

Bericht

über die Lage der Tourismus- und
Freizeitwirtschaft in Österreich 2015



IMPRESSUM

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

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

Redaktion: Claudia Prighuber, Abteilung II/1, BMWFW

Barrierefreies Layout: Matthias Dolenc, BMWFW

Fotohinweis: Kaisergebirge bei Going in Tirol/Wilder Kaiser
© Österreich Werbung/Niederstrasser
Kapitelbild 4 - Schloss Ambras: Stefanie Grüssl/BHÖ.
Mit Dank an die BMI-Flugeinsatzstelle Innsbruck.

Druck: Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft

Wien, April 2016

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	3
Kapitel 1: Parlamentarische Tourismuspolitik	5
Tourismusausschuss	6
Parlamentarische Anfragen	7
Kapitel 2: Tourismusbilanz 2015	9
Die Bedeutung der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Österreich	10
Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen - International und in Österreich	
Die Situation der österreichischen Tourismuswirtschaft	18
Entwicklung und Struktur der Tourismuswirtschaft	20
Angebotsaspekte des Hotel- und Gaststättenwesens	26
Ausblick 2016 und 2017	27
Tourismus in Österreich	28
Reisebürobranche	30
Kapitel 3: Arbeitsmarkt	31
Der touristische Arbeitsmarkt im Überblick	32
EURES	33
Flexibilisierung der Arbeitszeit	33
Ausbildung und Beschäftigung im Tourismus	34
Arbeitskreis Touristischer Arbeitsmarkt	37
Kapitel 4: Themenfelder	39
Ethik und CSR im Tourismus	40
EXPO 2015	41
Fairer Wettbewerb für alle	42
FISA - Filmstandort Österreich	43
Nachhaltige Mobilität im Tourismus	44
Radtourismus in Österreich	45
Rechtliche Neuerungen	45
Tourismus für Alle	47
Tourismus und Kulinarik	48
Vermittlung in Konfliktfällen	49
Visapolitik	49
Wintersport	49
Kapitel 5: Förderungen für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft	51
Betriebliche Tourismusförderung des Wirtschaftsministeriums	52
Förderung der alpinen Infrastruktur	53
EU-Förderprogramme	53
Kapitel 6: Bericht der Geschäftsführung der ÖHT	55
Kapitel 7: Internationale Beziehungen	61
Europäische Union	62
Makroregionale Strategien	62
Welttourismusorganisation (UNWTO)	63
Organisation für wirtschaftliche Entwicklung und Zusammenarbeit (OECD)	64
Bilaterale Beziehungen	64
Kapitel 8: Österreich Werbung	67



Vorwort

Das Tourismusland Österreich ist attraktiv und wettbewerbsfähig. Die Zahl der Nächtigungen und Gäste hat im Jahr 2015 trotz starker Konkurrenz neue Rekordwerte erreicht. Laut WIFO sind auch die Umsätze real wieder gestiegen. Umsatz ist nicht gleich Gewinn, aber die Zahlen verdeutlichen, dass der Tourismus selbst in gesamtwirtschaftlich herausfordernden Zeiten ein starker Konjunkturmotor ist, der Wachstum und Arbeitsplätze im Land sichert. Ebenfalls erfreulich ist, dass alle Bundesländer Zuwächse erzielen konnten. Zudem wurde bei Deutschland, Österreichs wichtigstem ausländischen Herkunftsmarkt, wieder die 50 Millionen-Nächtigungsgrenze überschritten.

Das weltweite Wachstum des Tourismus wird sich weiter fortsetzen. 2015 haben sich fast 1,2 Milliarden Menschen auf eine touristische Reise ins Ausland begeben - ein Rekordwert, der rund 50 Millionen zusätzliche internationale Nächtigungen bedeutete. Auch Europa profitiert vom internationalen Wachstum, für 2016 werden zusätzlich 24 Millionen Gäste erwartet, was einem Plus von vier Prozent entspricht. Österreich hat alle Chancen, von diesem Trend zu profitieren, wenn wir noch stärker auf neue Märkte und neue Zielgruppen setzen. Daher ist die weitere Internationalisierung der Herkunftsmärkte das Gebot der Stunde. Großes Potenzial liegt vor allem in stark wachsenden Fernmärkten wie in China und Südkorea, aber auch in Zentral- und Osteuropa. In diesem Sinne unterstützt mein Ressort die Österreich Werbung mit einem Sonderbudget von vier Millionen Euro für zusätzliche Marketingaktivitäten.

Eine große Herausforderung bleibt der Herkunftsmarkt Russland. Gemeinsam mit unseren russischen Partnern haben wir daher für 2017 das „Österreichisch-Russische Tourismusjahr“ ausgerufen. Eine Reihe von Veranstaltungen soll die Beziehungen verbessern, um wieder an alte Erfolge anschließen zu können.

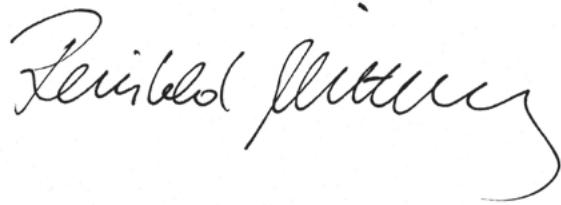
Die seit der Wirtschaftskrise zurückgehende Investitionsbereitschaft der Tourismuswirtschaft dürfte laut aktuellen Indikatoren wieder steigen. Die Österreichische Hotel- und Tourismusbank (ÖHT) verzeichnet eine gesteigerte Investitionsnachfrage. Das angeseuchte Kreditvolumen hat sich von Jänner bis März 2016 im Vergleich zur Vorjahresperiode mehr als verdoppelt, nämlich von rund 49 Millionen auf 104,9 Millionen Euro. Das Haftungsvolumen ist von 6,2 Millionen auf rund 11,8 Millionen Euro gestiegen. Von diesem Trend werden auch andere Wirtschaftszweige profitieren, denn 60 Prozent der Investitionen werden im Umkreis von 60 Kilometern wertschöpfungswirksam.

Neue Impulse sollen zudem durch die Etablierung alternativer Finanzierungsformen gesetzt werden. Mit dem Alternativfinanzierungsgesetz haben wir es 2015 erleichtert, Eigenkapital für Unternehmensgründungen über Crowdinvesting aufzubringen. Ergänzend zur klassischen Kreditfinanzierung stellt Crowdfunding auch für Tourismusunternehmen eine attraktive Möglichkeit dar. Gerade Jungunternehmerinnen und Jungunternehmer, die sich im Tourismus selbstständig machen wollen, stehen oft vor der Herausforderung, das dafür notwendige Eigenkapital aufzubringen.

Seit 2010 ist die Tourismusstrategie in Kraft und dient der Tourismuspolitik des Bundes als Leitlinie. Die föderale Grundstruktur des österreichischen Tourismus ermöglicht und erfordert eine Zusammenarbeit von Bund und Bundesländern auf freiwilliger Basis. In diesem Sinne haben sich die verstärkte Kooperation im Marketing, bei Finanzierungen und Förderungen, das gemeinsame Vorgehen auf europäischer Ebene sowie die Konzentration auf die starken Alleinstellungsmerkmale Alpen, Donau & Seen, Städte & Kultur nachhaltig bewährt.

Strategische Schwerpunkte setzen wir in den nächsten Jahren anhand der Leitthemen Bürokratieabbau, Arbeitsmarkt, Betriebliche Finanzierung, Digitalisierung, Ganzjahrestourismus, Internationalisierung und Klimawandel.

Mit Blick auf das erneute Rekordergebnis möchte ich allen Tourismusbetrieben und ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihren enormen Einsatz danken. Mit viel Innovationsfreude, Kreativität und Gastfreundschaft schreiben sie täglich die Erfolgsgeschichte des heimischen Tourismus fort. In diesem Sinne wünsche ich der gesamten Branche alles Gute und viel Erfolg für die Zukunft.



Vizekanzler Dr. Reinhold Mitterlehner

Bundesminister für
Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft

1



© Parlamentsdirektion Christian Hilkade

Parlamentarische Tourismuspolitik

Tourismusausschuss



Für den Tourismusbereich wurde 2006 im Nationalrat ein eigener Ausschuss eingesetzt, im Jahr 2015 tagte er dreimal.

In der Sitzung am 10. März 2015 präsentierte Bundespartenobfrau Petra Nocker-Schwarzenbacher den Ausschussmitgliedern ihr 8-Punkte-Programm für einen nachhaltigen Erfolg der Tourismus- und Freizeitwirtschaft. Außerdem wurden die Entschließungsanträge betreffend leistbares Skifahren und Snowboarden für Kinder und Jugendliche und Einführung einer Qualitätspartnerschaft für heimische Gastronomiebetriebe behandelt.

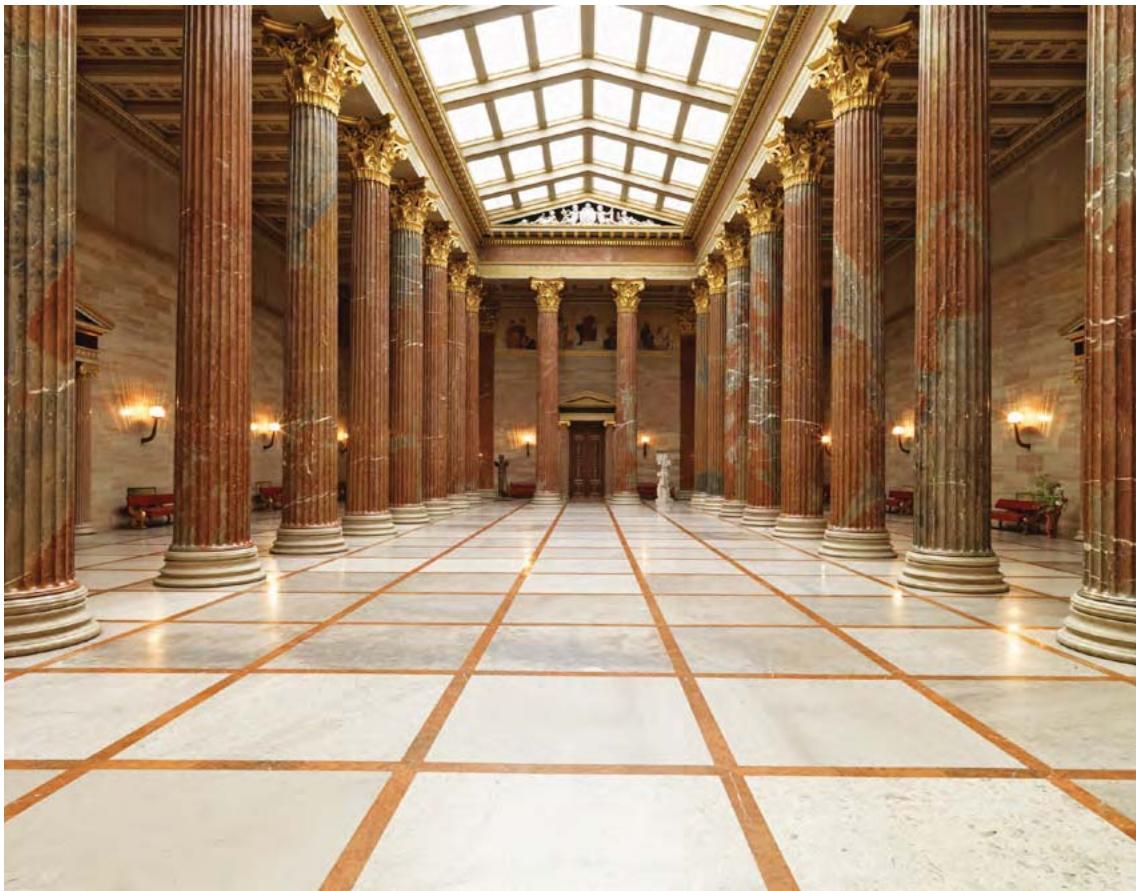
Am 10. Juni 2015 wurde der Bericht über die Lage der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Österreich 2014 diskutiert. Der Bericht wurde nach eingehender Debatte enderledigt. Behandelt wurden weiters die Entschließungsanträge betreffend Schaffung von zusätzlichen

Investitionsanreizen für Tourismusbetriebe durch Heranführung der AfA (Absetzung für Abnutzungen) an die wirtschaftliche Lebensdauer, Tourismusverträglichkeit der Steuerreform 2015/16 (Anhebung der Umsatzsteuer für Nächtigungen sowie eine Verlängerung der Abschreibungsdauer von 33 auf 40 Jahre) sowie Rücknahme der geplanten Erhöhung der Mehrwertsteuer auf Beherbergung.

