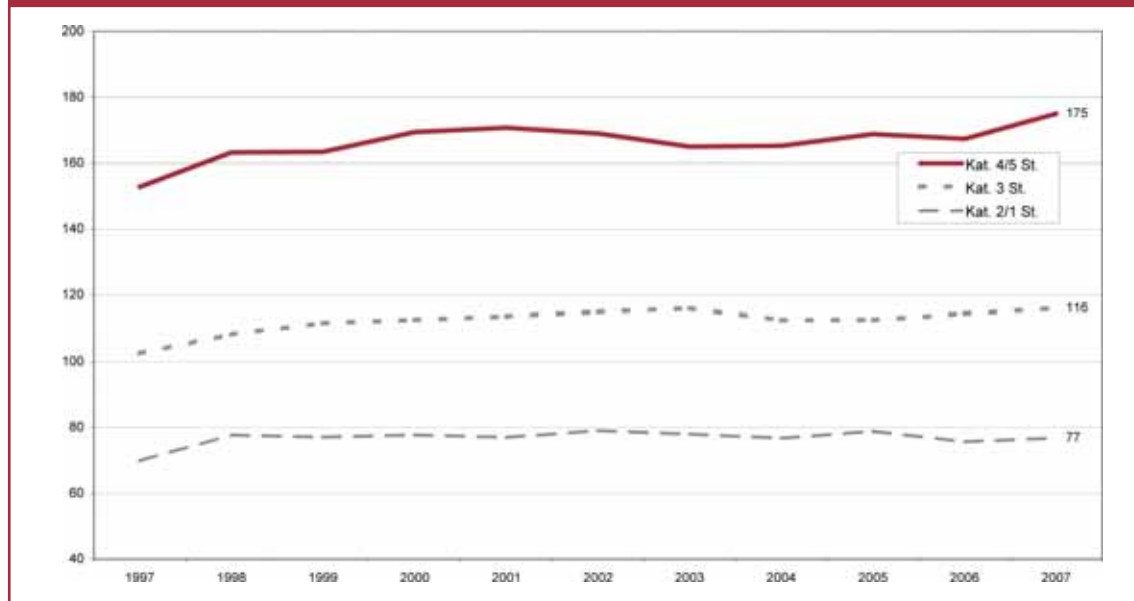
Nachstehende Darstellung der Auslastung nach VBT beruht auf den Erhebungen der WKÖ<sup>9)</sup> und zeigt ein weitgehend unverändertes Bild im Zeitablauf. Während die Unternehmen der 5/4-Sterne-Kategorie ihre Auslastung im Zeitablauf von 153 VBT im Jahre 1997 auf zuletzt 175 VBT (2007) verbessern konnten, die 3-Sterne-Betriebe von

<sup>8)</sup> Eine Entschuldung sollte entsprechend den Bestimmungen des URG in maximal 15 Jahren möglich sein.

<sup>9)</sup> Tourismus in Zahlen, WKÖ, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft, 44. Ausgabe, März 2008

103 auf 116 VBT zulegten, konnten die Betriebe der 2/1-Sterne-Kategorie lediglich eine Steigerung von 70 auf 77 VBT erzielen. Eine wirtschaftliche Betriebsführung ist bei dieser Auslastung nicht möglich.

Abbildung 13: Entwicklung der Auslastung nach Kategorien (in Vollbelegtagen)



Quelle: Tourismus in Zahlen, WKÖ, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft, 44. Ausgabe, März 2008, Grafik ÖHT

Die schon seit langem bestehende Kluft zwischen Unternehmen minderer Qualität mit kleinen Betriebsgrößen und Unternehmen der oberen Kategorien mit wirtschaftlichen Betriebsgrößen in Bezug auf die betriebswirtschaftlichen Ergebnisse ist deutlich, hat sich aber nicht wesentlich verändert. Dies zeigt sich auch in der Entwicklung der Anzahl der Unternehmen der einzelnen Kategorien. Es ist eine Steigerung der Anzahl der Unternehmen der oberen Qualitätsklassen, eine mehr oder weniger stagnierende Entwicklung bei den Unternehmen der 3-Sterne-Kategorie und ein Rückgang der Anzahl der Unternehmen niedrigerer Qualität zu verzeichnen.

Sowohl die Entwicklung der Auslastung als auch die Entwicklung der Anzahl der Unternehmen in den einzelnen Kategorien zeigt, dass sich Österreich zum Qualitätstourismusland entwickelt. Der Trend hin zu qualitativ hochwertigem Angebot setzt sich fort. Unternehmen mit einem hochwertigen Angebot können aufgrund der höheren Auslastung und Offenhaltungszeit auch über einen längeren Zeitraum Arbeitsplätze anbieten.

Die betriebswirtschaftliche Analyse der Hotellerie lässt sich wie folgt zusammenfassen:

- ▶ Die Hotellerie konnte die guten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in verstärktem Umfang für eine fortgesetzte Stabilisierung nutzen. Den Unternehmen der 5/4-Sterne-Kategorie ist es wieder gelungen, ein - wenn auch bescheidenes - positives bilanzielles Eigenkapital auszuweisen. Es werden allerdings noch einige Jahre mit sehr gutem Geschäftsgang erforderlich sein, um auch bei den 3-Sterne-Betrieben eine nachhaltige Verbesserung zu erreichen.
- ▶ Trotzdem ist die Verschuldung hoch. Die Unternehmen der 5/4-Sterne-Kategorie können mit einem durchschnittlich positiven Eigenkapital und einer verkräftbaren dynamischen Verschuldung als stabil bezeichnet werden. Die Unternehmen der 3-Sterne-Kategorie haben zwar ihre Eigenkapitalausstattung in den letzten Jahren verbessert, die Eigenkapitalquote ist jedoch nach wie vor negativ. In dynamischer Betrachtung können sie die vom URG vorgegebene Entschuldungsdauer von 15 Jahren nicht einhalten.
- ▶ Die Unternehmen haben - in Anbetracht der nunmehr geltenden Eigenkapitalvorschriften für Banken - sehr bewusst Anpassungen auf der Passivseite vorgenommen. Im Zeitraum 2000 bis 2006 ist der Anteil der Bankfinanzierung an den Gesamtpassiva von 83 % auf 77 % zurückgegangen. Bankfinanzierungen wurden offenbar durch Eigenkapital aber auch durch Leasingfinanzierungen ersetzt, wobei seit 2005 eine starke Ausweitung bei Leasing zu beobachten ist<sup>10)</sup>.
- ▶ Dieses Vorgehen ist jedoch nicht immer ganz freiwillig erfolgt, sondern auch das Ergebnis einer zunehmenden Restriktion der Banken gerade bei KMU, während die Finanzierungsvoraussetzungen für Großbetriebe eher unverändert geblieben sind. Die höheren Anforderungen an die geforderten Sicherheiten erschweren daher die Lage für die kleinen und mittleren Unternehmen.
- ▶ Nach einem Zinsanstieg im Jahr 2007 wird für das zweite Halbjahr 2008 eine Leitzinssenkung der EZB erwartet, sodass sich die angespannte wirtschaftliche Lage der Betriebe aus dieser Thematik nicht zusätzlich verschärfen dürfte.
- ▶ Vor allem Betriebe mit suboptimalen Betriebsgrößen und solche mit niedrigerer Qualität stehen weiter durch die sich ändernden Rahmenbedingungen unter Druck.

Demgegenüber konnten Qualitätsbetriebe ihr gutes wirtschaftliches Niveau im Wesentlichen halten. Diese Unternehmen konnten sich auch wirtschaftlich überdurchschnittlich entwickeln und sind die Hoffnungsträger für die weitere positive Entwicklung des Tourismus.

<sup>10)</sup> Entsprechend der OeNB Großkreditevidenz hat die Leasingfinanzierung im Tourismus im Zeitraum 2003 bis 2007 um 107 % zugenommen, Fremdkapital im selben Zeitraum lediglich um 46 %.

## 4.1.2 Die wirtschaftliche Lage der Gastronomie

### Die Entwicklung von Einnahmen und Cashflow

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

<b>Tabelle 3: Entwicklung von Erfolgswerten der Gastronomie</b>			
	<b>2005/06</b>	<b>2004/05</b>	<b>2003/04</b>
durchschnittliche Einnahmen in EUR	688.000	633.000	608.000
Umsatzveränderung gegenüber Vorjahr	9 %	4 %	13 %
Cashflow (vor Zinsen)	11 %	12 %	12 %
Cashflow (nach Zinsen)	9 %	10 %	10 %

Quelle: KMU Forschung Austria - Bilanzbranchenbild. Durch eine Veränderung der Stichprobe sind die Daten nur bedingt mit jenen des Vorjahres vergleichbar. Die Werte verstehen sich ohne Ansatz eines kalkulatorischen Unternehmerlohnes.

Da nur bilanzierende Unternehmen in die Stichprobe eingehen, sind die Daten in Richtung der umsatzstärkeren Unternehmen verzerrt. Die Daten geben jedoch Hinweise auf eine Verbesserung der Einnahmen und in der Folge auch auf die wirtschaftlichen Ergebnisse gegenüber den Vorjahren.

### Die wirtschaftliche Stabilität der Gastronomie

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

<b>Tabelle 4: Entwicklung von Stabilitätskennzahlen der Gastronomie</b>			
	<b>2005/06</b>	<b>2004/05</b>	<b>2003/04</b>
Eigenkapitalausstattung	3,6 %	3,6 %	- 3,0 %
Schuldentilgungsdauer	6,3 Jahre	6,2 Jahre	6,4 Jahre

Quelle: KMU Forschung Austria

Die Eigenkapitalausstattung und die Entschuldungsdauer bewegen sich auf dem Vorjahresniveau. Das Erfordernis, die Schulden innerhalb von 15 Jahren rückführen zu können, wird erreicht. Bei näherer Betrachtung der Kennzahlen ist auch für die Gastronomieunternehmen festzustellen, dass der wirtschaftliche Erfolg und die unternehmerische Stabilität stark mit der Betriebsgröße korrelieren. Auch in diesem Fall gilt, dass die Betriebsgröße zu den erfolgsentscheidenden Einflussgrößen gehört.

<b>Tabelle 5: Ausgewählte Kennzahlen 2005/06 der Gastronomie nach Größenklassen</b>	
<b>Eigenkapitalausstattung (alle Unternehmen)</b>	<b>3,6 %</b>
Eigenkapitalausstattung (Umsatz bis 0,3 Mio. EUR)	-13,0 %
Eigenkapitalausstattung (Umsatz 0,3 – 0,5 Mio. EUR)	-10,6 %
Eigenkapitalausstattung (Umsatz 0,5 – 1 Mio. EUR)	- 4,1 %
Eigenkapitalausstattung (Umsatz 1 – 2 Mio. EUR)	5,4 %
Eigenkapitalausstattung (Umsatz 2 – 4 Mio. EUR)	11,8 %
Eigenkapitalausstattung (Umsatz 4 – 7 Mio. EUR)	24,0 %
Eigenkapitalausstattung (Umsatz über 7 Mio. EUR)	21,1 %
<b>Schulden tilgungsdauer (alle Unternehmen)</b>	<b>6,3 Jahre</b>
Schulden tilgungsdauer (Umsatz bis 0,3 Mio. EUR)	7 Jahre
Schulden tilgungsdauer (Umsatz 0,3 – 0,5 Mio. EUR)	7 Jahre
Schulden tilgungsdauer (Umsatz 0,5 – 1 Mio. EUR)	8 Jahre
Schulden tilgungsdauer (Umsatz 1 – 2 Mio. EUR)	6 Jahre
Schulden tilgungsdauer (Umsatz 2 – 4 Mio. EUR)	5 Jahre
Schulden tilgungsdauer (Umsatz 4 – 7 Mio. EUR)	6 Jahre
Schulden tilgungsdauer (Umsatz über 7 Mio. EUR)	4 Jahre
Quelle: KMU FORSCHUNG AUSTRIA, Bilanzdatenbank	

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

Laut dem vorliegenden Datenmaterial, in welchem große Gastronomiebetriebe etwas überrepräsentiert sind, hat sich die wirtschaftliche Lage der Gastronomie - besonders im Hinblick auf die Eigenkapitalausstattung - verbessert.