In der Sitzung am 28. Oktober 2015 informierten die Geschäftsführer der Österreichischen Hotel- und Tourismusbank (ÖHT), Dr. Franz Hartl und Mag. Wolfgang Kleemann, den Tourismusausschuss über neue Förderrichtlinien und Förderpakete für die heimische Tourismusbranche. Behandelt wurden die Entschließungsanträge betreffend klare gesetzliche Regelung für eine unbürokratische und belastungsfreie kurzfristige Mitarbeit von Familienangehörigen in Gastronomiebetrieben, Bürokratie-Exzesse für die Beherbergungsbranche bei der Steuerreform-Umsetzung sowie Einführung einer Qualitätspartnerschaft für heimische Gastronomiebetriebe.

Abbildung: Parlament/Säulenhalle in Blickrichtung Empfangssalon

Quelle: Parlamentsdirektion/Mike Ranz



Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz (MedKF-TG)

Gemäß MedKF-TG hatten die Österreich Werbung und die Landestourismusorganisationen alle Medienschaltungen - auch im Ausland - zu melden, dies war entgegen der ursprünglichen Intention mit großem Aufwand verbunden. Auf Grund der Komplexität des Gesetzes kam es darüberhinaus zu einigen Verfahren gegen Tourismusorganisationen. Ein Verfahren gegen die ÖW wurde von der Rechtsmittelbehörde im Mai 2015 jedoch wieder eingestellt.

Auf Initiative des Tourismusausschusses wurde mit BGBl. I Nr. 6/2015 normiert, dass ab 01.01.2015 Werbeeinschaltungen in ausländischen Medien nicht mehr gemeldet werden müssen, wenn sie sich ausschließlich an ein ausländisches Zielpublikum richten. Für die ÖW und die gesamte Tourismusbranche stellt diese Änderung eine große Erleichterung dar.

Die Änderung im Volltext siehe

http://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/BgbIAuth/BGBLA_2015_I_6/BGBLA_2015_I_6.pdf

- Rückgang deutscher Wintertouristen
- Steuerreform als Rückschlag für den Tourismus
- Auswirkungen des generellen Rauchverbots auf Konsumenten, Gastronomie-wirtschaft, Tabaktrikanten und Vereinsleben/Freiwilligenarbeit
- Steuerreform als Dolchstoß
- Steuerreform schadet Wirtschaftsstandort
- Sponsoring des ESC durch das BMWFW
- Reisebürokonzeption für Hoteliers
- Benimmregeln für den Tourismus
- Schikanen für die Gastronomie
- Rückgang preisbereinigter Tourismussätze
- Erhebung des Geschlechts bei TOP Tourismus-Förderungsnehmern
- Tourismusstrategie und Österreich Werbung
- Flüchtlingsproblematik als Tourismusbremse

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

Schriftliche parlamentarische Anfragen

Im Jahr 2015 wurden nachfolgende schriftliche parlamentarische Anfragen mit expliziter Tourismusrelevanz an den Bundesminister für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft gerichtet und beantwortet:

2



© Österreich Werbung / Peter Bergstaller |

Tourismusbilanz

Bericht über die Bedeutung, Entwicklung und
Struktur der österreichischen Tourismus- und
Freizeitwirtschaft im Jahr 2015

Die Bedeutung der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Österreich

Beitrag von Dr. Oliver **Fritz**, PhD (WIFO), Dr. Peter **Laimer**, Mag. Jürgen **Weiß** (Statistik Austria) und Univ.-Prof. Dr. Egon **Smeral** (MODUL University Vienna)

Tourismus-Satellitenkonto für Österreich (TSA)

Der Tourismus hat in der österreichischen Volkswirtschaft einen bedeutenden Stellenwert. Die Vielfalt an wirtschaftlichen Verflechtungen des Tourismus kann jedoch auf Basis der herkömmlichen Tourismusstatistik sowie der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung (VGR) nur unzureichend dargestellt werden, monetäre Kennzahlen sind kaum verfügbar. Die Erhebungen sind meist nur auf wenige, wenn auch wichtige Facetten ausgerichtet (Ankünfte, Übernachtungen) oder es handelt sich um globale Kenngrößen (Reiseverkehrsbilanz).

Um dem Umstand der monetären Erfassung der Tourismuswirtschaft Rechnung zu tragen, erstellen die Statistik Austria und das WIFO seit 2002 alljährlich ein auf den internationalen Richtlinien¹ basierendes Tourismus-Satellitenkonto für Österreich. Das TSA soll regelmäßiges Zahlenmaterial liefern, das im Zeitverlauf und ebenso mit anderen Wirtschaftszweigen einheitlich vergleichbar ist. Die TSA-Daten sind in sich konsistent und mit dem makroökonomischen Grundgerüst verknüpfbar.

Aktuell liegen Ergebnisse auf Basis des TSA-Konzeptes für die Berichtsjahre 2000 bis 2014 vor, wobei das Jahr 2014 neu erstellt sowie die historischen Werte der laufenden Datenrevision unterzogen wurden. Zu wichtigen Eckwerten stellte das WIFO Schätzungen für die Jahre 2015 und 2016 an.²

¹ UN (United Nations), Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework, EUROS-TAT, OECD, UN, UNWTO, New York, 2001; UN (United Nations), (2010A), Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008, Eurostat, OECD, UN, UNWTO, Luxemburg–Madrid–New York–Paris, 2010, http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesF_80rev1e.pdf

² Eine Schätzung der Produktstruktur ist aus methodischen und statistischen Gründen nicht möglich, die Analyse beschränkt sich hier auf das Berichtsjahr 2014.

TSA-Hauptergebnisse

Die Gesamtaufwendungen von in- und ausländischen Besucher/innen in Österreich (Urlaubs- und Geschäftsreisen, Verwandten- und Bekanntenbesuche) erreichten 2014 ein Volumen von 36,55 Mrd. Euro (+2,0% gegenüber 2013). Davon entfielen 53,3% auf inländische Reisende, 46,3% auf ausländische Besucher/innen und 0,4% auf Besucher von Wochenendhäusern und Zweitwohnsitzen (Übersicht 1). Seit dem TSA-Basisjahr 2000 ist der touristische Gesamtumsatz damit um insgesamt 58,7% bzw. durchschnittlich 3,4% pro Jahr angestiegen. Ersten Schätzungen zufolge dürfte der Tourismuskonsum in Österreich im Jahr 2015 um 5,0% gewachsen sein, für 2016 wird mit einer Steigerung von 2,8% gerechnet.

Direkte Wertschöpfungseffekte des Tourismus in Österreich laut TSA

Das TSA-Konzept berücksichtigt nur jene Aufwendungen für Waren und Dienstleistungen, denen eine direkte Verbindung zwischen Käufer/innen und Produzenten/Lieferanten zu Grunde liegt. Folglich umfasst die daraus resultierende Wertschöpfung laut TSA ebenfalls nur die direkten Effekte.

Diese beliefen sich im Berichtsjahr 2014 ohne die Dienst- und Geschäftsreisen auf 17,59 Mrd. Euro (einschließlich Dienst- und Geschäftsreisen 18,72 Mrd. Euro; jeweils +3,8% gegenüber 2013), der rechnerische Anteil am Bruttoinlandsprodukt lag bei 5,3% (einschließlich Dienst- und Geschäftsreisen 5,7%; jeweils +0,1 Prozentpunkte; Übersicht 2).

Für 2015 weisen erste Schätzungen eine deutliche Zunahme der direkten Tourismuswertschöpfung um 5,1% aus (einschließlich Dienst- und Geschäftsreisen +5,0%), der Anteil am BIP dürfte damit um 0,2 Prozentpunkte auf 5,5% gestiegen sein (einschließlich Dienst- und Geschäftsreisen 5,8%; +0,3 Prozentpunkte). Für 2016 wird ein BIP-Anteil der direkten Tourismuswertschöpfung von 5,4% erwartet.

Übersicht 1: Hauptergebnisse des Tourismus Satellitenkontos für Österreich 2000 - 2015

Quelle: Statistik Austria, WIFO. Urlaubs- und Geschäftsreisen. 2000 bis 2013: revidiert, 2014: vorläufig, 2015: Schätzung.

Touristische Nachfrage	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Mio. €								
Ausgaben ausländischer Besucher/innen	11.882	12.457	12.853	13.175	13.534	14.316	14.748	15.080
Übernachtende Touristen/innen	10.414	10.868	11.090	11.395	11.729	12.390	12.701	12.849
Tagesbesucher/innen	1.468	1.589	1.763	1.779	1.805	1.926	2.047	2.231
Ausgaben inländischer Besucher/innen	11.061	11.542	12.040	12.268	13.092	13.545	14.159	14.719
Urlaubsreisende	9.135	9.444	9.906	10.061	10.908	11.298	11.667	11.974
Übernachtende Touristen/innen	5.557	5.835	6.184	6.331	6.857	6.996	7.322	7.600
Tagesbesucher/innen	3.578	3.609	3.722	3.729	4.051	4.301	4.345	4.374
Geschäftsreisende	1.925	2.098	2.134	2.207	2.183	2.248	2.493	2.746
Übernachtende Touristen/innen	1.106	1.210	1.265	1.323	1.278	1.317	1.552	1.723
Tagesbesucher/innen	819	889	868	884	905	931	941	1.022
Ausgaben in Wochenendhäusern und Zweitwohnungen	91	97	98	100	104	107	109	110
Gesamtausgaben	23.034	24.095	24.990	25.542	26.730	27.969	29.016	29.910
Mio. €								
Touristische Nachfrage	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Ausgaben ausländischer Besucher/innen	16.082	14.973	15.295	15.764	16.177	16.653	16.944	17.960
Übernachtende Touristen/innen	13.352	12.365	12.899	13.097	13.486	13.851	14.095	14.757
Tagesbesucher/innen	2.730	2.608	2.395	2.667	2.691	2.802	2.849	3.203
Ausgaben inländischer Besucher/innen	15.245	15.127	17.572	18.794	19.042	19.054	19.474	20.292
Urlaubsreisende	12.288	12.660	15.145	16.075	16.269	16.252	16.542	17.237
Übernachtende Touristen/innen	7.700	7.872	9.352	9.828	9.833	9.858	10.112	10.719
Tagesbesucher	4.587	4.789	5.793	6.247	6.436	6.393	6.430	6.518
Geschäftsreisende	2.957	2.467	2.427	2.719	2.773	2.803	2.931	3.054
Übernachtende Touristen/innen	1.895	1.513	1.587	1.804	1.839	1.861	1.962	2.040
Tagesbesucher/innen	1.063	953	840	914	934	942	969	1.014
Ausgaben Wochenendhäusern und Zweitwohnungen	112	117	131	132	132	132	135	137
Gesamtausgaben	31.438	30.218	32.998	34.690	35.352	35.839	36.552	38.388

Übersicht 2: Die volkswirtschaftliche Bedeutung der direkten Effekte des Tourismus in Österreich, 2000–2015

Quelle: Statistik Austria, WIFO. 2000 bis 2013: revidiert, 2014: vorläufig, 2015: Schätzung.

Tourismus-Satellitenkonto – Direkte Wertschöpfung laut TSA	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
	Mio. €							
Ohne Dienst- und Geschäftsreisen	10.211	10.571	10.915	11.208	11.690	11.979	12.465	13.050
Einschließlich Dienst- und Geschäftsreisen	11.107	11.450	11.869	12.136	12.566	12.818	13.322	14.120
Veränderung gegen das Vorjahr in %								
Ohne Dienst- und Geschäftsreisen	-	+3,5	+3,3	+2,7	+4,3	+2,5	+4,1	+4,7
Einschließlich Dienst- und Geschäftsreisen	-	+3,1	+3,7	+2,2	+3,5	+2,0	+3,9	+6,0
Anteil am BIP in %								
Ohne Dienst- und Geschäftsreisen	4,8	4,8	4,8	4,9	4,8	4,7	4,7	4,6
Einschließlich Dienst- und Geschäftsreisen	5,2	5,2	5,2	5,3	5,2	5,1	5,0	5,0
Tourismus-Satellitenkonto – Direkte Wertschöpfung laut TSA	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
	Mio. €							
Ohne Dienst- und Geschäftsreisen	13.795	13.867	14.745	15.473	16.445	16.940	17.589	18.485
Einschließlich Dienst- und Geschäftsreisen	15.052	14.960	15.572	16.463	17.470	18.027	18.721	19.662
Veränderung gegen das Vorjahr in %								
Ohne Dienst- und Geschäftsreisen	+5,7	+0,5	+6,3	+4,9	+6,3	+3,0	+3,8	+5,1
Einschließlich Dienst- und Geschäftsreisen	+6,7	-0,7	+4,1	+5,7	+6,1	+3,2	+3,8	+5,0
Anteil am BIP in %								
Ohne Dienst- und Geschäftsreisen	4,7	4,8	5,0	5,0	5,2	5,2	5,3	5,5
Einschließlich Dienst- und Geschäftsreisen	5,2	5,2	5,3	5,3	5,5	5,6	5,7	5,8

Touristischer Konsum nach Produkten in Österreich 2014

Die Konsumaufwendungen in- und ausländischer Besucher/innen in Österreich lassen sich im Rahmen des TSA auch nach Produktstruktur analysieren, wobei die Waren und Dienstleistungen in zwei Hauptkategorien unterteilt werden, nämlich tourismuscharakteristisch und tourismusverwandt bzw. nicht-tourismusspezifisch.

Die charakteristischen Tourismusprodukte machten 2014 mit 30,13 Mrd. Euro (+2,2%) und 82,4% mehr als vier Fünftel der touristischen Gesamtnachfrage in Österreich aus, auf die zweite Gruppe der tourismusverwandten und nicht-tourismusspezifischen Produkte entfielen 17,6% (6,42 Mrd. Euro; +0,9%), wobei hier gut die Hälfte (50,4%) die Dienstleistungen ausmachten, 45,2% wurden für Waren und 4,4% für die Handelsspanne verausgabt (siehe Übersicht 3).

Die bedeutendsten Detailpositionen am touristischen Konsum stellten auch im Berichtsjahr 2014 die Beherbergung (29,4%) und die Gastronomie (27,3%) dar (2013 29,8% bzw. 26,7%). Das Gewicht des Personentransportes lag bei 15,9% und verringerte sich gegenüber 2013 etwas (-0,2 Prozentpunkte). Die Aufwendungen für Kultur-, Unterhaltungs- und sonstige Dienstleistungen machten mit 9,5% knapp ein Zehntel des gesamten Tourismuskonsums aus (2013 9,3%).

TSA-Erweiterungen – Direkte und indirekte Wertschöpfungseffekte der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Österreich

Da im Rahmen des TSA nur die direkten touristischen Effekte erfasst werden, ist eine Erweiterung der Datenlage um die indirekten Wertschöpfungswirkungen vonnöten, so dass der Tourismus – und in einem weiteren Schritt die gesamte Tourismus- und Freizeitwirtschaft – in korrekter Weise in einen volkswirtschaftlichen Gesamtzusammenhang gebracht werden kann.

Zur Erstellung dieser Vergleichsbasis ist der touristische Inländerkonsum laut TSA um die Dienst- und Geschäftsreisen zu bereinigen (– im TSA-Konzept werden diese der touristischen Gesamtnachfrage zugerechnet und sind damit mesoökonomisch wertschöpfungswirksam –), da gesamtwirtschaftlich der Intermediärkonsum („Zwischenkonsum“) – im Spe-

ziellen die Dienst- und Geschäftsreisen der Inländer/innen – als Vorleistung behandelt wird. In einem weiteren Schritt sind die indirekten Effekte des Tourismus (sowie zusätzlich jene des Freizeitkonsums der Inländer am Wohnort) zu ermitteln. Dies geschieht unter Zugrundelegung der sektoralen Lieferverflechtungen auf Basis der für das jeweilige Berichtsjahr relevanten nationalen Input-Output-Tabelle³ sowie einer tourismus- bzw. freizeitrelevanten Bewertung der Güter- und Dienstleistungsstruktur auf Basis der Konsumausgaben laut VGR. Bisher wurde ein Multiplikator für ein einziges Basisjahr errechnet und vor- bzw. rückgeschrieben. Der aktuelle Ansatz trägt der Tatsache Rechnung, dass sich die Verflechtungen zwischen den Wirtschaftsbereichen und damit auch die Multiplikatorwirkungen jährlich verändern. Es muss dabei auch darauf hingewiesen werden, dass die jährlichen Input-Output-Tabellen von Statistik Austria laufenden methodischen und statistischen Anpassungen und Veränderungen unterliegen (z. B. Übergang von ESVG 1995 auf ESVG 2010 sowie von NACE Rev. 1.1 zu NACE Rev. 2), was Auswirkungen auf die Zeitreihe der Multiplikatorwerte haben kann. Zudem sind weitere Adaptierungen der Berechnungsmethodik der indirekten Wertschöpfungsrechnung in Folgeberichten nicht auszuschließen. Die gemäß der beschriebenen Berechnungsmethode ermittelte direkte und indirekte Wertschöpfung des Tourismus belief sich im Berichtsjahr 2014 auf 23,11 Mrd. Euro (+1,0% gegenüber 2013) und trug damit 7,0% zur Gesamtwirtschaft (BIP) bei (-0,1 Prozentpunkte; Übersicht 4). 2015 dürfte die touristische Gesamtwertschöpfung eine Zunahme um 4,3% erfahren haben und ihr Beitrag zum BIP auf 7,1% gestiegen sein. Für 2016 wird die Kennzahl bei 7,0% gesehen.

Der nicht-touristische Freizeitkonsum der Inländer/innen am Wohnort ist nicht Bestandteil des TSA und wird als eigenständige Kenngröße vom WIFO ermittelt, um die Bedeutung der gesamten Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Österreich dokumentieren zu können. Für 2014 ergaben aktuelle Berechnungen ein Volumen des Freizeitkonsums von 30,18 Mrd. Euro (+2,2%), die daraus resultierenden direkten und indirekten Wertschöpfungseffekte erreichten 21,02 Mrd. Euro (+2,2%), der Bei-

³ Im vorliegenden Bericht fanden die Input-Output-Tabellen 2000 bis 2011 Anwendung, die von Statistik Austria publiziert werden; die Wertschöpfungsmultiplikatoren für die Folgejahre wurden vom WIFO geschätzt.

Übersicht 3: Touristischer Konsum nach Produkten in Österreich 2014

Quelle: ¹⁾ Einschließlich Verwandten- und Bekanntenbesuche. ²⁾ Aufwendungen bzw. „fiktive“ Miete. ³⁾ Z. B. Straßenbahn, Schnellbahn, Autobus, Taxi. ⁴⁾ Z. B. Parkhäuser, Betrieb von Bahnhöfen bzw. Flughäfen. ⁵⁾ Nur Spannen; Package-Teile sind in den jeweiligen Dienstleistungen enthalten (z. B. bei Buchung einer Schifffskreuzfahrt in einem Reisebüro: Die Dienstleistung wird dem „Wasserverkehr“ zugerechnet, die Position „Spanne“ verbleibt unter „Reisebüros bzw. -veranstalter“).

Aggregate	Mio. €	Anteil in %
Tourismuscharakteristische Dienstleistungen	30.131	82,4
Beherbergung	10.730	29,4
Hotels und andere Unterkünfte ¹⁾	10.595	29,0
Zweitwohnungen/-häuser ²⁾	135	0,4
Restaurant- und Gaststättendienste	9.993	27,3
Personentransport	5.814	15,9
Eisenbahn	1.096	3,0
Straßenverkehr ³⁾	609	1,7
Wasserverkehr	46	0,1
Luftverkehr	3.756	10,3
Sonstige Hilfs- und Nebentätigkeiten für den Verkehr ⁴⁾	306	0,8
Reisebüros bzw. -veranstalter ⁵⁾	107	0,3
Kultur-, Unterhaltungs- und sonstige Dienstleistungen	3.488	9,5
Tourismusverwandte bzw. nicht-tourismusspezifische Waren bzw. Dienstleistungen	6.421	17,6
Waren	2.905	7,9
Dienstleistungen	3.234	8,8
Handelsspanne	281	0,8
Insgesamt	36.552	100,0

Übersicht 4: Die volkswirtschaftliche Bedeutung der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Österreich, 2000–2015

Quelle: Statistik Austria, WIFO. ¹⁾ Ohne Dienst- und Geschäftsreisen.

TSA-Erweiterungen – Direkte u. indirekte Wertschöpfung	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
	Mio. €							
Tourismus ¹⁾	15.486	16.026	16.474	16.775	17.522	18.534	19.016	19.530
Freizeitkonsum der Inländer am Wohnort	13.387	13.793	13.962	14.720	15.167	15.917	16.816	17.506
Tourismus und Freizeitwirtschaft ¹⁾	28.873	29.819	30.436	31.496	32.689	34.451	35.832	37.036
Veränderung gegenüber dem Vorjahr in %								
Tourismus ¹⁾	+	+3,5	+2,8	+1,8	+4,5	+5,8	+2,6	+2,7
Freizeitkonsum der Inländer am Wohnort	+	+3,0	+1,2	+5,4	+3,0	+4,9	+5,6	+4,1
Tourismus und Freizeitwirtschaft ¹⁾	+	+3,3	+2,1	+3,5	+3,8	+5,4	+4,0	+3,4
Beitrag zum BIP in %								
Tourismus ¹⁾	7,3	7,3	7,3	7,3	7,3	7,3	7,1	6,9
Freizeitkonsum der Inländer am Wohnort	6,3	6,3	6,2	6,4	6,3	6,3	6,3	6,2
Tourismus und Freizeitwirtschaft ¹⁾	13,5	13,5	13,4	13,6	13,5	13,6	13,4	13,1
TSA-Erweiterungen – Direkte u. indirekte Wertschöpfung	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
	Mio. €							
Tourismus ¹⁾	20.187	20.193	21.826	22.453	22.716	22.871	23.107	24.108
Freizeitkonsum der Inländer am Wohnort	17.278	18.276	18.863	19.572	20.160	20.567	21.017	21.641
Tourismus und Freizeitwirtschaft ¹⁾	37.465	38.469	40.689	42.025	42.876	43.438	44.123	45.749
Veränderung gegenüber dem Vorjahr in %								
Tourismus ¹⁾	+3,4	±0,0	+8,1	+2,9	+1,2	+0,7	+1,0	+4,3
Freizeitkonsum der Inländer am Wohnort	-1,3	+5,8	+3,2	+3,8	+3,0	+2,0	+2,2	+3,0
Tourismus und Freizeitwirtschaft ¹⁾	+1,2	+2,7	+5,8	+3,3	+2,0	+1,3	+1,6	+3,7
Beitrag zum BIP in %								
Tourismus ¹⁾	6,9	7,1	7,4	7,3	7,2	7,1	7,0	7,1
Freizeitkonsum der Inländer am Wohnort	5,9	6,4	6,4	6,3	6,4	6,4	6,4	6,4
Tourismus und Freizeitwirtschaft ¹⁾	12,8	13,4	13,8	13,6	13,5	13,5	13,4	13,5

trag zum BIP lag – wie in den beiden Jahren davor – bei 6,4%. Ersten Schätzungen zufolge dürfte diese Kennzahl auch 2015 und 2016 unverändert bleiben.

Die gesamte Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Österreich generierte 2014 ein beachtliches Wertschöpfungsvolumen (direkt und indirekt) von 44,12 Mrd. Euro (+1,6%) und trug damit 13,4% zur Gesamtwirtschaft bei (-0,1 Prozentpunkte gegenüber 2013). 2015 dürfte die Bedeutung des Sektors leicht gestiegen sein (13,5%), 2016 wird der BIP-Beitrag wieder bei 13,4% erwartet.

Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen – International und in Österreich

Das globale Wachstum hat sich 2015 deutlich eingeschränkt. Nach etwa +3,5% pro Jahr im Zeitraum 2012 bis 2014 ging die Entwicklung des realen BIP 2015 auf +3% zurück. Diese Wachstumsrate liegt deutlich unter dem langfristigen Durchschnitt der vergangenen zwei Jahrzehnte (etwa +4% pro Jahr). Die deutliche Abschwächung der wirtschaftlichen Aktivität in den EMEs („emerging market economies“) wirkte sich negativ auf das globale Wachstum und den Welthandel aus – letzterer wuchs 2015 real um nur 1% (OECD, 2015; EC, 2016). Hoffnungen auf eine wachstumsfördernde Wirtschaftspolitik und niedrige Rohstoffpreise sollten jedoch das Wachstum der Weltwirtschaft 2016 und 2017 schrittweise anheben.

Gegenwärtig sind die Aussichten für die EMEs die größten Risikoquellen (IMF, 2015). Die EMEs sind gegenwärtig mit sinkenden Rohstoffpreisen, Kreditbeschränkungen, Kapitalflucht und Währungsabwertungen konfrontiert. Insbesondere die Ölexportiere stehen aufgrund der sinkenden und niedrigen Ölpreise unter erheblichem Druck. Brasilien und Russland sind in tiefe Rezessionen geraten und haben ihre Importe stark eingeschränkt. Von den BRIC-Ländern bleibt nur Indien als Hoffnungsträger, um international Nachfrage generieren zu können.

Der Wachstumseinbruch in China hat die rohstoffexportierenden Länder preis- und mengenmäßig stark getroffen. Die Wachs-

tumsabschwächung in China trifft nicht nur die rohstoffexportierenden Länder (Brasilien, Russland, Südafrika), sondern auch die exportorientierten europäischen Länder, die durch geringere Exportmöglichkeiten nach China und auch durch die eingeschränkte Exportaufnahmekraft der Rohstoffexporteure getroffen werden. Insgesamt gesehen sind die strukturbedingten Wachstumsschwächen in vielen Schwellenländern auch ein wesentlicher Faktor für deren getrübte Zukunftsaussichten.

Die Wachstumsabschwächung in China hat die weltwirtschaftliche Dynamik empfindlich gedämpft. Als Reaktion auf die internationale Konjunkturdämpfung sind die chinesischen Exporte von Gütern und Dienstleistungen leicht gesunken. In dieser Entwicklung schlügeln auch Lohnsteigerungen durch, die zu einer Einbuße der preislichen Wettbewerbsfähigkeit führen. China versucht zurzeit einen stärkeren Einbruch im Wirtschaftswachstum zu vermeiden. Ein deutlicher Einbruch der chinesischen Binnennachfrage könnte das Vertrauen der Finanzmärkte schwer schädigen sowie die Wachstumsaussichten vieler Länder, insbesondere der Industrieländer, deutlich beeinträchtigen.

Der Euro-Raum kann sich nur langsam von der Stagnation erholen und befindet sich in einer instabilen Erholungsphase. Nachdem 2014 ein Wachstum von knapp +1% erreicht wurde, stieg das reale BIP 2015 um 1,5% an. Damit fiel das Wachstum im Euro-Raum trotz niedrigerer Ölpreise, Euro-Abwertung und einer konzeptionell stimulierenden Geldpolitik schwächer aus als noch vor einem Jahr erwartet wurde (IMF, 2015; OECD, 2015). Faktum ist, dass in einer mittelfristigen Sicht die wirtschaftliche Entwicklung seit 2008 stagnierte. Anzeichen für einen selbsttragenden, nachhaltigen Aufschwung fehlen. Die Stagnation im Euro-Raum wirkte sich erwartungsgemäß auch auf die realen Tourismusausgaben der Euro-Länder für Auslandsreisen aus, die seit 2008 im Durchschnitt pro Jahr eine leicht rückläufige Tendenz aufzeigten.

Im Prinzip hoffen die einzelnen Länder auf eine Erholung des privaten Konsums, die dann die Investitionstätigkeit anregen sollte und die Konjunktur positiv stimuliert. Jedoch ist gegenwärtig eine Konsumerholung ohne nennenswerte Realeinkommenssteigerung nur schwer vorstellbar. Auch die Entwicklung des Konsumentenvertrauens sendet keine eindeutigen Signale an die Unternehmen, ihre Investitionen zu erhöhen (Abbildung 1). Die-

se Situation kann nur durch massive öffentliche Investitionen über mehrere Jahre hinweg verbessert werden. Ein möglicher Weg wäre, dass die Institution der Europäischen Investitionsbank insofern genutzt wird, als diese Investitionsanleihen auflegt, die von der EZB gekauft werden. Dadurch würde die Investitionsbank über genug Liquidität verfügen, um europaweite Investitionsprojekte (z. B. Gas, Bahn, Elektrizität) durchzuführen.

Die Wirtschaft in den USA wuchs 2015 deutlich stärker als im Euro-Raum (+2,5%; Ederer, 2016). Die Industrieproduktion der USA hat bis Mitte 2015 einen soliden Wachstumspfad eingeschlagen. Unterstützt wurde diese Entwicklung durch die Ausweitung der Beschäftigung und den Anstieg der privaten Konsumnachfrage. Im 2. Halbjahr 2015 verlor die Konjunktur jedoch an Dynamik (Scheiblecker, 2016). Nur die Konsumausgaben hielten ihr bisheriges Expansionstempo.

Japan ist abgeschlagen: Nach der Stagnation seit 2014 wird für 2016 eine Wachstumsrate von +1% erwartet. Japan scheint sich weiterhin nicht aus der Stagnationsfalle befreien zu können, wobei zusätzlich noch empfindliche negative Wirkungen von der Wachstumsabschwächung in China ausgehen. Die Arbeitslosigkeit wird weiter sinken, wobei hier bereits demografisch bedingte Knappheiten in Bezug auf das Arbeitskräfteangebot durchschlagen. Deutschland wuchs 2015 nicht stärker als der Euro-Raum (+1,5%). Man hofft, dass die wirtschaftliche Entwicklung durch die Binnenkonsumnachfrage und die Verbesserung des Export-

klimas begünstigt wird. Ein robuster Arbeitsmarkt, niedrige Zinsen und Ölpreise sollen die Nachfrage der privaten Haushalte stimulieren. In naher Zukunft wird erwartet, dass die mittlerweile realisierten Budgetüberschüsse neben dem Schuldenabbau auch für öffentliche Investitionen eingesetzt werden.

In Österreich lag das BIP-Wachstum 2015 mit +0,9% unter jenem des Euro-Raums und Deutschlands. Die Wirtschaft Österreichs entwickelte sich schwach und realisierte in den letzten Jahren relativ niedrige Zuwächse von unter 1%. Aufgrund der unbefriedigenden Realeinkommensentwicklung stagnierte der private Konsum (Scheiblecker, 2016); die Investitionsschwäche hielt weiter an. Trotz der schwachen Auslastung und der steigenden Arbeitslosigkeit war die Inflation höher als in den Euro-Ländern.

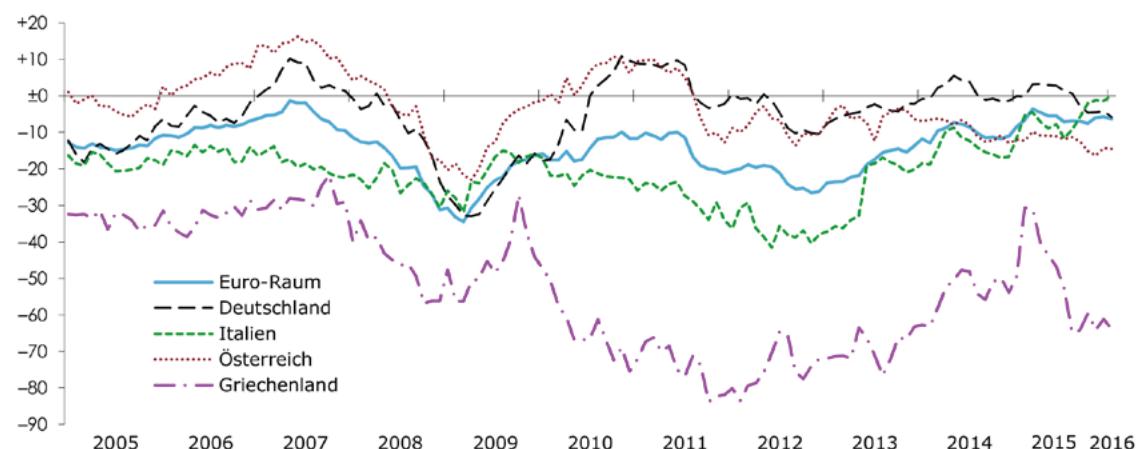
Spanien zeigt deutliche Reformerfolge: Nach einem Schrumpfungsprozess im Zeitraum 2009 bis 2013 erholte sich die Volkswirtschaft 2014 (+1,5%) allmählich und erreichte 2015 ein Wachstum von +3,25%. Der private Konsum (2015–2017: etwa +2,5% bis +3% pro Jahr) wird durch die wieder ansteigende Beschäftigung, die Zunahme der Einkommen, geringere Steuern, Ölpreise und Zinssätze gestützt und stimuliert die Investitionen.

In Großbritannien hat das seit 2014 anhaltende kräftige Wachstum zu einer deutlichen Senkung der Arbeitslosigkeit geführt. Die verbesserte Arbeitsmarktsituation schlägt sich auch positiv in der privaten Konsumnachfrage nieder. Die günstigeren Wirtschaftsaussichten

Abbildung 1: Konsumentenvertrauen im Euro-Raum und ausgewählten EU-Ländern

Salden aus positiven und negativen Meldungen in % der befragten Konsument/innen, saisonbereinigt

Quelle: Konjunkturtest der Europäischen Kommission. Abgebildeter Zeitraum: Jänner 2005 bis Jänner 2016.



werden auch in einer rückläufigen Sparquote reflektiert.

Neben Spanien und Großbritannien verzeichnen in Europa noch die MOEL-Länder (Polen, Slowakei, Slowenien, Tschechien, Ungarn) relativ kräftige Zuwächse der Gesamtwirtschaft (2015 +3,5%).

Trotz der suboptimalen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen stiegen die internationalen Touristenankünfte 2015 mit +4,4% etwas stärker als im Jahr davor (Übersicht 5; UNWTO, 2016). Damit reisten 1,18 Mrd. Touristen/innen grenzüberschreitend, was gegenüber 2014 einen absoluten Zuwachs um 50 Mio. an internationalen Touristenankünften bedeutet. Für Europa beliefen sich die relevanten Vergleichszahlen auf 580,3 Mio. (2014) bzw. 609,1 Mio. (2015; +5,0%; UNWTO, 2016; vgl. Abbildung 2). Im Gegensatz zu den Vorjahren verzeichnete jedoch Europa die stärkste Wachstumsrate unter den Weltregionen. Von den anderen wichtigen Länderblöcken wuchsen Asien und der Pazifische Raum mit +4,8% sowie Nord-, Mittel- und Südamerika (+4,9%) nur etwas geringer als Europa. Die interna-

tionalen Touristenankünfte im Nahen Osten stiegen etwas schwächer (+3,1%), in Afrika entwickelten sie sich rückläufig (-3,3%).