### 4.1.3 Die Insolvenzentwicklung in Hotellerie und Gastronomie

Der Insolvenzentwicklung ist ein eigenes Kapitel gewidmet (Kapitel 4.4), sodass an dieser Stelle nur die nachstehende Kurzdarstellung erfolgt:

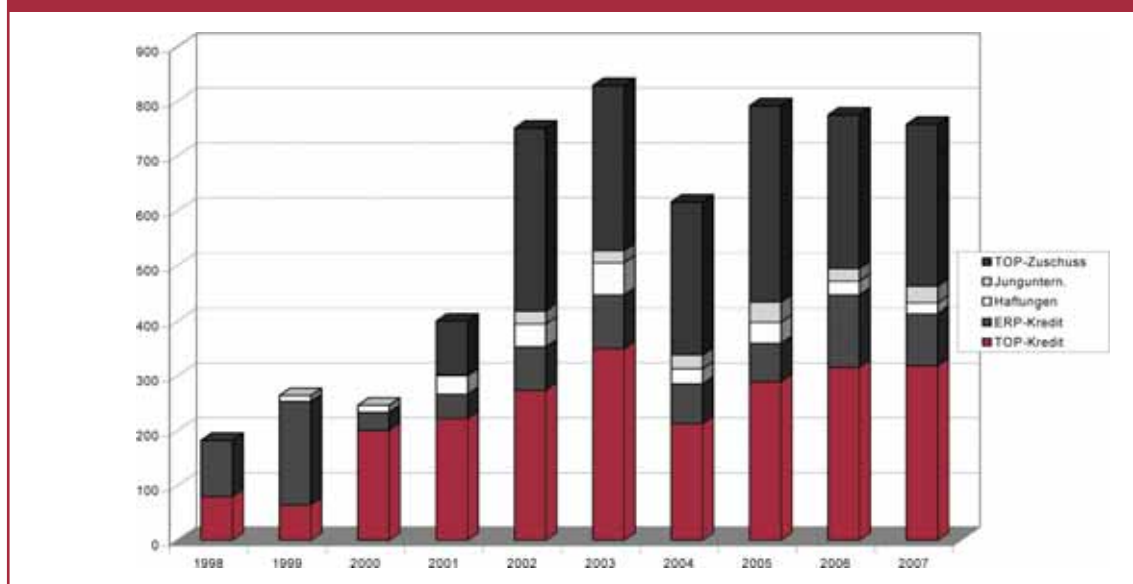
Die Entwicklung der Insolvenzen in der Gesamtwirtschaft ist durchwegs mit der Entwicklung der Insolvenzen in der Hotellerie und Gastronomie vergleichbar. Allgemein ist jedoch festzustellen, dass im Hotel- und Gastgewerbe die Schwankungen - abhängig von der jeweiligen Konjunkturlage - deutlicher ausfallen. In einer Zeit rückläufiger Konjunktur fällt die Zunahme an Insolvenzen stärker aus, aber auch bei einer Erholung ist dann der Rückgang - wie im vergangenen Jahr - bei den Insolvenzen markanter.

## 4.2 Investitionen / Finanzierung

### 4.2.1 Investitionen

Nach mehreren guten Jahren mit Nüchternungszuwächsen und dadurch ausgelösten Investitionen hat die Tourismuswirtschaft 2007 - auf hohem Niveau - weiter investiert. Aus Mitteln des ERP-Fonds und der TOP-Tourismus-Kredit-Förderung wurde ein Investitionsvolumen von rund 413 Mio. EUR gefördert. Das geförderte Gesamtinvestitionsvolumen - inklusive des mittels TOP-Zuschuss bzw. Jungunternehmer/innenförderung und Haftung des Bundes geförderten Investitionsvolumens - belief sich auf über 760 Mio. EUR.

Abbildung 14: Entwicklung des geförderten Investitionsvolumens bei der ÖHT (in Mio. EUR)



Quelle: ÖHT



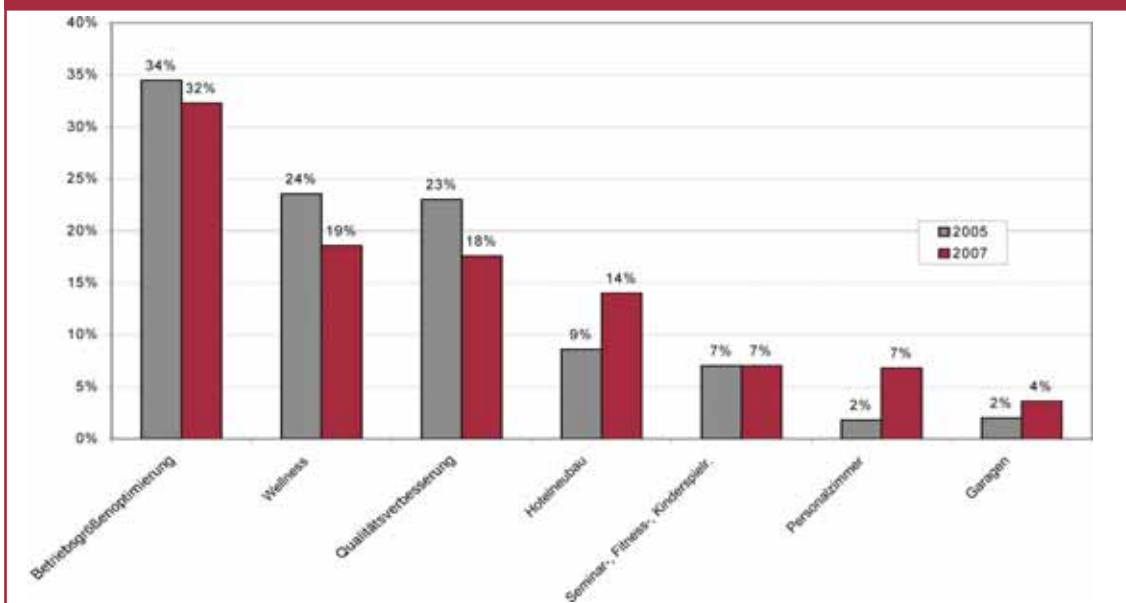
Eine Aufteilung des geförderten Investitionsvolumens zeigt, dass rund

- ▶ 79 % auf den Bereich Hotellerie<sup>11)</sup>,
- ▶ 17 % auf den Bereich regionale Infrastruktur<sup>12)</sup> und
- ▶ 4 % auf den Bereich Restaurants<sup>13)</sup>

entfallen.

Die Schwerpunkte der Investitionen haben sich in den letzten Jahren wenig verändert. In der Hotellerie sind Betriebsgrößenoptimierung und Qualitätsverbesserung weiterhin die beherrschenden Themen.

Abbildung 15: **Schwerpunkte der Investitionen 2007 in der Hotellerie**



Quelle: ÖHT (Zur Verdeutlichung der sich verändernden Investitionsschwerpunkte wird das Jahr 2007 mit dem Jahr 2005 verglichen.)

Mit den Investitionen in der Hotellerie wird versucht, einerseits im Qualitätswettbewerb mitzuhalten und andererseits auch die Wetterunabhängigkeit zu verbessern sowie ein eigenständiges Angebot mit Zusatzeinrichtungen zu schaffen. Das Ziel der Saisonverlängerung spielt mit insgesamt 38 % der geförderten Investitionskosten ebenfalls eine

<sup>11)</sup> Im Bereich Hotellerie sind die Investitionsschwerpunkte Betriebsgrößenoptimierung, Qualitätsverbesserung, Schaffung von Wellness-, Seminar-, Fitness- und Kinderspielräumen, Hotelneubauten sowie Personalzimmer zusammengefasst.

<sup>12)</sup> Im Bereich regionale Infrastruktur sind die Investitionsschwerpunkte Beschneigungsanlagen und Freizeitparks Camping zusammengefasst.

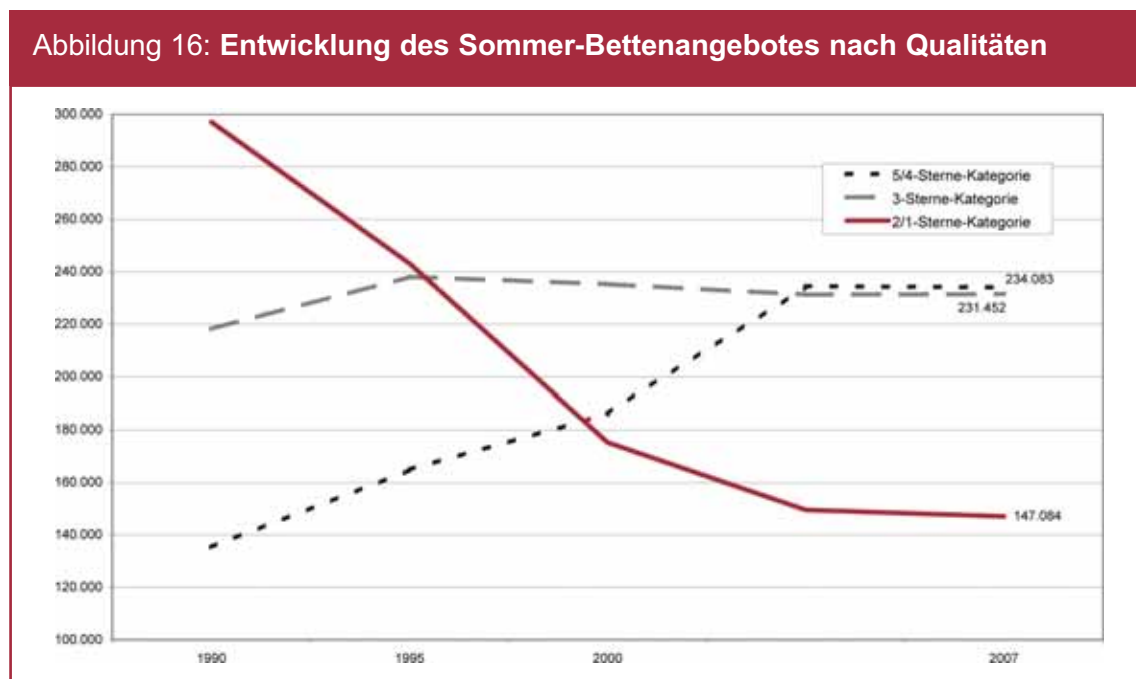
<sup>13)</sup> Im Bereich Restaurants sind die Investitionsschwerpunkte Errichtung und Verbesserung von Restaurants zusammengefasst.

bedeutende Rolle (Infrastruktur sowie Wellness- und Seminareinrichtungen in der Hotellerie). Dieser Umstand hat auch erfreuliche Auswirkungen auf Offenhaltungszeiten und Beschäftigungsdauer. Bei den ÖHT-finanzierten Unternehmen erfolgte sowohl im Bereich der 3-Sterne- als auch im Bereich der 4/5-Sterne-Hotellerie eine Steigerung von 280 Offenhaltungstagen im Jahre 2000 auf 300 Tage im Jahre 2007.

Bei den infrastrukturellen Einrichtungen ist vor allem die Errichtung von Beschneiungsanlagen bedeutsam. Die Investitionstätigkeit in diesem Bereich hat nach dem schneearmen Winterbeginn 2006/07 beträchtlich zugenommen. Heute sind rund 60 % der Pistenflächen Österreichs künstlich beschneibar und damit weitgehend schneesicher.

Die Errichtung oder der Ausbau von Restaurants hat einen sehr geringen Anteil und findet größtenteils in Form sehr kleiner Investitionen statt, die im Bereich der Zuschussaktion der TOP-Tourismus-Förderung unterstützt werden.

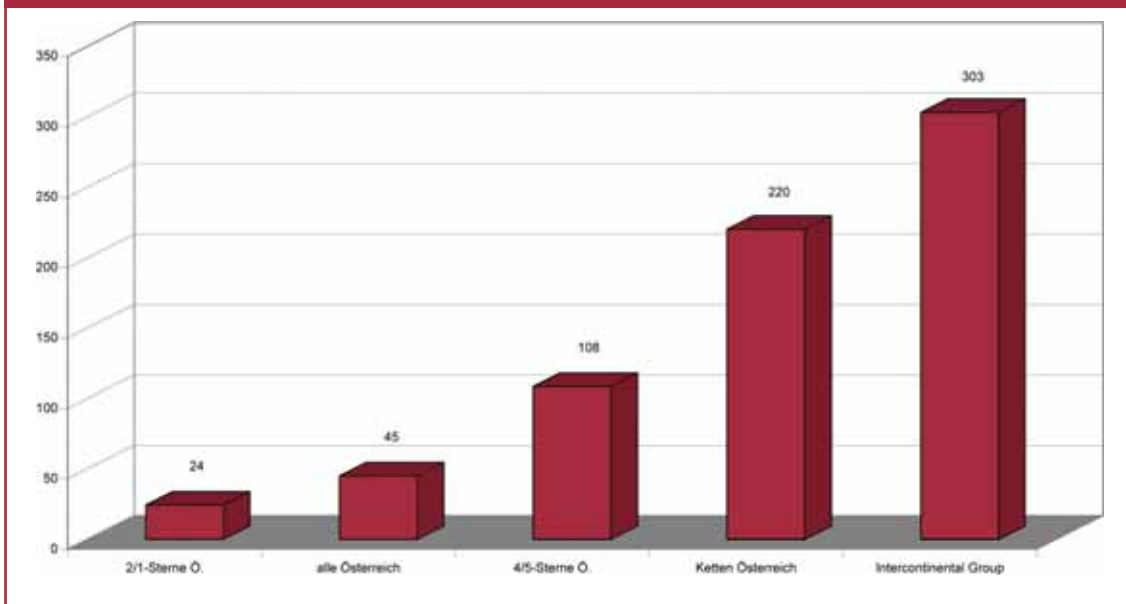
Insgesamt ist es gelungen, den Umbau des heimischen Angebotes deutlich in Richtung höherwertiger Qualität zu forcieren, wobei dieses Ziel auch durch die Investitionsförderungsmaßnahmen des Bundes massiv unterstützt wurde. Wie nachstehende Abbildung anhand einer längerfristigen Zeitreihe zeigt, wurden beträchtliche Fortschritte im Umbau der Qualitäten im Sommerbettenangebot erzielt.



Quelle: Tourismus in Zahlen, WKÖ, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft, 44. Ausgabe, März 2008, Grafik ÖHT

Diese Veränderungen haben auch bewirkt, dass die durchschnittliche Betriebsgröße in bescheidenem Ausmaß von durchschnittlich 37 Betten pro Betrieb im Jahr 1996 auf 45 Betten im Jahr 2007 gestiegen ist.

**Abbildung 17: Betriebsgrößen in der österreichischen und internationalen Hotellerie**



Quelle: Tourismus in Zahlen, WKÖ, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft, 44. Ausgabe, März 2008, Grafik ÖHT

Bei den Betriebsgrößen gibt es erhebliche Unterschiede je nach Kategorie: Im Bereich der 5/4-Sterne-Kategorie ist die Größe der Betriebe kontinuierlich auf durchschnittlich 108 Betten gewachsen, während etwa im Bereich der 2/1-Sterne-Kategorie die durchschnittliche Betriebsgröße schon seit Jahren bei 24 Betten stagniert.

Das Erreichen wirtschaftlicher Betriebsgrößen ist ein Anliegen der österreichischen Förderungspolitik, das auch zukünftig mit Nachdruck verfolgt werden wird. Wie obenstehende Grafik zeigt, weisen die österreichischen Hotelunternehmen noch deutlichen Nachholbedarf im Vergleich zur internationalen Konkurrenz auf.

#### 4.2.2 Finanzierung - Die Entwicklung der Großkreditausleihungen

Die Änderungen des Investitionsverhaltens spiegeln sich auch in einem Anstieg der Fremdkapitalaufnahme in der Verschuldungsstatistik der Oesterreichischen Nationalbank (OeNB) wider.

**Tabelle 6: Entwicklung der Großkredite gemäß § 75 BWG  
Beherbergungs- und Gaststättenwesen<sup>14)</sup>**

Jahr	Großkredite in Mio. EUR	Veränderung gegenüber Vorjahr
2001	3.193	
2002	3.373	5,6 %
2003	3.585	6,3 %
2004	4.051	13,0 %
2005	4.573	12,9 %
2006	4.780	4,5 %
2007	5.235	9,5 %

Quelle: OeNB. Im Dezember 2006 einigten sich FMA und OeNB auf einheitliche Zuordnungskriterien von Kreditinstituten zu den sogenannten Hauptsektoren. Dies hatte zur Folge, dass es zwischen dem Aktienbankensektor und dem Sonderbankensektor zu Umreihungen kam. Um eine möglichst aussagekräftige Vergleichsreihe zu erhalten, erfolgte eine Rückrechnung der Daten bis Dezember 2001.

Während 2007 in der Gesamtwirtschaft die Zunahme der Verschuldung gegenüber dem Vorjahr 13,1 % ausmachte, hat sich die Verschuldung im Beherbergungs- und Gaststättenwesen - gemessen an den Großkreditausleihungen - im selben Zeitraum um 9,5 % erhöht.

Laut Auskunft der OeNB werden von der Großkreditevidenz in der von kleinen und mittleren Unternehmen dominierten Hotellerie und Gastronomie lediglich 7 % der Grundgesamtheit abgebildet. Dies geht auch mit der in der ÖHT gemachten Erfahrung einher, dass es vor allem die großen Unternehmen sind, die sich dynamisch weiterentwickeln und daher eine rege Investitionstätigkeit entfalten. Erfreulich dabei ist, dass sich trotz der weiter zunehmenden Verschuldung die Eigenkapitalsituation weiter stabilisiert hat.

## 4.3 Förderungen

### 4.3.1 Organisation

Budgetmittel für Förderungsmaßnahmen im touristischen Bereich sind im Teilheft zum Bundesvoranschlag beim Kapitel "Wirtschaft und Arbeit" veranschlagt. Ein beträchtlicher Teil der Förderungsmittel wird für Projekte zur Verfügung gestellt, die im Rahmen des bestehenden Abwicklungsvertrages mit der ÖHT im Zusammenhang mit der TOP-

<sup>14)</sup> Kredite über 0,363 Mio. EUR

Tourismus-Förderung sowie mit der Übernahme von Haftungen für Tourismus- und Freizeitwirtschaft zur Gestionierung gelangen. Überdies vergibt das BMWA auf Grundlage der Allgemeinen Rahmenrichtlinien für die Gewährung von Förderungen aus Bundesmitteln (ARR 2004), BGBl. II, Nr. 51/2004, - teilweise auch in Verbindung mit EU-Kofinanzierungsmitteln - direkt Förderungsmittel für touristische Projekte.

Die awS wickelt Förderungsaktionen - vor allem im Garantiebereich - ab, die auch dem Tourismus zugute kommen können.

Im Rahmen des ERP-Jahresprogramms werden vom ERP-Fonds auch für die Einräumung von ERP-Krediten an die Tourismuswirtschaft jährlich Mittel bereitgestellt, damit Tourismusprojekte mit günstigen ERP-Krediten finanziert werden können.

### 4.3.2 Strategie

Aufgrund der größer werdenden Konkurrenz - vor allem auch durch die neuen EU-Mitgliedsländer - muss die österreichische Tourismus- und Freizeitwirtschaft weiterhin verstärkt Anstrengungen unternehmen, um ihre Position im europäischen und internationalen Wettbewerb zu behaupten. Das BMWA unterstützt die Wirtschaft bei ihren diesbezüglichen Bemühungen und hat die Unterstützung auch im Jahr 2007 nach folgenden strategischen Überlegungen ausgerichtet:

- ▶ Ermöglichung eines selbstbestimmten Vorgehens der österreichischen Tourismuswirtschaft auf den europäischen und internationalen Märkten,
- ▶ Positionierung Österreichs im internationalen Umfeld als gestaltender Partner und anerkannter Know-how-Träger im Tourismus,
- ▶ Gewährleistung der Funktionsfähigkeit der touristischen Dienstleistungskette,
- ▶ Sicherung der Zukunftsfähigkeit des touristischen Angebotes,
- ▶ Erhalt und Schaffung von Beschäftigung im touristischen Umfeld,
- ▶ Verbesserung der Eigenkapitalbasis der Tourismusunternehmen.

Im Einzelnen sind damit folgende Aktivitäten verbunden:

- ▶ förderpolitische, -strategische und -technische Begleitung der strategischen Arbeit der Sektion V durch gezielten Einsatz von Förderungsmitteln,
- ▶ Ausarbeitung von Förderungsprogrammen nach strategischen Zielsetzungen der Sektion V (z. B. TOP-Tourismus-Förderungsprogramm, Programm zur Förderung der alpinen Infrastruktur),
- ▶ Auswahl von im Rahmen von EU-Programmen zu finanzierenden Projekten nach am Tourismus orientierten Zielvorstellungen der Sektion V,
- ▶ Steuerung in Bezug auf die Abwicklung von Förderungsprojekten und der Vergabe

von Studien nach den Zielvorstellungen der Sektion V,

- ▶ Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Tourismuswirtschaft z.B. durch Aufzeigen eines Handlungsbedarfs und von sich ergebenden Umsetzungsprojekten.

Der Einsatz von Tourismusförderungsmitteln orientiert sich vor allem an den Erfordernissen der Qualitäts- und Standortverbesserung, Betriebsgrößenoptimierung, Forcierung des Ganzjahrestourismus, Verbesserung der Eigenkapitalausstattung, Bildung von Kooperationen und Netzwerken, des Setzens zeitgemäßer Werbeaktivitäten sowie insbesondere der Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft.

### **4.3.3 Förderungen im Wege der Österreichischen Hotel- und Tourismusbank Gesellschaft m.b.H. (ÖHT)**

#### **TOP-Tourismus-Förderung**

Mit Wirkung 1. Jänner 2007 hat der Bundesminister für Wirtschaft und Arbeit neue Richtlinien für die TOP-Tourismus-Förderung in Kraft gesetzt, die - in Anlehnung an die EU-Programmplanungsperiode - bis 2013 gelten werden. Die mit diesen Richtlinien angebotenen Unterstützungen sollen helfen, dass sich die Tourismus- und Freizeitwirtschaft den sich rasch verändernden Rahmenbedingungen - sowohl im Hinblick auf die baulichen Gegebenheiten als auch im Hinblick auf Aspekte der Betriebsführung - laufend anpassen kann. 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, die in den Richtlinien als Teile bezeichnet werden, zum Einsatz:

- Teil A: TOP - Investition
- Teil B: TOP - Beratung und Ausbildung
- Teil C: TOP - Kooperation
- Teil D: TOP - Restrukturierung

### Teil A: TOP - Investition

Im Rahmen dieser Förderungsschiene werden unter anderem Investitionen zur Qualitätsverbesserung, Betriebsgrößenoptimierung und Angebotsdiversifizierung, zur Errichtung und Verbesserung von touristischen Infrastruktureinrichtungen, von umwelt- und sicherheitsbezogenen Einrichtungen und von Personalunterkünften sowie in Bezug auf Innovationen in Beherbergung und Gastronomie gefördert.

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

**Tabelle 7: Antrags- und Ergebnisübersicht (TOP-Tourismus-Kredite)**

<b>Antragsübersicht</b>	
eingereichte Anträge (TOP-Tourismus- bzw. ERP-Kredite)	170
erledigte Anträge gesamt (inkl. Anträge aus Vorjahren)	112
abgelehnte Anträge	1
<b>Ergebnisübersicht</b>	
Gesamtinvestitionskosten der erledigten Fälle	338,958 Mio. EUR
davon förderbare Kosten	318,381 Mio. EUR
bewilligtes TOP-Kreditvolumen	163,210 Mio. EUR
bewilligte Zuschüsse	17,851 Mio. EUR

- ▶ Insgesamt wurden in der TOP-Tourismus-Aktion 2007 112 Ansuchen mit einem Kreditvolumen von über 163 Mio. EUR genehmigt.
- ▶ Zusammen mit ERP-Mitteln in Höhe von über 32 Mio. EUR konnten geförderte Finanzierungsmittel in Höhe von rund 196 Mio. EUR bereitgestellt werden. Damit wurden Tourismusprojekte mit einem geförderten Investitionsvolumen von rund 413 Mio. EUR unterstützt.
- ▶ Rund 83 % des genehmigten Investitionsvolumens entfiel auf den Bereich der Hotellerie und Gastronomie, der Rest auf den Bereich der touristischen Infrastruktureinrichtungen.

Der Mitteleinsatz in den Zielgebieten wird im Kapitel 4.3.3.5.2.2.1 dargestellt.

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

<b>Tabelle 8: Antrags- und Ergebnisübersicht (TOP-Tourismus-Zuschüsse)</b>	
<b>Antragsübersicht</b>	
eingereichte Anträge	920
erledigte Anträge gesamt (inkl. Anträge aus Vorjahren)	836
abgelehnte Anträge gesamt (inkl. Anträge aus Vorjahren)	199
<b>Ergebnisübersicht (Basis: erledigte Anträge lt. Antragsübersicht)</b>	
Gesamtinvestitionskosten der erledigten Fälle	295 Mio. EUR
davon förderbare Kosten	229 Mio. EUR
bewilligte Zuschüsse	11,01 Mio. EUR

Die Schwerpunkte im Rahmen der Zuschussförderung lagen bei der Modernisierung und Qualitätsverbesserung der Betriebe, gefolgt von der Betriebsgrößenoptimierung. Auf die genannten Maßnahmen entfällt ein Investitionsvolumen von über 230 Mio. EUR. Lediglich 3,2 % des Investitionsvolumens betraf Infrastrukturprojekte.

#### **Teil B: TOP - Beratung und Ausbildung**

Im Rahmen dieser Förderungsschiene werden externe Beratungs- und Ausbildungsleistungen unter anderem zur Entwicklung und Umsetzung von innovativen Marktstrategien, von innovativen Produkt-Markt-Konzepten, von organisatorischen und sozialen Innovationen zur Verbesserung der Ablauf- und Aufbauorganisation und im Mitarbeiter/innenbereich sowie im Zusammenhang mit Internationalisierungsaktivitäten gefördert. Voraussetzung ist in jedem Fall, dass die geplanten Maßnahmen auf einem schlüssigen Unternehmenskonzept beruhen.

2007 wurden 34 Ansuchen im Rahmen dieser Förderung eingereicht. Nach entsprechender Koordinierung mit den Ländern konnten mit Ende 2007 zwölf Zuschüsse in der Höhe von rund 212.000 EUR gewährt werden.

Die Ansuchen auf Förderung von Beratungsleistungen hatten inhaltlich die Auslastungs- und Angebotsverbesserung vor allem auch in der Vor- und Nachsaison zum Gegenstand, wobei insbesondere die Kund/innenansprache bzw. Kund/innenbindung optimiert und mittels der Einführung von Qualitätsstandards gesichert werden sollen.



### **Teil C: TOP - Kooperation**

Im Rahmen dieser Förderungsschiene werden die Bildung und die Weiterentwicklung von nachhaltigen betrieblichen und regionalen (auch grenzüberschreitenden) Kooperationen gefördert.

2007 wurden 17 Ansuchen im Rahmen dieser Förderung genehmigt. Für die TOP-Kooperationsförderung wurden im Jahr 2007 rund 369.000 EUR an Budgetmitteln gebunden.

In Summe wurden bei den betrieblichen Kooperationen rund 32.000 Betten zusammengeschlossen, was in etwa 4 % der in Österreich gewerblich angebotenen Betten entspricht.