Der internationale Tourismus wuchs 2015 auf der Basis der Ankünfte und der realen Tourismusexporte (+4,3%) deutlich kräftiger als der Welthandel (real +1,0%; Abbildung 3). Längerfristig betrachtet zeigt sich, dass im Zeitraum 2000/2008 der Welthandel mit real +5,3% pro Jahr deutlich stärker wuchs als die preisbereinigten Tourismusexporte (+1,6% p. a.) und die Touristenankünfte (+4,1% p. a.). Nach der großen Rezession 2008/09 („great recession“) zeigte sich jedoch ein anderes Bild: Der Welthandel expandierte deutlich schwächer (2008/2015 +2,1% p. a.), wogegen die Reiseverkehrsexporte mit real +2,2% pro Jahr ein ähnliches Wachstum erzielten, das sogar etwas über jenem der Periode davor lag. Auch die Touristenankünfte schwächten sich deutlich ab (+3,5% p. a.), zeigten jedoch eine stärkere Dynamik als die realen Tourismusexporte und der Welthandel. Grundsätzlich muss hier hervorgehoben werden, dass quantitative Kennzahlen (Ankünfte)

Übersicht 5: Entwicklung internationaler Touristenankünfte nach Länderblöcken 2010–2015

Quelle: UNWTO.

Entwicklung internationaler Tourist/innenankünfte nach Länderblöcken	2010	2011	2012	2013	2014	2015
	Veränderung gegen das Vorjahr in %					
Welt	+6,5	+4,6	+4,7	+4,6	+4,2	+4,4
Europa	+3,1	+6,4	+3,9	+4,8	+2,4	+5,0
Asien und Pazifik	+13,2	+6,2	+7,1	+6,9	+5,8	+4,8
Amerika und Karibik	+6,3	+3,6	+4,5	+3,1	+8,4	+4,9
Afrika	+9,3	-0,7	+4,6	+4,4	+0,3	-3,3
Naher Osten	+13,1	-9,6	+2,2	-2,9	+6,7	+3,1

Abbildung 2: Entwicklung der internationalen Touristenankünfte weltweit und in Europa

Quelle: UNWTO.

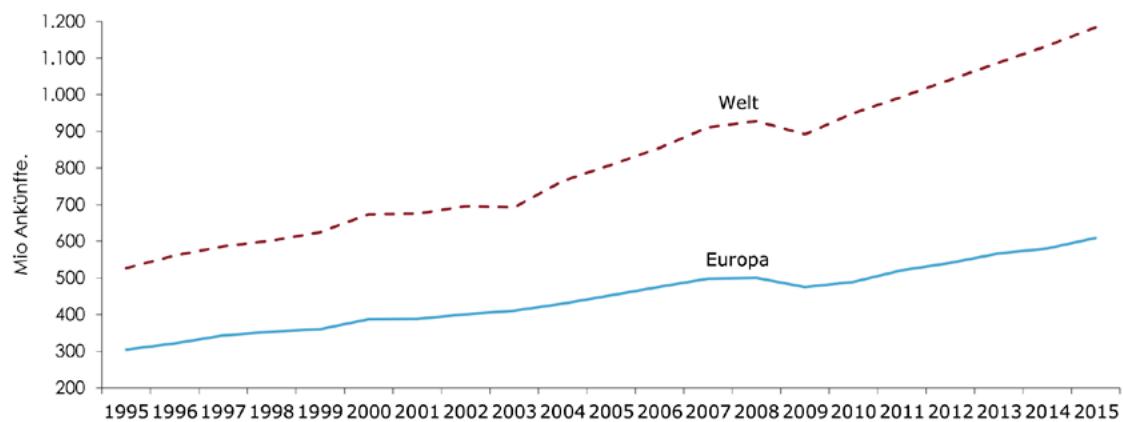
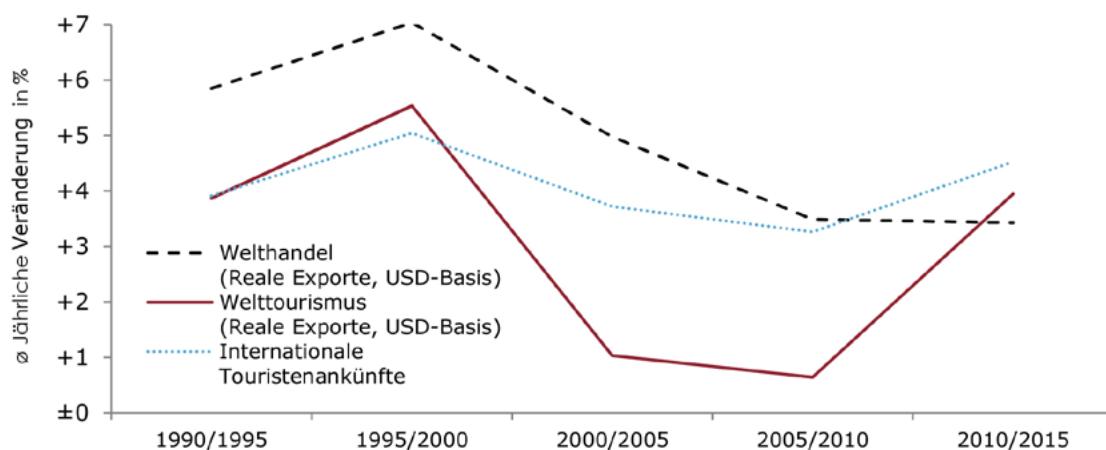


Abbildung 3: Reale Entwicklung des Welttourismus und des Welthandels seit 1990

Quelle: UNWTO, WTO, WDS - WIFO-Daten-System, Macrobond. Welttourismusexporte (42 Länder): bis 1995 ohne Polen, Slowenien, Slowakei, Baltische Staaten, Russland.



und monetär definierte Einheiten (reale Exporte) nur beschränkt vergleichbar sind, da Mengengrößen qualitative Veränderungen sowie deren Motivation (Vorsichtssparen) nicht erfassen können. Diese Diskrepanz wird durch die seit 2008 mit etwa knapp +3% pro Jahr wachsenden internationalen Touristenankünfte in Europa und die deutlich geringere Wachstumsrate der realen europäischen Tourismusexporte (etwa +1,5% pro Jahr) reflektiert. Ebenso deutlich wird das Auseinanderklaffen der mengenmäßigen und monetären Entwicklung, vergleicht man die wachsende Zahl der Ankünfte der Euro-Länder im Ausland mit den rückläufigen realen Tourismusausgaben dieser Länder.

Offensichtlich wurden durch die graduelle Verschlechterung der wirtschaftlichen Situation seit 2008 deutliche Einsparungen bei touristischen Dienstleistungen vorgenommen sowie die Verbilligungstendenzen bei Pauschalreisen genutzt, so dass die Einnahmen-/Ausgabenentwicklung entsprechend schwach verlief.

In Bezug auf den obigen Zusammenhang analysierten Campos-Soria, Inchausti-Sintes und Eugenio-Martin (2015), wie Touristen/innen in 165 Regionen der EU 27 ihre Tourismusausgaben während der „great recession“ reduzierten: 46,3% der befragten Personen gaben an, dass sie ihre Tourismusausgaben einschränkten, davon reduzierten 26,8% ihre

Aufenthaltsdauer, 21,8% wählten billigere Unterkünfte, 18,9% kürzten die Reisedistanz, 16,2% verringerten die Zahl der Urlaubstage, 8,9% reisten zu einer anderen Jahreszeit und 7,5% buchten billigere Transportmöglichkeiten (Campos-Soria – Inchausti-Sintes – Eugenio-Martin, 2015).

Zusätzlich zeigen Studien auf, dass in Perioden mit eher langsamem Wirtschaftswachstum und Unsicherheiten in Bezug auf die zukünftige Einkommens- und Arbeitsmarktsituation wesentliche Einkommensanteile eher für notwendige Konsumgüter als für Luxusgüter (Auslandsreisen) aufgewendet werden sowie aufgrund der bestehenden Unsicherheiten auch die mitunter bescheidenen Einkommenszuwächse dem Vorsichtssparen gewidmet werden (Gunter-Smeral, 2014 und 2016). Weiters zeigten Bronner und Hoog (2014), dass – sobald sich eine ökonomische Krise verfestigt – die Konsument/innen eher auf Urlaubsreisen verzichten als bei diesen einzusparen. Bronner und Hoog (2016) demonstrierten auch, dass die Sommerhaupturlaube in ökonomischen Krisen keine Luxusgüter mehr darstellen. Diese Erkenntnisse stehen im Gegensatz zu Studienergebnissen der neunziger Jahre, die Tourismus im Allgemeinen als Luxusgut mit einer Einkommenselastizität von größer als 1 darstellten (Melenberg – van Soest, 1996; Gunter-Smeral, 2016).

Übersicht 6: Übernachtungen und Umsätze im österreichischen Tourismus, 2000–2015

Quelle: Statistik Austria, OeNB, WDS - WIFO-Daten-System, Macrobond. Umsätze 2015: vorläufig.

¹⁾ Einschließlich internationaler Personentransport.

	Übernachtungen			Umsätze					
	Inländer	Ausländer	Insgesamt	Binnenreiseverkehr		Internat. Reiseverkehr ¹⁾		Gesamtreiseverkehr ¹⁾	
	In 1.000			Nominell	Real (Pr. 2010)	Nominell	Real (Pr. 2010)	Nominell	Real (Pr. 2010)
	Mio. €								
2000	31.153	82.534	113.686	4.060	5.226	12.201	15.382	16.261	20.608
2001	31.442	83.669	115.111	4.233	5.309	12.791	15.752	17.024	21.061
2002	31.013	85.792	116.804	4.207	5.144	13.198	15.877	17.405	21.021
2003	31.619	86.348	117.967	4.355	5.198	13.528	15.911	17.883	21.109
2004	31.329	85.922	117.251	4.483	5.198	13.897	15.885	18.380	21.083
2005	31.501	87.741	119.242	4.742	5.361	14.700	16.363	19.442	21.724
2006	32.130	87.274	119.403	4.971	5.475	15.144	16.537	20.115	22.012
2007	33.008	88.443	121.451	5.134	5.468	15.485	16.480	20.619	21.948
2008	33.879	92.840	126.719	5.382	5.562	16.513	17.006	21.895	22.568
2009	34.443	89.864	124.307	5.374	5.511	15.375	15.648	20.749	21.159
2010	35.024	89.857	124.881	5.442	5.442	15.705	15.705	21.147	21.147
2011	35.297	90.706	126.003	5.621	5.413	16.187	15.503	21.808	20.916
2012	35.964	95.052	131.016	5.680	5.336	16.661	15.629	22.341	20.965
2013	35.755	96.874	132.629	5.676	5.184	17.126	15.692	22.802	20.876
2014	35.668	96.233	131.901	5.765	5.122	17.444	15.601	23.209	20.723
2015	36.423	98.778	135.201	6.008	5.224	18.491	16.259	24.498	21.483
Veränderung gegen das Vorjahr in %									
2000	+2,8	+0,1	+0,8	+8,9	+6,2	+6,1	+3,6	+6,8	+4,2
2001	+0,9	+1,4	+1,3	+4,3	+1,6	+4,8	+2,4	+4,7	+2,2
2002	-1,4	+2,5	+1,5	-0,6	-3,1	+3,2	+0,8	+2,2	-0,2
2003	+2,0	+0,6	+1,0	+3,5	+1,1	+2,5	+0,2	+2,8	+0,4
2004	-0,9	-0,5	-0,6	+2,9	+0,0	+2,7	-0,2	+2,8	-0,1
2005	+0,5	+2,1	+1,7	+5,8	+3,1	+5,8	+3,0	+5,8	+3,0
2006	+2,0	-0,5	+0,1	+4,8	+2,1	+3,0	+1,1	+3,5	+1,3
2007	+2,7	+1,3	+1,7	+3,3	-0,1	+2,3	-0,3	+2,5	-0,3
2008	+2,6	+5,0	+4,3	+4,8	+1,7	+6,6	+3,2	+6,2	+2,8
2009	+1,7	-3,2	-1,9	-0,1	-0,9	-6,9	-8,0	-5,2	-6,2
2010	+1,7	+0,0	+0,5	+1,3	-1,3	+2,1	+0,4	+1,9	-0,1
2011	+0,8	+0,9	+0,9	+3,3	-0,5	+3,1	-1,3	+3,1	-1,1
2012	+1,9	+4,8	+4,0	+1,0	-1,4	+2,9	+0,8	+2,4	+0,2
2013	-0,6	+1,9	+1,2	-0,1	-2,8	+2,8	+0,4	+2,1	-0,4
2014	-0,2	-0,7	-0,5	+1,6	-1,2	+1,9	-0,6	+1,8	-0,7
2015	+2,1	+2,6	+2,5	+4,2	+2,0	+6,0	+4,2	+5,6	+3,7

Die Situation der österreichischen Tourismuswirtschaft

Angesichts der eher mäßigen konjunkturellen Erholung im Euro-Raum entwickelte sich der österreichische Tourismus überraschend außergewöhnlich günstig (Übersicht 6): Die realen Tourismusexporte stiegen mit 4,2% (nominell +6,0%) sehr kräftig an und zählten zu den Wachstumsstützen der österreichischen Wirtschaft.