Die Entwicklung bei den regionalen Kooperationen verlief mit 15,6 Mio. Nächtigungen in den kooperierenden Tourismusorganisationen 2007 erfolgreich und entspricht einem Prozentsatz von rund 13 % gemessen an den 121,4 Mio. Nächtigungen österreichweit.

Der sich nun schon über einige Jahre abzeichnende Trend zur Angebots- und Auslastungsverbesserung bei der Gründung neuer Kooperationen, die ein gemeinsames Marketing bzw. gemeinsame Werbeauftritte in den Mittelpunkt stellen, hat sich auch im abgelaufenen Jahr fortgesetzt, wobei vor allem Bemühungen zur Saisonverlängerung bzw. das Bewerben der zweiten Saison verstärkt wurden.

Bei der Weiterentwicklung von Kooperationen werden vor allem die Qualitätssicherung und die Ansprache neuer Zielgruppen und Zielmärkte insbesondere in den neuen EU-Ländern forciert.

### **Teil D: TOP - Restrukturierung**

Im Rahmen dieser Förderungsschiene werden Maßnahmen zur Verbesserung der wirtschaftlichen Stabilität und Finanzstruktur von Unternehmen der Hotellerie und Gastronomie gefördert.

Die Unterstützung ist grundsätzlich in dreifacher Form vorgesehen:

1. ideelle (nicht monetäre) Hilfestellung
2. Absicherung des Risikos durch Übernahme von Haftungen<sup>15)</sup>
3. finanzielle Hilfe in Form von Zinsstützungen

Die ideelle Hilfestellung besteht in der Ausarbeitung eines Restrukturierungskonzeptes

---

<sup>15)</sup> Im Jahr 2007 konnten lediglich Haftungspromessen erteilt werden, da das Notifizierungsverfahren bei der EK noch im Laufen ist.

durch die ÖHT, das auch als Reorganisationskonzept im Sinne des URG eingesetzt werden kann. Die Umsetzung des Sanierungskonzeptes wird von den Spezialisten der ÖHT unterstützt. In besonders komplexen Fällen können zusätzlich Coachingmaßnahmen zur Implementierung der Sanierungsmaßnahmen vereinbart werden, die zum Teil durch das BMWA finanziert werden. In Ergänzung dazu kann eine materielle Hilfestellung in Form von Zinsenzuschüssen auf Langzeitdarlehen eingeräumt werden.

<b>Tabelle 9: Antrags- und Ergebnisübersicht (TOP-Restrukturierungsmaßnahmen)</b>	
<b>Antragsübersicht 2007</b>	
eingereichte Anträge	23
positiv erledigte Anträge	7
davon abgelehnte Anträge	3
davon aktuell verhandelte Anträge	13
Bilanzsumme der eingereichten Anträge	35,2 Mio. EUR
Gesamtumsatz der eingereichten Anträge	14,7 Mio. EUR
Gesamtverschuldung der eingereichten Anträge	41,8 Mio. EUR
<b>Ergebnisübersicht 2007</b>	
erzielte Obligoreduktionen	1,9 Mio. EUR
Darlehen, deren Verzinsung auf eine unter dem ursprünglich vereinbarten Zinssatz liegende Kondition abgesenkt werden konnte (inkl. geförderte Darlehen).	5,2 Mio. EUR
Zufuhr von Eigenkapital (vorwiegend durch Liegenschaftsverkäufe)	1,1 Mio. EUR
Langzeitdarlehen mit Zinsstützung aus der Restrukturierungsaktion	2,6 Mio. EUR
ausbezahlte Zuschüsse 2007	0,61 Mio. EUR
Quelle: ÖHT	

Jene Betriebe, die 2007 in der TOP-Restrukturierungsaktion angesucht haben, erzielten im abgelaufenen Bilanzjahr Umsätze von rund 14,7 Mio. EUR und beschäftigten 55 Mitarbeiter/innen. Die Verschuldung dieser Unternehmen betrug insgesamt rund 41,8 Mio. EUR und somit durchschnittlich etwa das 2,8-fache ihres Jahresumsatzes bzw. betriebsbezogen rund 640.000 EUR. Durch die Verhandlungen der ÖHT gelang es, im Rahmen der 2007 umgesetzten sieben Sanierungskonzepte bei den finanzierenden Hausbanken Forderungsverzichte über insgesamt 1,9 Mio. EUR zu erzielen. Diese Verhandlungen erstrecken sich üblicherweise über einen längeren Zeitraum, da die Zustimmung aller beteiligten Gläubiger erlangt werden muss. Zusätzlich wurde Eigenkapital in Höhe von 1,1 Mio. EUR seitens der

Unternehmerfamilien zugeführt. Die Eigenkapitalbasis der Betriebe wurde somit um rund 3 Mio. EUR verbessert. Bei den Restverbindlichkeiten gelang es in der Regel, die Verzinsung auf eine unter dem ursprünglich vereinbarten Zinssatz liegende Kondition abzusenken. Richtliniengemäß wurden Teile der Restverbindlichkeiten für Zinsstützungen im Rahmen der Restrukturierungsaktion vorgeschlagen.

## Jungunternehmer-Förderung

Mit Wirkung 1. Jänner 2007 hat der Bundesminister für Wirtschaft und Arbeit die Richtlinie für die Jungunternehmerförderung in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Kraft gesetzt, die - in Anlehnung an die EU-Programmplanungsperiode - bis 2013 gelten wird. Diese neue Tourismusförderungsrichtlinie fasst die bis 31. Dezember 2006 in den Richtlinien des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit für die TOP-Tourismus-Förderung 2001-2006 und in den Richtlinien des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit für die Übernahme von Garantien für die Tourismus- und Freizeitbetriebe 2001-2006 bestehenden Investitionsförderungsmaßnahmen für Gründer und Übernehmer von Unternehmen der Tourismus- und Freizeitwirtschaft zusammen und beinhaltet als neues Förderungsinstrument das sogenannte "Startkapital", das Jungunternehmer/innen den Zugang zu zinsgünstigen Mitteln des ERP-Fonds erleichtert. Ziele der Jungunternehmerförderung sind die Unterstützung der Gründung und Übernahme von Unternehmen, die Stärkung der Innovationskraft, die Sicherung und Schaffung von Beschäftigung sowie die Erleichterung der Kapitalaufbringung.

**Tabelle 10: Antrags- und Ergebnisübersicht (Unternehmensneugründungen und -übernahmen)**

<b>Antragsübersicht 2007</b>	
eingereichte Anträge	220
erledigte Anträge (inkl. Anträge aus Vorjahren)	129
abgelehnte Anträge (inkl. Anträge aus Vorjahren)	128
<b>Ergebnisübersicht (Basis: erledigte Anträge)</b>	
Gesamtkosten (materielle und immaterielle Kosten)	30,0 Mio. EUR
davon förderbare materielle Kosten	29,0 Mio. EUR
davon Zuschuss im Rahmen Teil A TOP-Zuschuss-Aktion (für materielle Kosten)	1,26 Mio. EUR
davon förderbare immaterielle Kosten	0,58 Mio. EUR
davon Zuschuss im Rahmen Unternehmensneugründungen und -übernahmen (für immaterielle Kosten)	0,14 Mio. EUR
geschaffene Arbeitsplätze	446
Quelle: ÖHT	

Bei den 129 erledigten Jungunternehmer-Fällen liegen die Schwerpunkte bei den materiellen Investitionen zur Inangangsetzung des Betriebes bzw. bei der Modernisierung des Bestandes. Bei den positiv erledigten Fällen wurden insgesamt 446 Arbeitsplätze (575 inklusive der Jungunternehmer/innen) geschaffen.

Weiters wurden die Neugründer/innen auch mit Haftungen unterstützt, wobei insgesamt 21 Ansuchen mit einem Haftungsvolumen von rund 3,1 Mio. EUR und einem Investitionsvolumen von rund 8,4 Mio. EUR bewilligt wurden. Dabei wurden insgesamt 74 Arbeitsplätze neu geschaffen.

### Übernahme von Haftungen für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft

Mit Wirkung 1. Jänner 2007 hat der Bundesminister für Wirtschaft und Arbeit die neue Richtlinie für die Übernahme von Haftungen für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Kraft gesetzt, die - in Anlehnung an die EU-Programmplanungsperiode - bis 2013 gelten wird. Die Zielsetzungen der Richtlinie entsprechen im Wesentlichen jenen der TOP-Tourismus-Förderung ergänzt um die Neugründung bzw. Übernahme von Unternehmen und die Internationalisierung der heimischen Tourismus- und Freizeitwirtschaft. Richtliniengemäß können Haftungen zur Finanzierung von Investitionen - auch im Zusammenhang mit der Gründung und Übernahme von Unternehmen - sowie von Internationalisierungsaktivitäten und Eigenkapitalzufuhr übernommen werden.

Tabelle 11: Antrags- und Ergebnisübersicht (Übernahme von Haftungen für Tourismus- und Freizeitbetriebe)	
<b>Antragsübersicht 2007</b>	
Zahl der Anträge	57
Antragsvolumen	28,0 Mio. EUR
<b>Ergebnisübersicht (Basis: erledigte Anträge)</b>	
Positive Erledigungen	33
genehmigtes Volumen	10,0 Mio. EUR
besichertes Investitionsvolumen	18,8 Mio. EUR
garantiertes Beteiligungsvolumen	0,0 Mio. EUR
Beschäftigte in Betrieben, die eine Haftung erhielten	317

Die Haftungen wurden 2007 überwiegend für die Finanzierung von Investitionen, vor allem für Qualitätsverbesserungen bzw. Betriebsgrößenoptimierungen und für Neugründungen herangezogen.

Aufgrund der letztjährigen Entwicklung ist auch für die kommenden Jahre eine gleichbleibende Nachfrage nach dem Haftungsinstrument zu erwarten.

## Förderungen im Wege des ERP-Fonds

Im Jahr 2007 wurden von der ERP-Fachkommission für Kredite auf dem Agrar- und Tourismussektor, Sektor Tourismus, insgesamt über 32 Mio. EUR ERP-Kreditmittel für 20 Projekte vergeben, wobei mit der Kreditvergabe sehr ähnliche Ziele verfolgt wurden wie in der TOP-Tourismus-Förderung (Verbesserung der Angebotsqualität und der Wettbewerbsfähigkeit, Unterstützung des Aktiv- und Erlebnisurlaubs, touristische Entwicklung benachteiligter Regionen).

**Tabelle 12: Antrags- und Ergebnisübersicht (ERP-Kredite)**

<b>Antragsübersicht</b>	
eingereichte Anträge (ERP- bzw. TOP-Tourismus-Kredite)	170
erledigte Anträge gesamt (inkl. Anträge aus Vorjahren)	20
abgelehnte Anträge (beide Anträge aus 2006 )	2
<b>Ergebnisübersicht</b>	
Gesamtinvestitionskosten der erledigten Fälle	107,751 Mio. EUR
davon förderbare Kosten	94,571 Mio. EUR
bewilligtes ERP-Kreditvolumen	32,310 Mio. EUR

Diese Mittel kamen in der Hotellerie überwiegend bei An-, Um- und Zubauvorhaben für die Erneuerung der Kapazitäten und in den Ziel- bzw. Nationalen Regionalförderungsgebieten auch für Neubauvorhaben zum Einsatz.

## Förderungen und Förderungseffekte ÖHT - Zusammenfassung

Folgende Zahlen skizzieren das Jahr 2007 im Bereich der Tourismus- und Freizeitwirtschaft:

- ▶ 1.166 Förderungsfälle mit einem bundesseitigen Förderbarwert von 34,8 Mio. EUR wurden positiv erledigt. Bei mehr als 99 % der Förderungsempfänger/innen handelt es sich um kleine und mittlere Unternehmen (KMU).
- ▶ 129 Unternehmensgründer/innen konnten unterstützt werden. Sie haben Investitionsvorhaben im Umfang von knapp 30 Mio. EUR umgesetzt.
- ▶ Das gesamte geförderte Investitionsvolumen beläuft sich auf rund 760 Mio. EUR.
- ▶ Hotelunternehmen mit rund 91.000 Betten wurden im Hard- bzw. Software-Bereich qualitativ verbessert. Das sind über 11 % des gesamten gewerblichen Bettenangebotes Österreichs.

- ▶ Alle unterstützten Unternehmen werden nach Durchführung der geplanten Maßnahmen knapp 2 Mrd. EUR an Umsatz erzielen und 26.600 Mitarbeiter beschäftigen. Sie werden damit rund 16 % der Arbeitnehmer des Beherbergungs- und Gaststättenwesens anstellen<sup>16)</sup>.
- ▶ Der Mitteleinsatz auf Bundesebene betrug (als Bruttosubventionsäquivalent) 34,8 Mio. EUR oder rund 0,20 % der direkten Wertschöpfung des Tourismus (lt. TSA, Prognose für 2007)<sup>17)</sup>.
- ▶ Durch die auf Basis der Bundesrichtlinien vereinbarten Aktionen wurde gemeinsam mit den Ländern und der EU ein gesamtes Bruttosubventionsäquivalent von 57 Mio. EUR bereitgestellt.

Weitere Informationen zu den 2007 durchgeführten Förderungsmaßnahmen finden sich auf der Homepage der ÖHT unter [www.oehrt.at](http://www.oehrt.at).