Die hohe Wachstumsrate der realen Tourismusexporte 2015 lag deutlich über dem Stagnationstrend seit dem Jahr 2000 und zeigt den seither höchsten Wert. Trotz der starken Zunahme der realen Exporte im Jahr 2015 lag ihr Niveau noch immer um 4,4% unter dem Spitzenwert des Jahres 2008.

Schwächer als die realen Tourismusexporte – aber ebenso relativ kräftig im Vergleich zur langfristigen Entwicklung – stiegen die preisbereinigten Einnahmen im Binnenreiseverkehr (+2,0%; nominell +4,2%). Der touristische Gesamtumsatz wuchs 2015 um real 3,7% (nominell +5,6%), wodurch sich der Rückstand zum Höchstwert 2008 gegenüber den Jahren davor verringerte und nun 4,8% beträgt.

Auch die Zahl der Nächtigungen belebte sich deutlich (Ausländer/innen +2,6%; Inländer/innen +2,1%) und erreichten mit 135,2 Mio. ein neues Rekordniveau.

Der reale Aufwand je Übernachtung – eine wichtige touristische Kennziffer – erholt sich 2015 etwas (+1,2%; Abbildung 4), ob jedoch der deutlich negative Trend seit der Periode 2006–2008 gestoppt werden konnte, wird erst die Entwicklung in den nächsten Jahren zeigen.

Der mittelfristig rückläufige Trend in Bezug auf den realen Aufwand je Nächtigung lässt sich zum Teil auf eine generell qualitative Veränderung der realisierten Tourismusnachfrage zurückführen. Dies ist zum Teil darauf zurückzuführen, dass die Konsument/innen aus Ersparnisgründen billigere Reiseformen sowie Reisekomponenten bevorzugen. Dabei spielen kostengünstigere Packages sowie der Preis-/Qualitätsdruck durch die Transparenz des Internets eine wichtige Rolle, wobei die ständig wachsende Anzahl der Internetnutzer/innen einen weiteren preis- bzw. qualitätsdämpfenden strukturellen Faktor darstellt.

Für die Entwicklung im Jahr 2015 kann nicht ausgeschlossen werden, dass nach oben gerichtete statistische Verzerrungen, die von einer einmaligen sprunghaften Zunahme einzelner Komponenten des Aggregates „realer

Aufwand“ ausgehen könnten, zu Unschärfen führten. Die im Laufe des Jahres 2016 zu erwartenden Revisionen der bis dato nur vorläufigen Werte werden dazu beitragen, das statistische Bild zu klären.

Die deutliche Erholung im österreichischen Tourismus schlug sich auch in Zugewinnen beim Marktanteil nieder: So konnten 2015 nominell und real deutliche Markanteils gewinne realisiert werden, wobei sich diese sowohl auf Vergleichsbasis der EU 15 (Abbildung 5) als auch der EU 28 ergaben.

Der relative Exportpreis Österreichs zur EU 28 stieg 2015 geringfügig an, die Nächtigungs marktanteile blieben in etwa unverändert (vgl. Abbildung 6). Eine ähnliche Entwicklung zeigt sich auch bei einem Vergleich auf Basis der EU 15.

Abbildung 4: Realer Aufwand je Übernachtung, 2000–2015

Quelle: Statistik Austria, OeNB, WDS - WIFO-Daten-System, Macrobond. 2015: vorläufiger Wert.

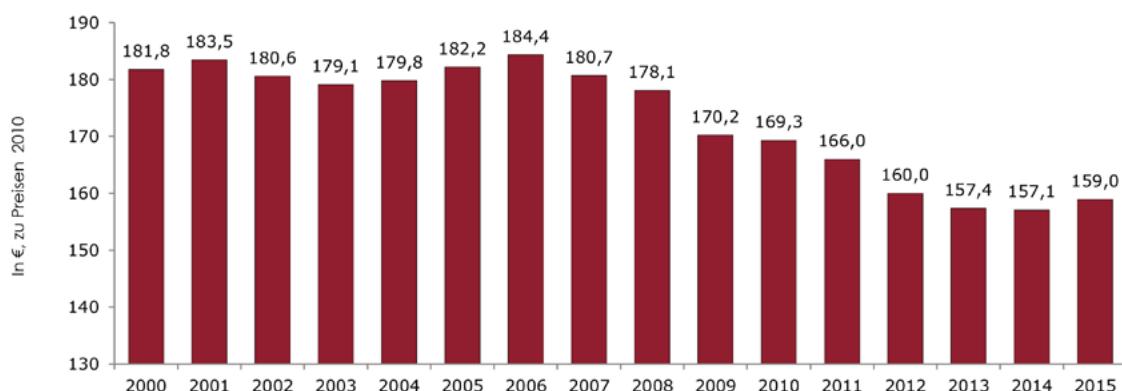
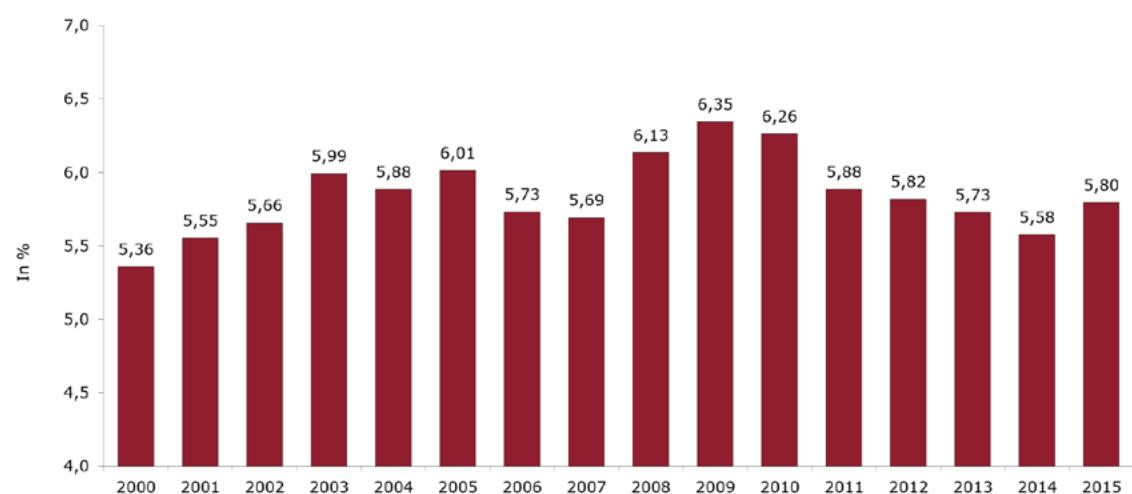


Abbildung 5: Österreichs Einnahmenmarktanteil am internationalen europäischen Tourismus

Gemessen an den nominellen Tourismusexporten der EU 15

Quelle: IMF, OeNB, UNWTO, WDS - WIFO-Daten-System, Macrobond. Ohne internationalen Personentransport. 2015: Schätzung.



Gemessen an den nominellen Tourismusexporten der EU 15 konnte Österreich 2015 seinen Marktanteil (MA) um 3,9% (+0,22 Prozentpunkte) auf 5,8% anheben (Abbildung 5) und schnitt damit deutlich günstiger ab als wichtige Tourismusländer wie Frankreich (MA –10,7%) oder Deutschland (MA –2,5%). Auch im Vergleich mit den mediterranen Tourismusdestinationen wie Spanien (MA –1,0%), Griechenland (MA +0,5%) und Italien (MA +0,9%) konnte Österreich ein besseres Resultat erzielen. Mit einem Niveau von 5,80% 2015 lag der Tourismusexportmarktanteil Österreich an der EU 15 um etwas mehr als 0,4 Prozentpunkte über dem historischen Tiefstwert des Jahres 2000.

In einem weltweiten Vergleich unter 42 Ländern konnte Österreich auf Basis der nominellen Tourismusexporte 2015 keine Zugewinne verbuchen, sondern musste einen Rückgang seines Marktanteils (2,37%) um 3,8% in Kauf nehmen, verbuchte jedoch erstmals seit 2009 reale Gewinne (MA +1,2% gegenüber 2014). Die relativen Preise sanken infolge der Euro-Abwertung um rund 5%.

Zu den großen Marktanteilsgewinnern zählten weltweit die USA, Japan und China, aber auch Mexiko und Großbritannien schnitten relativ erfolgreich ab (Abbildung 7). Das größte Gewicht im internationalen Wettbewerb (gemessen an den nominellen Tourismusexporten von 42 Ländern) haben mit über einem Fünftel die USA (22,82%), dahinter folgen mit großem Abstand China (MA 7,32%), Spanien (MA 7,05%), Großbritannien (MA 5,73%), Frankreich (MA 5,64%), Italien (MA 5,03%) und Deutschland (MA 4,62%).

Insgesamt gesehen müsste nun beurteilt werden, ob diese statistisch gemessene außergewöhnlich deutliche Verbesserung im österreichischen Tourismus auch plausibel erscheint. Zwei Gründe sprechen dafür:

Das Jahr 2014 war wetterbedingt relativ ungünstig für Österreich: Der Winter war schneearm, im Sommer gab es viele Regentage, so dass die realisierten Ergebnisse relativ niedrig ausfielen und die Normalisierung der wettermäßigen Voraussetzungen 2015 relativ deutliche Zuwächse entstehen ließ. Zusätzlich war der Sommer 2015 außergewöhnlich heiß und stabil. Das heißt, „man konnte sogar in Österreich seinen Urlaub verbringen, ohne ein Wetterrisiko einzugehen“ (Kärnten dürfte dabei eine Ausnahme darstellen, zumindest was den Ausländertourismus betrifft). Anders ausgedrückt: Der wettermäßig bedingte

Wettbewerbsnachteil Österreichs fiel einmalig weg, so dass deutliche Zuwächse und auch Marktanteilsgewinne – vor allem im III. Quartal 2015 – realisiert werden konnten.

Diese oben genannten Plausibilitätsargumente für die Marktanteilsgewinne werden aber dadurch abgeschwächt, dass die Verbesserung nicht durch eine relativ kräftigere Nächtigungssteigerung (gemessen auf Basis EU 28 bzw. EU 15), sondern statistisch durch ausschließlich qualitative Komponenten (reale Marktanteilsgewinne) entstanden ist, wofür jedoch weitgehend Begründungen fehlen. Ursachen für die überhöhte Steigerungsrate der Tourismusexporte könnten zum Teil auf die relativ kräftige Zunahme der durchschnittlichen Preise in der Wiener Hotellerie zurückzuführen sein (2015 +8,9%), wobei dieser Beitrag unter der Berücksichtigung der Wirkungen auf das gesamte touristische Preisniveau etwa 0,5 bis 0,75 Prozentpunkt betragen dürfte. In allen Fällen muss hier jedoch in Betracht gezogen werden, dass das zur Verfügung stehende Datengebäude nur einen vorläufigen Charakter hat und eventuell bevorstehende Revisionen mehr Klarheit über die zu Grunde liegenden Entwicklungstendenzen liefern könnten.