## Förderungen im Wege des BMWA

### Einzelsubventionen

Im Jahr 2007 unterstützte das BMWA mit einer Gesamtsumme von rund 9,0 Mio. EUR die strategische Arbeit der Sektion V durch Gewährung von Förderungen an Projektträger bzw. für Projekte wie z. B. den Bundesverband des Österreichischen Bergrettungsdienstes, den Bundesverband für Urlaub am Bauernhof in Österreich, die Österreichische Hotelierversammlung, den Verband alpiner Vereine Österreichs sowie die Bewerbung und Positionierung des Urlaubslandes Österreich im Umfeld der UEFA EURO 2008™ in relevanten ausländischen Herkunftsmärkten.

### EU-Projektförderungen

Rückblick auf die EU-Programmplanungsperiode 2000-2006

#### EU-Regionalförderungen

In den EFRE-Zielgebietsprogrammen wurden im angeführten Zeitraum gemeinsam mit der ÖHT 357 Projekte mit einem BMWA-Mitteleinsatz von 22,5 Mio. EUR gefördert. Die dadurch ausgelösten EU-Mittel betragen 65,6 Mio. EUR. Unterstützt wurden touristische Infrastruktur, betriebliche Investitionen und Marketing-Maßnahmen.

In den Ausrichtungen A und B der EFRE-Gemeinschaftsinitiative INTERREG III wurden zwischen 2000 und 2006 insgesamt 57 Projekte mit einem BMWA-Mitteleinsatz von 4,2 Mio. EUR gefördert. Die dadurch ausgelösten EU-Mittel betragen 9,4 Mio. EUR. Unterstützt wurden Projekte wie Kultur-Tourismus, Wander-, Rad-, Themen- und

<sup>16)</sup> Tourismus in Zahlen, WKÖ, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft, 44. Ausgabe, März 2008, S. 13

<sup>17)</sup> Tourismus in Zahlen, WKÖ, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft, 44. Ausgabe, März 2008, S. 55

---

Pilgerwege, Gesundheits-Tourismus, Ökotourismus, Regions- und Marketingmaßnahmen, Kooperationen und Vernetzungen im Tourismus mit grenzüberschreitendem oder transnationalem Bezug.

#### EU-Förderung der Entwicklung des ländlichen Raumes

In der EAGFL-Gemeinschaftsinitiative LEADER+ wurden 2000-2006 insgesamt 44 Projekte mit einem BMWA-Mitteleinsatz von 1,9 Mio. EUR gefördert. Die dadurch ausgelösten EU-Mittel betragen 2,4 Mio. EUR. Unterstützt wurden Projekte wie Kultur-Tourismus, Wander-, Rad-, Themen- und Pilgerwege, Gesundheits-Tourismus, Ökotourismus, Regions- und Marketingmaßnahmen, Kooperationen und Vernetzungen im Tourismus mit regionalem Bezug.

#### EU-Programmplanungsperiode 2007-2013

##### EU-Regionalförderungen

Die Kohäsionspolitik der Europäischen Union hat für die Periode 2007-2013 eine grundlegende Neuausrichtung erfahren, deren Kernelemente die Konzentration auf die überarbeitete "Lissabon-Agenda" und ihre Prioritäten nachhaltiges Wachstum, Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung sind.

Abgeleitet von diesen strategischen Überlegungen gibt es in der Periode 2007-2013 drei kohäsionspolitische Ziele: das Ziel "Konvergenz" (bisher Ziel 1), das Ziel "Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung" (bisher Ziele 2 und 3) sowie das Ziel "Europäische Territoriale Zusammenarbeit" (bisher Gemeinschaftsinitiative INTERREG III A bis C). Die für die Kohäsionspolitik zur Verfügung stehenden Finanzinstrumente sind die Strukturfonds EFRE (Europäischer Fonds für Regionale Entwicklung) und ESF (Europäischer Sozialfonds), für die wirtschaftlich schwächsten Mitgliedsstaaten auch der Kohäsionsfonds.

Die Umsetzung in Österreich erfolgt über folgende Programme:

##### **Ziele "Konvergenz" und "Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung"**

Das Burgenland hat in der Periode 2007-2013 den Status eines Ziel "Konvergenz/ Phasing Out"- Gebietes, alle anderen Länder fallen unter das Ziel "Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung". Technisch bedeutet dies, dass für das Burgenland je ein Operationelles Programm für den EFRE bzw. den ESF erarbeitet wurde. In Bezug auf das Ziel "Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung" gibt es für alle anderen Länder jeweils ein "EFRE-Programm" sowie für arbeitsmarktpolitische Maßnahmen ein gesamtstaatliches, aus dem ESF finanziertes Operationelles Programm unter Federführung des BMWA.

---

Im Jahr 2007 wurden im Rahmen des Operationellen Programms Phasing Out Burgenland 2007-2013 (EFRE) drei Förderungsansuchen mit nationalen Mitteln des BMWA in der Höhe von insgesamt 388.850 EUR positiv erledigt. Für diese Projekte kommen auch EU-Mittel in der Höhe von insgesamt 358.050 EUR zum Einsatz; die diesbezüglichen Förderungsverträge wurden von der für dieses Programm verantwortlichen Förderungsstelle beim Amt der Burgenländischen Landesregierung, Abteilung 5 - Hauptreferat Tourismus, ausgestellt.

Weiters wurden im Jahr 2007 im Rahmen des noch ansprechbaren Additionalitätsprogramms Ziel 1-Gebiet Burgenland 2000-2006 noch vier Förderungsansuchen mit einem Förderungsvolumen (nationale Mittel/BMWA) in der Höhe von insgesamt 507.750 EUR positiv erledigt.

Im Jahr 2007 wurden im Zusammenhang mit den neuen Operationellen Programmen der Länder für das Ziel "Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung" in Verbindung mit der TOP-Tourismus-Förderung zehn Förderungsfälle für eine Förderung aus Tourismusförderungsmitteln des BMWA und EU-Mitteln mit einem Zuschussvolumen von rund 5,9 Mio. EUR erledigt. Weiters wurden zwei ERP-Kredite vergeben.

#### **Ziel "Europäische Territoriale Zusammenarbeit"**

In Bezug auf die grenzüberschreitende Kooperation ist Österreich an sieben Programmen mit den Nachbarländern beteiligt: Deutschland/Bayern-Österreich, Alpenrhein-Bodensee-Hochrhein, Österreich-Italien, Österreich-Slowenien, Österreich-Ungarn, Österreich-Slowakische Republik und Österreich-Tschechische Republik.

In Bezug auf die transnationale Kooperation ist Österreich an den Programmen Alpenraum, Central-Europe und South-East Europe beteiligt.

Das Programm "Interregionale Kooperation" ermöglicht die Zusammenarbeit zwischen nationalen, regionalen und lokalen öffentlichen Stellen aus unterschiedlichen Ländern der 27 EU-Mitgliedstaaten sowie Norwegen und der Schweiz in Bezug auf die EU-Regionalpolitik. Es ist kein direkter touristischer Bezug gegeben.

Die angeführten Operationellen Programme sind erst im Laufe des Jahres 2007 von der Europäischen Kommission genehmigt worden, weshalb im abgelaufenen Jahr noch keine Förderungsansuchen positiv erledigt werden konnten.



## EU-Förderung der Entwicklung des ländlichen Raumes

Die Politik der Europäischen Union für die Entwicklung des ländlichen Raumes 2007-2013 orientiert sich an der Feststellung, dass die Lissabon-Strategie für Wachstum und Beschäftigung und die Strategie von Göteborg für nachhaltige Entwicklung für die ländlichen Räume genauso wichtig sind wie für städtische und großstädtische Zentralräume. Mit der Förderung der Entwicklung des ländlichen Raumes sollen die ländlichen Gebiete dabei unterstützt werden, gegenwärtige und zukünftige Herausforderungen zu meistern und ihr Potenzial auszuschöpfen.

Als Finanzinstrument dieser EU-Politik dient der Europäische Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER). In Österreich erfolgt die Umsetzung über das Österreichische Programm für die Entwicklung des ländlichen Raumes 2007-2013 (Programm LE07-13), das die Europäische Kommission (EK) am 25. Oktober 2007 genehmigt hat.

Das Programm besteht aus drei inhaltlichen und einem methodischen Schwerpunkt. Die inhaltlichen Schwerpunkte sind:

1. Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit der Land- und Forstwirtschaft
2. Verbesserung der Umwelt und der Landschaft
3. Lebensqualität im ländlichen Raum und Diversifizierung der ländlichen Wirtschaft

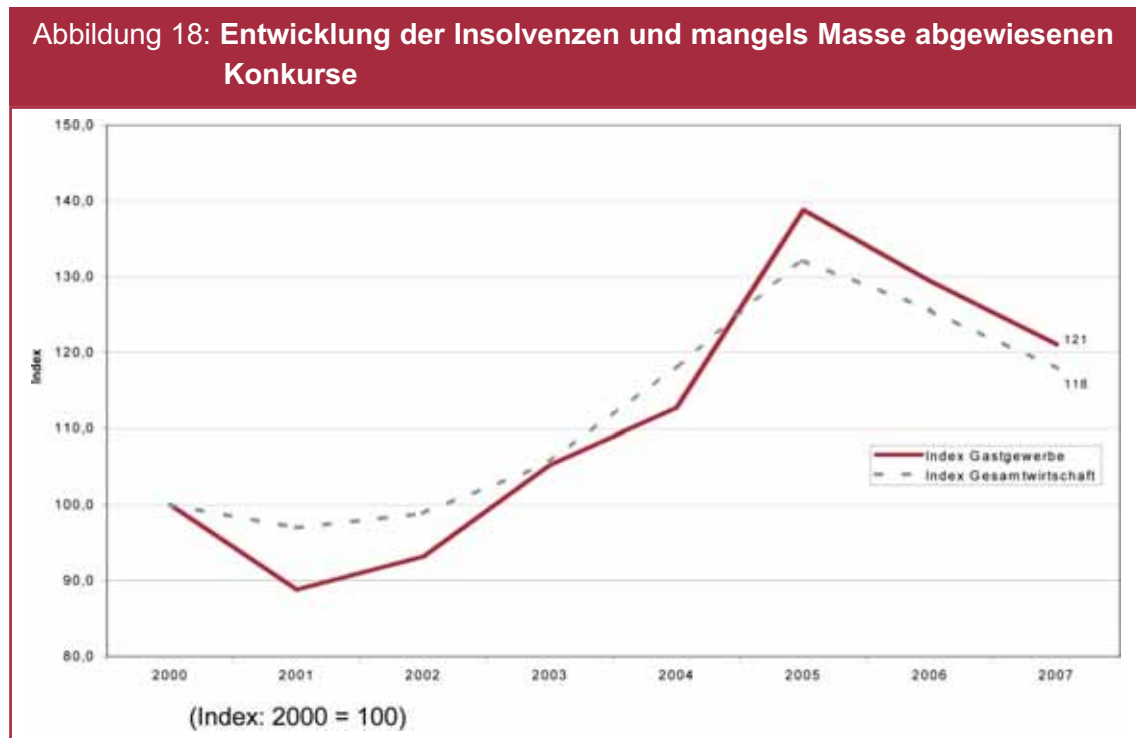
Der methodische Schwerpunkt 4. hat - in Fortsetzung der Gemeinschaftsinitiative "LEADER+" aus der EU-Programmplanungsperiode 2000-2006 - die Umsetzung des Leader-Konzeptes zum Gegenstand.

Im Rahmen des Schwerpunktes 3 und der Umsetzung des Leader-Konzeptes können - in Kontinuität zur EU-Programmplanungsperiode 2000-2006 - auch touristische Projekte vom BMWA gefördert werden. Aufgrund des Programmgenehmigungszeitpunktes konnten im Jahr 2007 jedoch noch keine Förderungsansuchen positiv erledigt werden.

## 4.4 Entwicklung der Insolvenzen im Tourismus

Alljährlich im Jänner werden die Insolvenzstatistiken des vergangenen Jahres veröffentlicht und dabei ist auf den ersten Blick das Gastgewerbe (Hotellerie und Gastronomie) auf einem der vorderen Ränge auszumachen. Bei genauerer Betrachtung stellt man jedoch fest, dass diese Positionierung differenziert zu betrachten ist. Speziell die Hotellerie ist ein bei weitem überdurchschnittlich stabiler Wirtschaftszweig und auch die Gastronomie liegt besser als die Gesamtwirtschaft.

Die zum Ende des vergangenen Jahres veröffentlichten Insolvenzzahlen zeigen insgesamt einen erfreulichen Rückgang bei den Unternehmensinsolvenzen, der sich seit dem Jahr 2005 schon zum zweiten Mal ereignet. Dies gilt für das Gastgewerbe und für die gesamte Wirtschaft in gleicher Weise. Bislang konnte die gute Konjunktur sogar die Nachteile aus gestiegenen Zinsen wettmachen.



Quelle: KSV, Grafik ÖHT

Als einzelne Branche betrachtet ist das Gastgewerbe mit 942 Insolvenzen oder abgewiesenen Konkursen naturgemäß massiv am Insolvenzgeschehen beteiligt, daher auch seine vordere Positionierung in der Statistik. Um verlässliche Aussagen über die Krisenanfälligkeit einer Branche zu erhalten, ist die Anzahl der Insolvenzen mit der Anzahl der lebenden Unternehmen in Beziehung zu setzen.

**Tabelle 13: Insolvenzquote in der Gesamtwirtschaft sowie Gastronomie und Hotellerie**

	<b>2006</b>	<b>2007</b>
Gesamtwirtschaft	1,90 %	1,68 %
Gastronomie	1,82 %	1,64 %
Hotellerie	0,54 %	0,44 %
Quelle: KSV		

Berechnet man die sogenannten Insolvenzquoten (Insolvenzen pro 100 lebende Unternehmen), so ist ersichtlich, dass in der Gesamtwirtschaft im Jahre 2007 1,68 % der lebenden Unternehmen zahlungsunfähig wurden, während die Gastronomie mit 1,64 % etwas besser lag.

Als weit überdurchschnittlich und damit krisenfest zeigt sich hingegen die Hotellerie mit einer Insolvenzquote von 0,44 % im Jahr 2007. Die Wahrscheinlichkeit, in dieser Branche zahlungsunfähig zu werden, beträgt fast nur ein Viertel der Gesamtwirtschaft. Umgerechnet bedeutet das: In der Hotellerie ist ein/e Unternehmer/in von 230 Unternehmern von der Insolvenz betroffen, während es in der Gesamtwirtschaft eine/r von 60 ist.

Trotz des oftmals schwierigen wirtschaftlichen Umfelds mit mangelnder Schneesicherheit bei Wärmeeinbrüchen im Winter, teilweise verregneten Sommern sowie gestiegenen Kosten für Energie, Personal und/oder Zinsen hat es die Mehrzahl der Unternehmen geschafft, massive Krisen zu vermeiden.

Bemerkenswert ist darüber hinaus, dass Unternehmen des Gastgewerbes, falls sie zahlungsunfähig werden, im Durchschnitt nur einen Schuldenstand von rund 144.000 EUR bereinigen müssen, das sind nur rund 6 % des durchschnittlichen Schuldenstandes in der Gesamtwirtschaft von rund 2.441.000 EUR. Der volkswirtschaftliche Schaden einer Insolvenz im Gastgewerbe fällt also deutlich geringer aus.

Aber es ist nicht nur gelungen, Krisen erfolgreich zu umschiffen, sondern ein Großteil der Hotellerie hat auch Eigenkapital in die Unternehmen und damit in die Bilanzen gebracht und so die Voraussetzungen für eine gedeihliche Weiterentwicklung geschaffen. Die Unternehmen der 4-/5-Sterne-Hotellerie weisen mittlerweile im Durchschnitt ein deutlich positives Eigenkapital auf und die Unternehmen der 3-Sterne-Kategorie sind ebenso dabei, ihr Bilanzbild zu verbessern. Vergleiche dazu "Entwicklung des Eigenkapitals" im Kapitel 4.1.1.4.

Somit kann grundsätzlich Folgendes festgehalten werden:

- ▶ Im Zusammenhang mit dem Konjunkturaufschwung im vergangenen Jahr sind auch die Insolvenzzahlen der Unternehmen insgesamt (im Gegensatz zu Privatinsolvenzen) erfreulich zurückgegangen.
- ▶ Bei einer detaillierten Betrachtung der Insolvenzstatistik stellt sich die Hotellerie als weit überdurchschnittlich krisenfest heraus. Die Verschuldung ist zwar üblicherweise hoch, weil umfangreiche Investitionen zur Erhaltung der Wettbewerbsfähigkeit der Anlagen zu finanzieren sind, aber im Vergleich zu anderen Wirtschaftszweigen gelingt es, echte Unternehmenskrisen zu vermeiden.
- ▶ Wenn es jedoch tatsächlich zur Zahlungsunfähigkeit kommt, dann ist der volkswirtschaftliche Schaden, den die Gläubiger/innen zu tragen haben, mit knapp 6 % des durchschnittlichen Schadens in der Gesamtwirtschaft vergleichsweise gering.

#### 4.5 Die Produktivität im Beherbergungs- und Gaststättenwesen

Die Produktivität ist ein Schlüsselindikator für die Wettbewerbsfähigkeit eines Sektors. In einem makroökonomischen Kontext fällt diese für den Tourismus enttäuschend aus, da die Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen (hier als Maßzahl der Produktivität verstanden) in den Kernbereichen Hotellerie und Gastronomie niveau- und entwicklungs-mäßig deutlich unter dem Durchschnitt der Gesamtwirtschaft liegt (Abbildung 19). Die Kennzahl belief sich laut Leistungs- und Strukturstatistik 2005 im Beherbergungs- und Gaststättenwesen auf 25.625 EUR, in der Gesamtwirtschaft hingegen auf 57.279 EUR. Obwohl Indikatoren darauf hindeuten, dass die Produktivitätswerte des Beherbergungs- und Gaststättenwesens unterschätzt sein dürften, bleibt der Produktivitätsnachteil ein empirisches Faktum.

Die Konsequenzen einer nachteiligen Produktivitätsentwicklung sind steigende relative Preise, Gewinndruck, Mangel an Investitionskapital und in der Folge eine sinkende Wettbewerbsfähigkeit (insbesondere im Vergleich zu den Niedriglohnländern). Produktivitätsverbessernde Maßnahmen stellen daher einen zentralen Ansatzpunkt zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit dar.

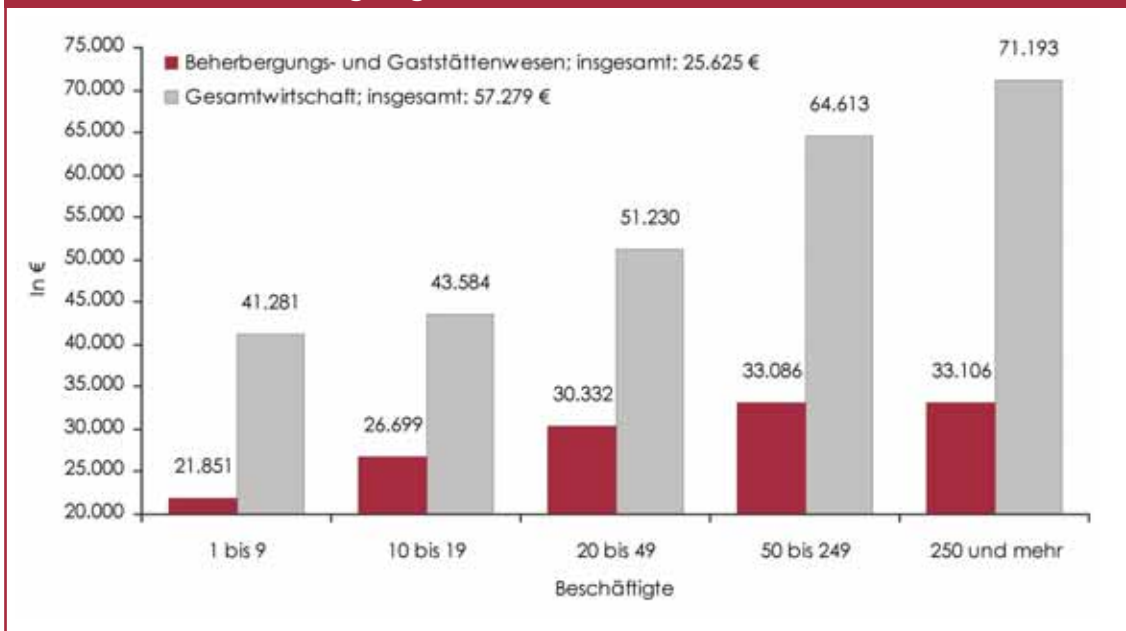
In der Literatur wird im Prinzip zwischen vier Faktoren unterschieden, die Produktivitätssteigerungen begünstigen (Blake - Sinclair - Soria, 2006). Diese sind:

- ▶ physisches Kapital,
- ▶ Humankapital,
- ▶ Innovation, Technologie und "best practice"-Techniken sowie
- ▶ Wettbewerbsintensität.

Die Vermehrung des physischen Kapitalstocks kann sich zum Beispiel in Betriebsvergrößerungen, der Verbesserung der Ausstattung oder der Einführung neuer Technologien (Küchen- und Schankinvestitionen) niederschlagen, so dass Produktivitätssteigerungen begünstigt werden.

Die Betriebsgrößen sind ein wichtiger Faktor für die Realisierung von "economies of scale" bzw. Skalenerträgen (die Stückkosten fallen bei einer Outputsteigerung aufgrund sinkender Grenzkosten oder der Existenz von Fixkosten). So kann auf Basis der österreichischen Leistungs- und Strukturstatistik 2005 gezeigt werden, dass die Produktivität im Beherbergungs- und Gaststättenwesen (hier gemessen als nominelle Wertschöpfung je Beschäftigten) mit wachsender Betriebsgröße zunimmt (Statistik Austria, 2007). Der größte Produktivitätssprung findet beim Übergang von Betrieben mit bis zu neun Beschäftigten zu Betrieben mit zehn bis 19 Beschäftigten (+ 22,2 %) statt, danach flachen die Produktivitätszunahmen allmählich ab (von 10 bis 19 auf 20 bis 49 Beschäftigte: + 13,6 % bzw. von 20 bis 49 auf 50 bis 249 Beschäftigte: + 9,1 %) und stagnieren in der höchsten Beschäftigtengrößenklasse mit 250 und mehr Beschäftigten, wogegen hier in der Gesamtwirtschaft eine Steigerung festgestellt werden kann (Abbildung 19).

**Abbildung 19: Bruttowertschöpfung je Beschäftigten im Beherbergungs- und Gaststättenwesen und in der Gesamtwirtschaft nach Beschäftigtengrößenklassen, 2005**



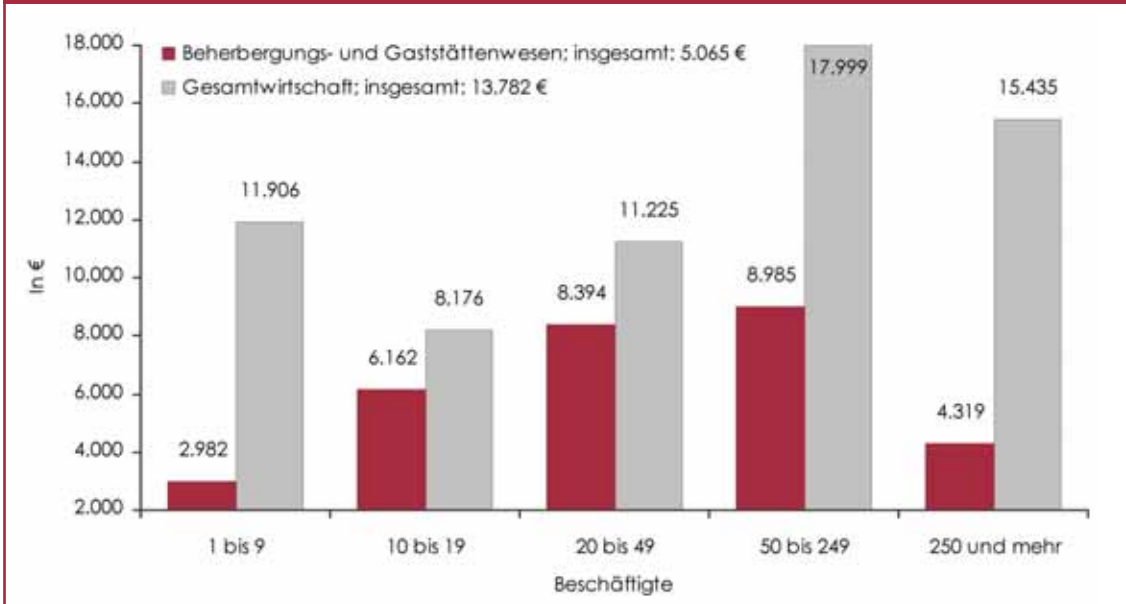
Quelle: Statistik Austria, Berechnungen des WIFO.

Die im Vergleich zur Gesamtwirtschaft deutlich unterdurchschnittliche Investitionsintensität in der Hotellerie und Gastronomie signalisiert im Hinblick auf Produktivitätssteigerungen ein erhebliches Aufholpotenzial, wobei Betriebsvergrößerungen wahrscheinlich den chancenreichsten Weg und damit ein vorrangiges Ziel für die Tourismuspolitik darstellen.

Eine Auswertung der diesbezüglichen Daten aus der Leistungs- und Strukturstatistik 2005 ergab, dass im Beherbergungs- und Gaststättenwesen die Bruttoinvestitionen je Beschäftigten im Durchschnitt aller Betriebe 5.065 EUR betragen, wogegen in der Gesamtwirtschaft ein fast dreimal so hoher Wert realisiert werden konnte. Am stärksten klafft die Investitionslücke bei sehr kleinen und sehr großen Betrieben, in den mittleren Beschäftigtengrößenklassen fällt der Abstand relativ geringer aus (Abbildung 20).