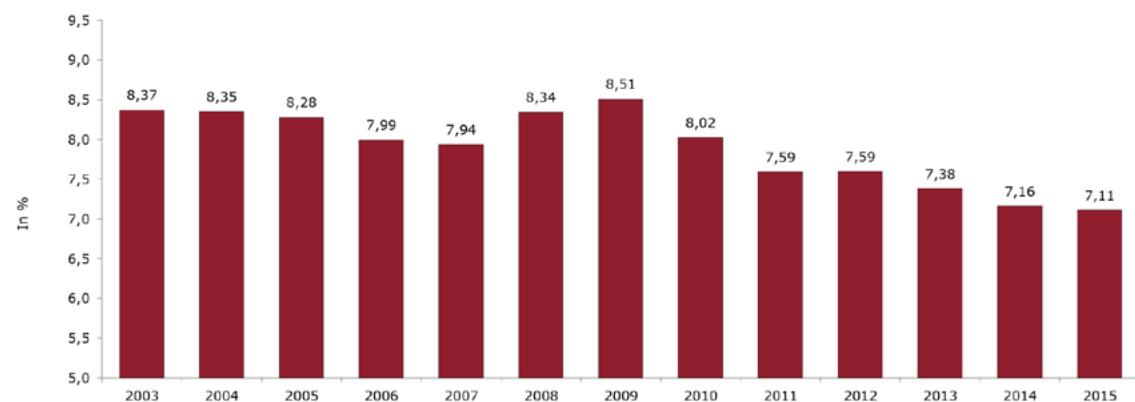
Entwicklung und Struktur der Tourismuswirtschaft

Aufenthaltsdauer und Unterkunft

Das Jahr 2015 zeigte sowohl bei inländischen als auch ausländischen Gästenächtigungen in entgeltlichen Beherbergungsbetrieben einen Zuwachs von 2,1% bzw. 2,6%. Insgesamt lag die Zahl der Übernachtungen um 2,5% über dem Niveau des Jahres 2014 und um 1,3% über jenem des bisherigen Rekordjahres 2013. Gleichzeitig erhöhte sich die Zahl der Ankünfte in Unterkunftsbetrieben um 4,9%, womit im Jahr 2015 ein weiterer Rückgang der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer pro Unterkunft feststellbar war. Diese lag 2015 bei 3,4 Nächtigungen, was einem Rückgang von 2,3% gegenüber 2014 entspricht. 1990 lag dieser Wert noch bei 4,9 Übernachtungen, womit über die letzten 25 Jahre ein durchschnittlicher jährlicher Rückgang von 1,4% zu beobachten war. Die Aufenthaltsdauer ausländischer Gäste lag mit 3,7 Nächtigungen um

Abbildung 6: Österreichs Nächtigungsmarktanteil am internationalen europäischen TourismusGemessen an den Übernachtungen aus dem Ausland von 26 EU-Ländern¹

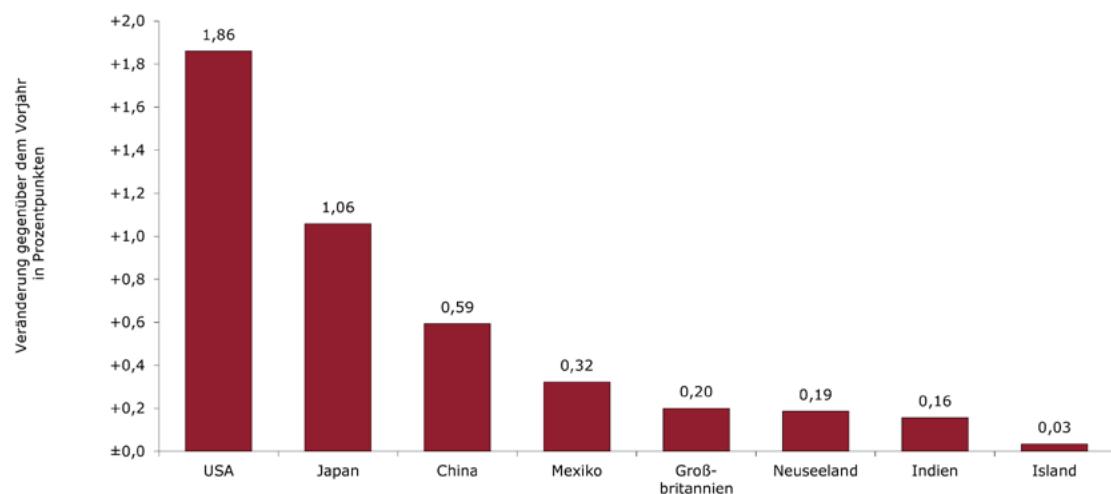
Quelle: Eurostat, Statistik Austria, WIFO-Berechnungen. 2015: Schätzung.

¹⁾ EU 28 ohne Irland und Großbritannien (Datenbrüche).**Abbildung 7: Marktanteils gewinner im internationalen Tourismus 2015**

Gemessen an den nominellen Tourismusexporten von 42 Ländern

Quelle: IMF, OeNB, UNWTO, WDS - WIFO Daten-System, Macrobond. Ohne internationalen Personentransport.

2015: Schätzung.



knapp eine Nacht über jener der inländischen Gäste (2,9) (siehe Abbildung 8). Von den internationalen Gästen verweilten 2015 jene aus den Niederlanden (5,3 Nächte), Belgien (5,1 Nächte) und Luxemburg (5,0 Nächte) am längsten in Österreich. Gäste aus weit entfernten Herkunftsmärkten wiesen tendenziell auch die niedrigsten Werte bei der Aufenthaltsdauer auf: China (1,3 Nächte), Taiwan (1,4 Nächte), Südkorea (1,5 Nächte), Südostasien (1,8 Nächte), Japan (2,1 Nächte). Nachdem Reisende aus Fernmärkten im Rahmen ihres Urlaubaufenthaltes meist mehrere Destinationen besuchen, sind diese herkunftsregionsspezifischen Unterschiede in der Verweildauer nicht weiter bemerkenswert. Von den europäischen Herkunftsländern nächtigten spanische Gäste mit durchschnittlich 2,3 Nächten am kürzesten. 2015 lag die durchschnittliche Aufenthaltsdauer in gewerblichen Unterkünften⁴ bei 3,2 Nächtigungen, in privaten Unterkünften (Privatquartiere und private Ferienwohnungen) hingegen bei 5,4. Gegenüber 2014 bedeutet das einen Rückgang der Aufenthaltsdauer um 2,3% (gewerblich) bzw. 2,1% (privat).

⁴ Hierzu zählen Hotels und ähnliche Betriebe, gewerbliche Ferienwohnungen/-häuser, Campingplätze, Jugendherbergen/-gästehäuser, Kinder- und Jugendherholungsheime, Kurheime der Sozialversicherungsträger, private oder öffentliche Kurheime, bewirtschaftete Schutzhütten, sonstige Unterkünfte, Sanatorien, Heil- oder Pflegeanstalten, sonstige Kur- oder Erholungsheime für Erwachsene, unbekannte gewerbliche Betriebe.

Neben dem langjährig zu beobachtenden Trend hin zu kürzeren Reisen⁵ lässt die Nächtigungsstatistik jedoch keinen Rückschluss über einen Trend zu häufigerem Quartierwechsel innerhalb einer Reise zu, was Mitgrund für die rückläufige Aufenthaltsdauer sein kann. Dementsprechend ist die Abnahme der Aufenthaltsdauer in einer bestimmten Unterkunftsart nicht einer im selben Ausmaß rückläufigen Aufenthaltsdauer pro Reise gleichzusetzen.

Gleichzeitig zum Trend der abnehmenden Aufenthaltsdauer je Unterkunft ist die Tendenz zur Wahl höherwertiger Quartiere festzustellen. Seit 1990 stieg die Zahl der Übernachtungen in 5/4-Sterne-Betrieben pro Jahr im Schnitt um 3,0% während sie in 2/1-Sterne-Betrieben um 3,5% zurück ging. Folglich verlagerten sich die Marktanteile innerhalb der Hotelkategorien innerhalb der letzten 25 Jahre: Während die 5/4-Sterne-Betriebe ihr Gewicht von 30,3% (1990) auf 56,2% (2015) erhöhten, zählten die 2/1-Sterne-Betriebe 2015 nur noch 12,2% aller Hotelübernachtungen (1990 33,9%).

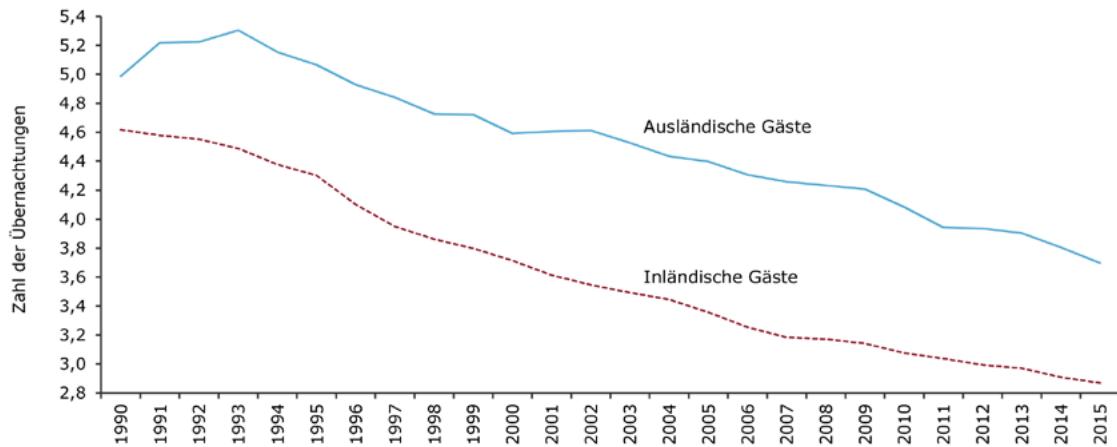
Übernachtungen nach Entfernung der Herkunftsmärkte

Der Nächtigungszuwachs von insgesamt 2,5% im Jahr 2015 wurde überdurchschnittlich stark durch Gäste aus dem Inland und be-

⁵ Statistik Austria, 2015 A.

Abbildung 8: Entwicklung der Aufenthaltsdauer von in- und ausländischen Gästen in Österreich, 1990–2015

Quelle: Statistik Austria.



nachbarten Herkunftsländern (+2,9%) generiert. Aber auch die Zahl der Übernachtungen nicht benachbarter Herkunfts Märkte entwickelte sich nach einem Rückgang 2014 (-1,2%) im Jahr 2015 mit +2,2% positiv. Hier wurden unter den nächtigungsstärksten Märkten die größten relativen Zuwächse aus China (+41,1%), den arabischen Ländern in Asien (+36,5%), den USA (+12,3%), Spanien (+10,8%), Polen (+6,6%), Großbritannien (+5,5%) und Schweden (+5,2%) erzielt, während den höchsten relativen Nächtigungsrückgang der Herkunftsmarkt Russland (-34,0%) aufwies. Über die mittelfristige Betrachtung

des Zeitraumes 2011/2015 ist eine mäßige Tendenz zu einer verstärkten Internationalisierung zu beobachten. So nahm in diesem Zeitraum die Nachfrage nicht benachbarter Herkunfts Märkte um durchschnittlich 2,1% pro Jahr zu, jene aus dem Inland und benachbarter Länder um 1,8%. Im vorgelagerten Beobachtungszeitraum 2005/2011 war eine insgesamt geringere Dynamik mit jährlichen Wachstumsraten von +1,9% (Inland und benachbarte Herkunfts Märkte) bzw. +0,2% (nicht benachbarte Herkunftsländer) zu verzeichnen (Übersicht 7).

Übersicht 7: Nächtigungsentwicklung in Österreich nach Entfernung der Herkunfts Märkte, 2005–2015

Quelle: Statistik Austria. ¹⁾ Einschließlich benachbartes Deutschland (Bayern). ²⁾ Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland. ³⁾ Niedersachsen, Hamburg, Bremen, Schleswig-Holstein. ⁴⁾ Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern. ⁵⁾ 2005: Schätzung. ⁶⁾ Jemen, Bahrein, Irak, Jordanien, Katar, Kuwait, Libanon, Oman, Syrien.