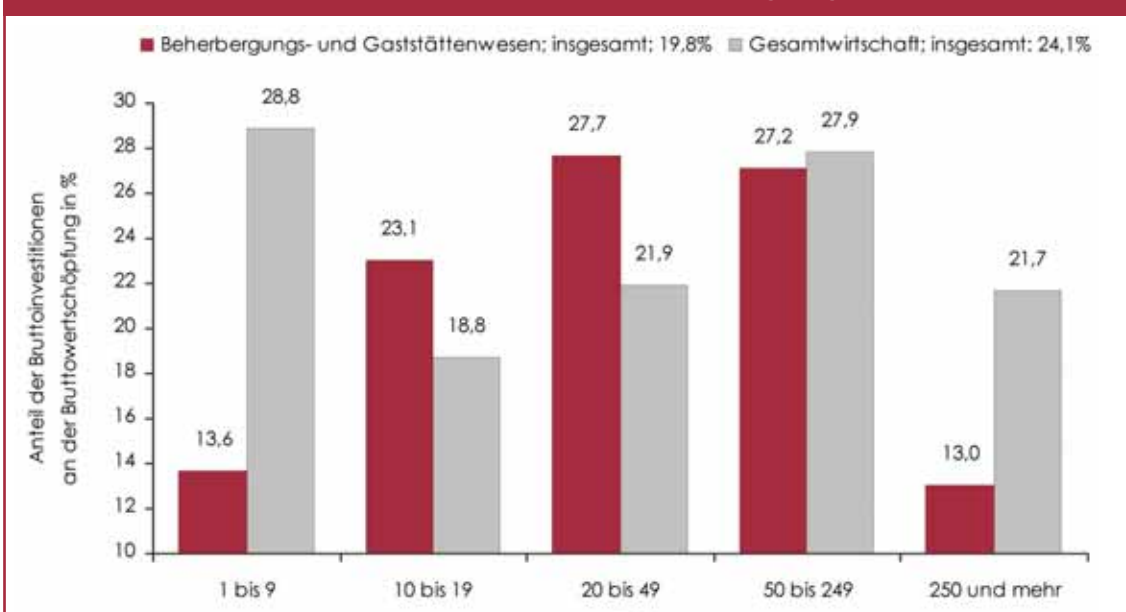
Werden die Bruttoinvestitionen an der Bruttowertschöpfung gemessen, zeigt sich ein etwas differenziertes Bild (Abbildung 21): Das Beherbergungs- und Gaststättenwesen liegt hier zwar ebenso unter dem Wert der Gesamtwirtschaft (19,8 % versus 24,1 %), die Diskrepanz bei der Investitionsquote fällt jedoch geringer aus als für die Bruttoinvestitionen je Beschäftigten. Die Analyse nach Beschäftigtengrößenklassen zeigt qualitativ ein ähnliches Bild wie zuvor, nämlich dass deutliche Investitionslücken im Prinzip nur bei den kleinsten und größten Betrieben existieren. In Beherbergungs- und Verpflegungsbetrieben mit zehn bis 49 Beschäftigten liegt der Investitionsanteil an der Bruttowertschöpfung sogar über den gesamtwirtschaftlichen Werten, in der Beschäftigtengrößenklasse von 50 bis 249 Beschäftigten nur etwas darunter.

**Abbildung 20: Bruttoinvestitionen je Beschäftigten im Beherbergungs- und Gaststättenwesen und in der Gesamtwirtschaft nach Beschäftigtengrößenklassen, 2005**



Quelle: Statistik Austria, Berechnungen des WIFO.

**Abbildung 21: Investitionsquote im Beherbergungs- und Gaststättenwesen und in der Gesamtwirtschaft nach Beschäftigtengrößenklassen, 2005**

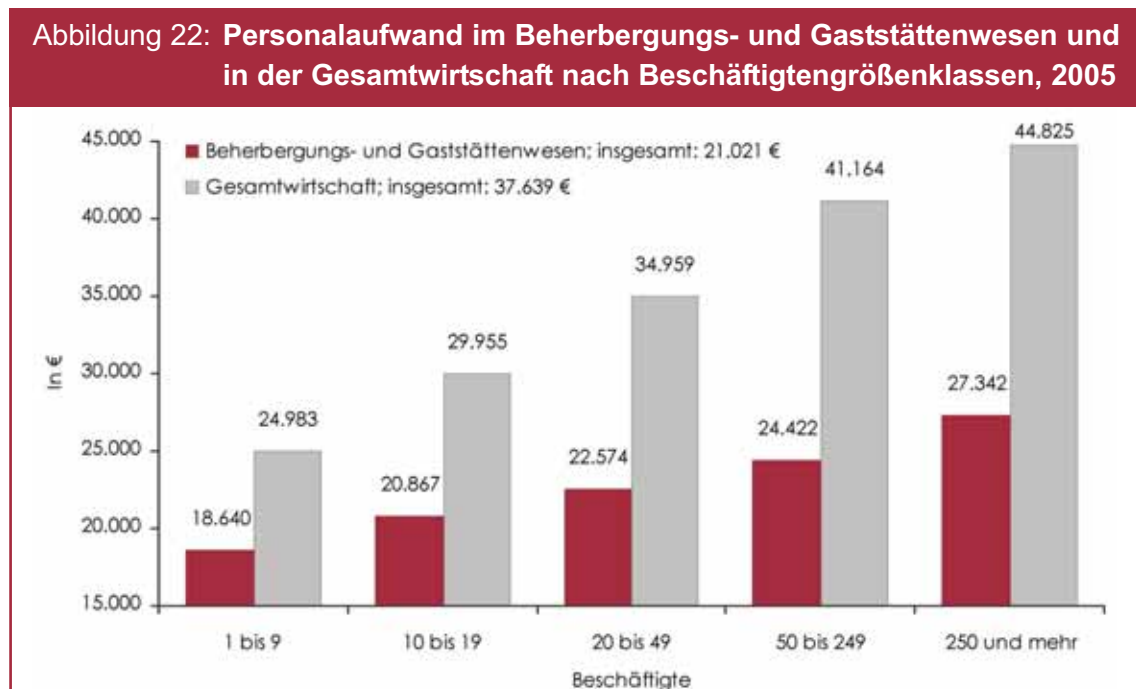


Quelle: Statistik Austria, Berechnungen des WIFO.

Die Datenlage lässt den Schluss zu, dass trotz des gegebenen Aufholpotenzials und der wünschenswerten Investitionsintensivierung zur Stimulierung von Produktivitätssteigerungen Finanzierungsengpässe eine wesentliche Beschränkung der Investitionsneigung darstellen. Anders ausgedrückt müssten zur Überwindung des Produktivitätsdilemmas, welches großteils auf ineffiziente Betriebsgrößen zurückzuführen ist, ausreichende Finanzmittel zur Verfügung stehen, die in der gegenwärtigen Situation von den Betrieben jedoch aus eigener Kraft nicht aufgebracht werden können.

Die Qualität des Humankapitals ist die zweite Schlüsselgröße für die Produktivitätsentwicklung und betrifft Ausbildung, spezielle Fähigkeiten und Training der Arbeitskräfte. Training und Weiterbildung der Arbeitskräfte werden vor allem in kleineren Betrieben vernachlässigt, da diese häufig mit finanziellen Engpässen konfrontiert sind und des weiteren unter Zugangsbeschränkungen leiden.

Einerseits lassen fehlende traditionelle Karrieremöglichkeiten den Arbeitskräften Ausbildung und Training oft wenig attraktiv erscheinen. Andererseits zeigen die Arbeitgeber/innen in Bezug auf Mitarbeiter/innentraining nur geringes Interesse, da diese fürchten, gut ausgebildetes Personal an die Konkurrenz zu verlieren. Insgesamt betrachtet sehen daher die Arbeitskräfte das Beherbergungs- und Gaststättenwesen als eine Branche mit unterdurchschnittlichen Verdienstmöglichkeiten und langfristig fehlenden Karrieremöglichkeiten, so dass nur wenig Interesse am Erwerb spezieller Fähigkeiten und an der Teilnahme an Trainingsprogrammen besteht bzw. geweckt werden kann.



Quelle: Statistik Austria, Berechnungen des WIFO.



---

Der Personalaufwand je unselbstständig Beschäftigten - ein Indikator für die Qualität des Humankapitals - liegt im Beherbergungs- und Gaststättenwesen im Durchschnitt um rund 44 % unter dem Wert der Gesamtwirtschaft (Abbildung 22). Obwohl die Kennzahl mit zunehmender Betriebsgröße ansteigt, bleibt der Wert dennoch in jeder Beschäftigtengrößenklasse deutlich hinter jenem der Wirtschaftsbereiche insgesamt zurück.

Humankapitalinvestitionen sind eine wichtige Maßnahme zur Produktivitätssteigerung. Gut ausgebildetes Personal erleichtert das Verfolgen der spezifischen Unternehmensstrategien, verbessert die Unternehmensentwicklung und trägt zur Erhöhung der Kund/innenzufriedenheit bei. Humankapitalinvestitionen sind oft der Schlüssel zur erfolgreichen Umsetzung von Verjüngungsstrategien und zur Verbesserung der Servicequalität. Studien belegen, dass Betriebe mit Servicequalitätsstrategien deutlich erfolgreicher sind als solche mit Kostensenkungsstrategien und der Umsatz je Zimmer positiv mit Servicequalitätskriterien korreliert.

Technologie und Innovation (einschließlich der Einführung von "best-practice"-Techniken) sind weitere wichtige Faktoren der Produktivitätsverbesserung. Internationale Untersuchungen zeigen, dass Aufwendungen für Forschung und Entwicklung die Innovationsrate erhöhen und das Produktivitätswachstum stimulieren (Aghion - Howitt, 1998). Investitionen in die Informations- und Kommunikationstechnologie tragen ebenso signifikant zum Produktivitätswachstum bei (Blake - Sinclair - Soria, 2006). In Bezug auf die Einführung von "best-practice" Techniken zeigt sich, dass die Mitarbeiter/innen mit diesen Techniken vertraut sein und auch über die Kapazität verfügen sollten, dieses Wissen in verbesserte Arbeitsprozesse umzusetzen.

Die häufigste und erfolgsträchtigste Innovationsform in der Hotelindustrie ist in den Bereichen Distribution und Organisation angesiedelt, wobei hier die Veränderungen bzw. die Einführung der Informations- und Kommunikationstechnologie die bedeutendste Rolle spielen. Jedoch können Knappheiten an gut ausgebildeten Arbeitskräften sowie interne Widerstände gegen Veränderungen Erfolgsbarrieren darstellen, die im Hinblick auf das verfolgte Ziel der Produktivitätsverbesserung ebenso überwunden werden müssen. Hier zeigt sich, dass Humankapitalinvestitionen in mehrfacher Weise Produktivitätssteigerungen begünstigen können: Einerseits erleichtern diese Innovationen, andererseits verbessert sich die Unternehmensperformance durch eine erhöhte Servicequalität.

Wichtig für die Innovationsintensität ist natürlich auch das generelle, gesellschaftliche Innovationsklima, welches durch das Verhalten und die Einstellung der Menschen geprägt wird. Zu den Verhaltenskomponenten, die die Innovationsfähigkeit eines Landes

---

stärken können und gut messbar sind, zählen das Sozialkapital, das naturwissenschaftliche Grundwissen, die Gründungsaktivität und die Partizipation von Frauen an Innovationsprozessen. Hinsichtlich einer innovationsfördernden Einstellung spielen Faktoren wie die gesellschaftliche Grundeinstellung, persönliche Arbeitsmotive, die Einstellung zu Wissenschaft und Technik sowie die unternehmerische Risikobereitschaft im Hinblick auf Neugründungen eine wichtige Rolle.

Das Wettbewerbsumfeld spielt eine Schlüsselrolle für die Stimulierung der Produktivitätsentwicklung. Eine hohe Wettbewerbsintensität steigert die Innovationsrate, senkt die Kosten und erhöht die Effizienz. In diesem Zusammenhang ist es Aufgabe der Wettbewerbspolitik, die "barriers to entry and to exit" möglichst niedrig zu halten bzw. zur Gänze zu beseitigen. Beispiele hierfür sind Erleichterungen bei der Unternehmensgründung (Minimierung der Gründungsdauer, Ausbildungsmodule "entrepreneurship" in allen Bildungsstufen, Bereitstellung von Risikokapital, liberale Befähigungsbestimmungen) und -veräußerung (Gewährung von Steuererleichterungen bei der Notwendigkeit von Strukturbereinigungen).

Untersuchungen für Österreich ergaben, dass Investitionen in das physische Kapital (insbesondere die Firmengröße betreffend), die Wettbewerbsintensität sowie die jeweilige Größe der Destination den stärksten Einfluss auf das Produktivitätsniveau haben (Smeral, 2007). Die produktivitätsstimulierenden Faktoren Humankapital sowie Innovation und Technologie sind "Folgebmaßnahmen" und unterstützen die Entwicklung zusätzlich. D. h. nachdem die Investitionen in das physische Kapital, welches ebenso die Einführung neuer Technologien, Innovationen und Qualitätsverbesserungen erleichtert, sowie der Wettbewerbsdruck produktivitätssteigernde Wirkung zeigen, werden Maßnahmen in den anderen Bereichen gesetzt.

Insgesamt betrachtet tragen Maßnahmen, die gezielt das Aufholpotenzial im Bereich des Produktivitätswachstums des Beherberherbergungs- und Gaststättenwesens nutzen, entscheidend zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit bei. Allen voran ist hier die Förderung der Betriebsvergrößerung zu nennen, aber auch die Förderung von Ausbildungsmodulen "entrepreneurship", die Minimierung der Gründungsdauer, die Bereitstellung von Risikokapital, die Versorgung mit qualifizierten Arbeitskräften sowie die Erleichterung einer Strukturbereinigung sind weitere wichtige Maßnahmen, um Effizienz, Innovation und Wettbewerbsfähigkeit zu erhöhen.

---

## 5 ÖSTERREICH WERBUNG (ÖW)

### 5.1 Von der Marke zum Marketing

Eine Marke ist wie eine Persönlichkeit. Mit Eigenschaften, Merkmalen und Werten, die für diese Marke stehen. In gewisser Hinsicht sind Marken also vergleichbar mit Organismen, die sich laufend an äußere Begebenheiten anpassen und im Wandel verändern. Auch für die Marke „Urlaub in Österreich“ war es notwendig, Veränderungen in einem detaillierten Bearbeitungsprozess zu untersuchen und die Markenausrichtung dementsprechend zu justieren. Aus diesem Grund hat die ÖW mit Beginn des Jahres 2007 einen intensiven „Markenvertiefungsprozess“ gestartet. Jede Änderung der Marke bedingt auch Änderungen der visuellen Umsetzung. Ziel war die Übereinstimmung der Botschaften und Codes der Dachmarke mit jenen der Marke. Die neue Werbelinie für die Marke „Urlaub in Österreich“ ist das Ergebnis einer EU-weiten Ausschreibung.

#### Impulse für die Zukunft

Die Marke gibt die entscheidenden Impulse, wohin sich "Urlaub in Österreich" in Zukunft entwickeln soll. Um aber Strategien für die Zukunft definieren zu können, muss man sich zunächst vor Augen führen, wofür Österreich als Urlaubsland derzeit steht. Die gute Nachricht: Österreich gilt als klassisches Urlaubsland. Man verbindet mit Österreich herzliche und erfahrene Gastgeber/innen, Charme und Gemütlichkeit, Musik und Kultur, Berge, herrliche Natur und eine Geschichte als kulturelles Zentrum Zentral- und Mitteleuropas. Die weniger gute Nachricht: Österreich wird als eher traditionell, langweilig, ereignislos wahrgenommen. Diese Außensicht hinkt der Realität aber um einiges hinterher. Seit einigen Jahren entsteht in Österreich viel Neues. Dieses rückt die Marke "Urlaub in Österreich" - neben den Qualitäten, die Österreich als traditionelles Urlaubsland ohnehin bietet - nun in den Fokus.

#### Die Marke "Urlaub in Österreich"

Alles Einzigartige, das spannende Neben- und Miteinander von Tradition und Innovation, von Kultur und Natur sowie die kulturelle Pluralität und Weltoffenheit Österreichs besser auszuleuchten ist Ziel der Marke "Urlaub in Österreich". Kein anderes Land kann, sowohl im Sommer als auch im Winter, ein derart breites Erlebnisspektrum bieten. Bergpanoramen, authentische Dörfer und klare Badeseen, aber auch weltbekannte Kulturgüter, pulsierendes Stadtleben und eine hervorragende Esskultur sind nirgends sonst in dieser Dichte und Kombination anzutreffen. "Urlaub in Österreich" peilt deshalb für die Zukunft rund um die Themenfelder Natur, Kultur, Kulinarik, Regeneration und Begegnung eine abwechslungsreiche Angebotspalette an, die den Gast möglichst mit allen Sinnen ansprechen soll. Kernbotschaft der Marke "Urlaub in Öster-

---

reich" ist es, dem Gast inspirierende Rekreation zu bieten. Das Urlaubsland Österreich soll dabei inspirierend wirken, Erholung bieten und seine kulturellen Glanzpunkte zum Leuchten bringen. So soll es Körper, Geist und Seele gleichermaßen ansprechen und zum Ort der Sehnsucht für Tourist/innen aus aller Welt werden.

### Konzentration auf zwei Leitmilieus

Untersuchungen zufolge haben sich Werte und Lebenseinstellungen der Menschen in den letzten Jahren drastisch verändert. Daher steuert "Urlaub in Österreich" jetzt neue Zukunftssegmente für die touristische Nachfrage an. Das marktpsychologische Wissen von Sinus Sociovision um so genannte Sinus-Milieus® ist dafür eine geeignete Grundlage. Genau erforschte Lebensstile und Wertvorstellungen machen es möglich, sich auf spezifische Urlaubserwartungen einzustellen. Der Trend geht dabei vom Entwicklungs- zum Entfaltungstourismus. Die Marke "Urlaub in Österreich" wird sich künftig auf zwei Leitmilieus konzentrieren und ihre Marketingaktivitäten daran anpassen.

Die "Etablierten" und die "Postmateriellen" sollen sich in Zukunft von Kampagnen und Urlaubsangeboten angesprochen fühlen. Das setzt voraus, ihre Wünsche und Bedürfnisse sowie ihre Lebensstile und Werte möglichst genau zu kennen und zu verinnerlichen.

#### Die Etablierten

- ▶ zwischen 30 - 65 Jahre alt, meist verheiratet, meist Kinder
- ▶ klassische Oberschicht; legen Wert auf hohen Lebensstandard
- ▶ sind oft in leitenden Positionen tätig, haben ein entsprechendes Einkommen
- ▶ Interesse für Politik, Wissenschaft, Kunst, Oper, Museen, Ausstellungen
- ▶ Reiseverhalten: viel und oft, zweimal jährlich große Urlaubsreise
- ▶ Urlaubsbedürfnisse: entspannen, aber auch aktiv sein, Abwechslung zwischen Natur und Kultur, hohe Ansprüche an Service, Komfort und Gastronomie / Kulinarik

#### Die Postmateriellen

- ▶ zwischen 30 und 50 Jahre alt
- ▶ sehr hohes Bildungsniveau und entsprechendes Einkommen
- ▶ schätzen die "schönen Dinge des Lebens" wie Reisen und gutes Essen
- ▶ sind aufgeklärte, kritische Verbraucher, 60% davon kaufen Bio-Produkte
- ▶ Interesse für Kunst & Kultur, Kino, Umweltschutz, Geschichte, Psychologie
- ▶ Reiseverhalten: abseits der ausgetretenen Pfade, Geheimtipps
- ▶ Urlaubsbedürfnisse: Entspannung, Horizonterweiterung, Kultur, Land und Leute kennen lernen, Rückzug vom Stress, Zeit haben

### **Klare Konturen und Spannung durch Kontraste**

Mit "Urlaub in Österreich" soll man zukünftig verbinden, dass er "anregend, inspirierend, niveauvoll, spektakulär" sein muss. Österreich soll als Land wahrgenommen werden, für das es noch Geheimtipps gibt und in dem man auf Entdeckungsreise gehen kann.

Für die Darstellung Österreichs als Urlaubsland bedeutet das, Spannungsfelder zu erzeugen, die neugierig machen. Ein solches entsteht, wenn Traditionelles mit Innovativem verknüpft wird oder wenn auf dem Land, mitten in der Natur, ein Kulturereignis stattfindet.

Die Verbindung von (scheinbaren) Gegensätzen fordert zur Auseinandersetzung auf und erzeugt so eine starke Wirkung, bleibt hängen, prägt sich ein. Letztlich steht darüber ein Qualitätssiegel: DAS MUSS ÖSTERREICH SEIN.

### **Neue Kampagne**

Den Zuschlag für die 2007 EU-weit ausgeschriebene Kampagne für "Urlaub in Österreich" erhielt das Wiener Büro der Agentur TBWA, eine der weltweit größten und erfolgreichsten Werbeagenturen. Für die Sommerkampagne 2008 wurden sieben Motive, für die UEFA Euro 2008™, drei Motive gestaltet.

Die Sujets der Kampagne machen Lust auf Sommerurlaub in Österreich und zeigen bekannte Motive aus ungewöhnlichen Blickwinkeln, wobei ausgefallene Lichtstimmungen den Überraschungseffekt verstärken. Die Headlines kommentieren den Bildinhalt subtil und humorvoll. Herzstück der Kampagne ist das Lesezeichen. Der neue Claim "Das muss Österreich sein." schwingt in jedes Sujet hinein wie ein Merker, der eine besondere Stelle in einem Buch festhält. Bild und Text wirken insgesamt so zusammen, dass die Kampagne Sehnsüchte weckt und Urlaubswünsche auslöst.

Bei den Anzeigensujets zur UEFA EURO 2008™ war Werbeziel, dass sie Österreich als Urlaubsland durch Wortspiele mit Fußballausdrücken bewerben. Die Text-Bild-Verknüpfungen lassen schmunzeln und unterstreichen mit den Themen unberührte Natur, klassische Musik und Weinkultur zugleich besondere Qualitäten Österreichs.

## 5.2 Die Sujets - Sommer 2008 Kampagne

Hiking (Wandern, Bergsee): Wo man sich selbst begegnet.



In den Alpen fällt es leicht, den Stress hinter sich zu lassen. Das liegt wohl an der atemberaubenden Landschaft und der klaren Höhenluft, die den Stoffwechsel ankurbelt und das Wohlbefinden nachhaltig beeinflusst. Wer die unberührte Natur mit allen Sinnen in sich aufnimmt, wird merken, dass der Erholungseffekt noch lange spürbar bleibt.

Location: Tirol/Sendertal bei Grinzens

Lake (Schwimmer): Wo nicht nur köstliche Speisefische gerne schwimmen.



Dass Österreichs Seen Trinkwasserqualität aufweisen, freut nicht nur die Wassersportler. In den klaren Gewässern der Alpen fühlen sich auch unzählige Fischarten rundum wohl. Und das wiederum freut die Spitzengastronom/innen des Landes, die ihre Gäste gerne mit regionalen Spezialitäten verwöhnen, die regelmäßig mit Haute Cuisine-Auszeichnungen prämiert werden.

Location: Salzburg/Fuschlsee

Vienna (Museumsquartier): Wo das Kulturzentrum zum Wohnzimmer wird.



In einem der größten Kulturviertel der Welt treffen sich Meisterwerke aus allen Epochen und Kunstliebhaber/innen aus allen Kontinenten. Zwischen Klimt, Schiele und Nitsch schöpfen die Besucher/innen auf innovativem Stadtmobiliar Kraft für die nächsten Kilometer Kunst. Und fühlen sich, umgeben von Barock und moderner Architektur, sofort daheim - im Wiener Museumsquartier.

Location: Wien/Museumsquartier



Quartett (Schubertiade): Wo selbst in kleinen Dörfern große Meister spielen.



Wer einem Konzert internationaler Topstars lauscht und nicht mehr weiß, wie die verträumte 1.000-Seelen-Gemeinde heißt, in der es stattfindet, der kann nur in Österreich sein. Wo nicht nur im Sommer hunderte Musikfestivals im ganzen Land dazu einladen, erlebnisreiche Tage in intakter Natur mit Kulturgenuss ausklingen zu lassen.

Location: Vorarlberg/Schwarzenberg

Linz (Lentos-Museum): Die Anlegestelle für Europas Kulturliebhaber.



Seit jeher hat die Donau Künstler zu Meisterleistungen wie dem "Donauwalzer" inspiriert, der als geheime Hymne Österreichs gilt. Wer die Avantgarde der Medienkunst bei der Ars Electronica oder das Kunstmuseum Lentos besucht, spürt die anregende Kraft des Flusses. Nicht umsonst wird Linz europäische Kulturhauptstadt 2009.  
Location: Linz/Lentos-Museum

Graz (Kunsthhaus): Anti-Aging für ein Weltkulturerbe.



Die Grazer/innen nennen es inzwischen "friendly alien". Tatsächlich ist es experimentierfreudige Architektur und beherbergt moderne Kunst. Inmitten des einzigartigen Weltkulturerbes der Grazer Altstadt durfte es landen, weil die steirische Hauptstadt das Beste aus jeder Epoche bieten will: von Gotik über Renaissance und Barock bis ins 21. Jahrhundert.

Location: Graz Stadt

Boygroup (Wr. Sängerknaben): Die älteste Boygroup der Welt.



In Österreich starten internationale Musikkarrieren schon im zarten Kindesalter. Das war bei Wolfgang Amadeus Mozart so, dem berühmtesten Komponisten aller Zeiten. Und das trifft auch auf den ältesten Knabenchor der Welt zu, dessen Wurzeln bis ins 15. Jahrhundert zurückreichen. Da könnte man ja fast meinen, dass man hierzulande die Musik im Blut hat.

## UEFA EURO 2008™-Kampagne

Violine (Geigerin): Wo Handspiel für Fanjubiläum sorgt.



Was Ballkünstlern verwehrt bleibt, genießen die internationalen Stars in den Konzertsälen Österreichs: Applaus für vollen Körpereinsatz - und das nicht nur während der UEFA EURO 2008™.

Location: Salzburg/Festspielhaus

Duell (Widder): Wo nicht nur Fußballer für spannende Rasenduelle sorgen.



Während sich die einen auf Fanmeilen tummeln, bevorzugen Alpenbewohner wie Widder die unberührte Natur. Ein Heimvorteil, den auch die Gäste der UEFA EURO 2008™ in Österreich genießen können.

Location: Tirol/Ochsenalm

Wine (Weinbau): Wo Europameister behutsam aufgebaut werden.



Von ambitionierten Winzer/innen behutsam aufgebaut, gehen österreichische Weine in internationalen Wettbewerben immer öfter als Sieger hervor. Kein Wunder, dass die Nationalfarben hierzulande nicht nur bei der UEFA EURO 2008™ rot und weiß sind.

Location: Steiermark/Ratsch a.d. Weinstraße