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2005/ 2011	2011/ 2015
	Veränderung gegen das Vorjahr in %												o Jährliche Veränd. in %
Insgesamt (In- und Ausland)	+1,7	+0,1	+1,7	+4,3	-1,9	+0,5	+0,9	+4,0	+1,2	-0,5	+2,5	+0,9	+1,8
Inland/benachbarter Herkunfts Märkte¹⁾	+0,9	+1,5	+1,8	+3,1	+1,3	+1,4	+2,2	+2,3	-0,1	+0,3	+2,9	+1,9	+1,3
Inland	+0,5	+2,0	+2,7	+2,6	+1,7	+1,7	+0,8	+1,9	-0,6	-0,2	+2,1	+1,9	+0,8
Deutschland gesamt	+0,1	4,4	1,3	+4,1	-2,6	1,4	1,6	+4,7	+2,5	2,6	+1,3	1,2	+1,4
Bayern	+0,2	-1,8	-2,5	+3,5	-0,3	-0,6	+2,3	+3,6	+1,8	+0,4	+2,7	+0,1	+2,1
Schweiz	-1,4	+1,8	+3,5	-3,8	+2,2	+4,3	+12,6	+6,6	+0,4	+1,4	+5,8	+3,3	+3,5
Italien	+2,1	+1,1	-3,1	-2,5	+1,2	+0,2	-0,2	-3,2	-4,8	±0,0	+5,4	-0,6	-0,7
Tschechien	+8,6	+9,1	+12,5	+27,9	+9,9	+0,9	+5,4	+2,2	+1,2	+3,1	+7,2	+10,6	+3,4
Ungarn	+12,7	+7,9	+8,0	+8,7	-8,7	+0,7	+5,8	+1,6	-0,1	+1,8	+0,8	+3,6	+1,0
Slowakei	+5,5	+13,3	+12,3	+31,6	+9,1	+9,6	+7,4	+5,2	+6,0	+6,2	+7,4	+13,6	+6,2
Slowenien	+11,0	+2,4	+8,2	+13,6	+1,2	+2,2	+11,9	+5,6	+7,7	+1,9	+3,0	+6,5	+4,5
Nicht benachbarte Herkunfts Märkte	.	-0,9	+1,6	+5,3	-4,4	-0,3	-0,2	+5,4	+2,3	-1,2	+2,2	+0,2	+2,1
Übriges Deutschland	±0,0	-5,1	-1,0	+4,3	-3,2	-1,7	-2,7	+5,0	+2,6	-3,4	+0,9	-1,6	+1,2
Baden-Württemberg	+0,4	-4,0	-0,3	+2,8	+0,3	+0,0	+1,4	+4,2	+3,4	-0,9	+1,0	+0,0	+1,9
Nordrhein-Westfalen	+4,1	-7,1	-3,3	+4,6	-7,0	-1,9	-4,5	+7,5	+0,3	-7,9	-1,9	-3,3	-0,6
Mitteldeutschland²⁾	-0,3	-6,2	+1,6	+2,3	-1,0	-4,0	-4,3	+2,9	+5,5	-4,1	-1,6	-2,0	+0,6
Norddeutschland³⁾	-1,1	-5,3	-3,0	+6,3	-5,2	-1,3	-7,3	+7,2	+4,0	-3,6	+5,6	-2,7	+3,2
Ostdeutschland⁴⁾	-1,2	-0,4	+1,0	+6,5	-2,8	-0,7	+1,1	+3,5	+0,9	+0,0	+2,5	+0,8	+1,7
Berlin	-12,7	-6,2	-2,9	+3,8	-0,5	-0,2	-2,2	+4,2	+1,8	+0,3	+5,5	-1,4	+2,9
Niederlande	+2,7	+0,9	+3,7	+5,2	-1,2	-4,0	-1,9	+5,5	-2,7	-1,4	+1,8	+0,4	+0,8
Großbritannien	+5,2	+5,1	+3,9	-0,3	-16,7	-0,3	-4,6	+2,5	+5,2	+0,6	+5,5	-2,4	+3,4
Belgien und Luxemburg	+5,1	+1,8	+2,6	+3,3	-1,4	-2,0	+4,3	+0,4	+1,6	+1,7	-1,5	+1,4	+0,5
Frankreich	-4,1	+5,4	-3,0	+1,9	+0,3	+2,7	+2,7	-0,9	-0,6	-1,8	-1,3	+1,6	-1,1
Spanien	+12,9	+4,5	+2,7	+4,8	-13,2	+8,0	+11,3	-4,5	-5,2	+6,0	+10,8	+2,7	+1,6
Kroatien	+5,2	+10,5	+11,7	+15,2	-8,7	-9,4	-5,0	+0,2	-6,0	+6,1	+6,7	+1,9	+1,6
Dänemark	+12,9	+13,0	+10,3	+5,4	-1,4	+0,9	-3,3	-1,2	+0,1	-0,8	+2,8	+4,0	+0,2
Schweden	+5,0	+4,7	-2,3	+19,1	-18,5	+9,4	-1,1	+5,3	+2,5	-0,7	+5,2	+1,2	+3,1
Polen	+7,2	+9,1	+16,0	+34,0	-0,2	+2,7	+6,7	-2,6	+1,1	+7,0	+6,6	+10,8	+3,0
Rumänien⁵⁾	+25,7	+57,5	+75,2	+41,3	-6,4	-2,2	+3,7	-2,6	-3,4	+1,1	+1,9	+24,4	-0,8
Russland	.	+19,2	+24,7	+40,6	-12,4	+23,3	+25,6	+18,9	+9,5	-7,9	-34,0	+19,0	-5,7
Arabische Länder in Asien⁶⁾	+59,0	+2,1	+20,7	+11,8	-9,4	+20,4	-39,8	+28,1	+24,0	+8,1	+36,5	-1,7	+23,7
China	+4,8	+1,6	-3,0	-3,5	-6,0	+20,4	+38,2	+37,0	+14,3	+17,9	+41,1	+6,8	+27,1
Israel	-3,7	+21,4	+0,4	+7,3	+12,0	+14,6	+14,1	+8,1	+12,3	+6,0	+11,9	+11,4	+9,5
USA	-2,0	+7,8	-2,6	-17,8	-7,4	+11,9	-3,2	+6,9	+6,3	+9,1	+12,3	-2,4	+8,6
Übriges Ausland	.	+7,7	+4,5	+8,3	-9,2	+5,2	+13,5	+13,5	+4,8	+4,2	+8,9	+4,8	+7,8
Ausland insgesamt	+2,1	-0,5	+1,3	+5,0	-3,2	±0,0	+0,9	+4,8	+1,9	-0,7	+2,6	+0,6	+2,2

Regionale Entwicklungen

Im Jahr 2015 setzte sich der Trend zu Nächtigungen in dicht besiedeltem Gebiet⁶ mit einer überdurchschnittlichen Zunahme von 5,2% gegenüber 2014 fort. In ländlichen Gebieten wurden 2015 1,9% mehr Nächtigungen verzeichnet. Betrachtet man den Zeitraum der letzten 15 Jahre, betrug das jährliche Wachstum in städtischen Gebieten durchschnittlich +3,7%, wobei eine zunehmende Dynamik feststellbar ist. Bereinigt um die Entwicklung des Städtetourismus in Wien (+4,2%) betrug der Zuwachs in den übrigen Ballungsräumen Österreichs in diesem Zeitraum noch +2,7% jährlich. Hingegen erfuhr der Nächtigungstourismus im Großteil der Gemeinden Österreichs, die dem dünn besiedelten Bereich zuzuordnen sind, einen mäßigeren Aufschwung von durchschnittlich +0,7% pro Jahr. Für Österreich insgesamt wurde in der Periode 2000/2015 ein jährliches Nächtigungswachstum von +1,2% verzeichnet.

Dicht besiedelte Regionen weisen darüber hinaus eine geringere Aufenthaltsdauer je Unterkunft aus als dünn besiedelte. Seit 1990 ist die Aufenthaltsdauer in städtisch geprägten Regionen nahezu gleich geblieben (von 2,1 Nächtigungen auf 2,0 im Jahr 2015), während sie vor allem in ländlichen Regionen von 5,3 Näch-

tigungen (1990) auf 4,2 (2015) zurück ging. Allein gegenüber dem Vorjahr fiel die Aufenthaltsdauer 2015 in dünn besiedelten Regionen mit -2,6% rückläufig aus.

Auf Bundesländerebene verlief 2015 die Nächtigungsentwicklung mit Ausnahme eines stagnierenden Burgenlands positiv. Überdurchschnittlich kräftige Steigerungsraten und damit Marktanteilsgewinne verzeichneten dabei Wien (+5,9%), die Steiermark (+3,0%), Oberösterreich (+2,7%) und Salzburg (+2,6%; Übersicht 8).

Seit dem Jahr 2000 konnte die Bundeshauptstadt mit einem Wachstum von +4,2% pro Jahr ihren Marktanteil (MA) am gesamten Nächtigungsvolumen Österreichs um 3,8 Prozentpunkte auf 10,6% erhöhen, während im selben Zeitraum Kärnten 2,3 Prozentpunkte (MA 9,01%) sowie Tirol 1,8 Prozentpunkte (MA 33,53%) ihres absoluten Marktanteiles verloren (vergleiche Abbildung 9).

Neben der Entwicklung auf Bundesländerebene zeigt eine Analyse auf der tiefer gegliederten Datenbasis nach Tourismusregionen im Zeitraum 2011 bis 2015 jährliche Zuwächse für die wichtigsten Regionen (Wien unberücksichtigt): Salzburger Sportwelt +2,2%; Ötztal Tourismus +2,5%; Innsbruck und seine Feriendorfer +3,1%; Schladming-Dachstein +3,5%; Nationalpark Hohe Tauern +2,6%. Im Vergleich zur vorgelagerten Periode 2005–2011 konnte die Wachstumsdynamik in allen angeführten Top-Destinationen ausgebaut werden (siehe Übersicht 9).

⁶ Degree of urbanization (DEGURBA): densely-populated areas (Österreich: Wien, Graz, Linz, Salzburg, Innsbruck, Klagenfurt); intermediate density areas; thinly populated areas (Österreich: 82% aller Gemeinden).

Übersicht 8: Nächtigungsentwicklung in den österreichischen Bundesländern, 2000–2015

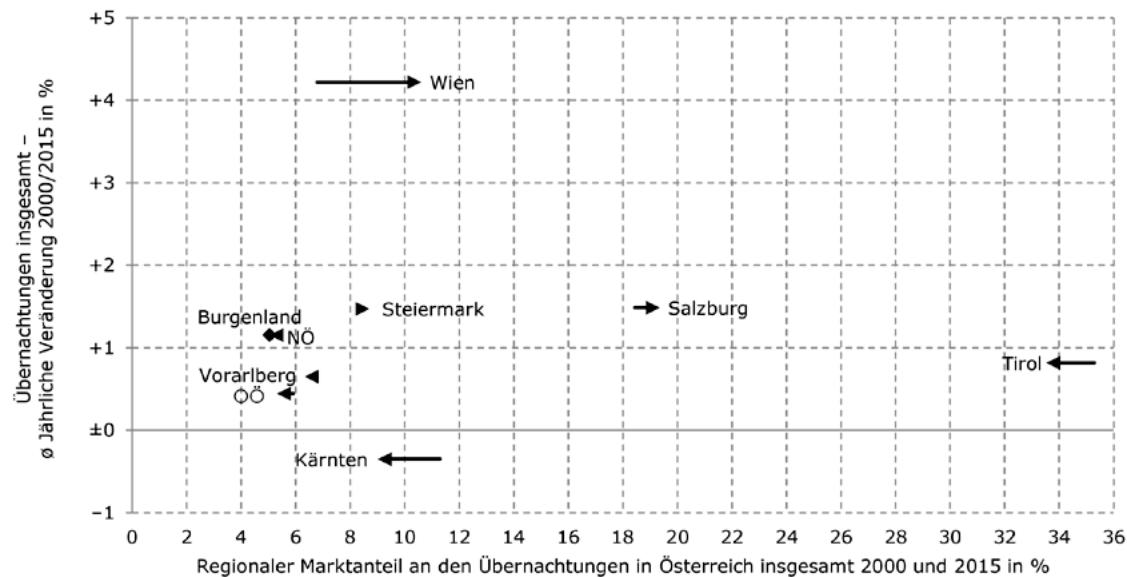
Quelle: Statistik Austria.

	Burgenland	Kärnten	Niederösterreich	Oberösterreich	Salzburg	Steiermark	Tirol	Vorarlberg	Wien	Österreich
	Veränderung gegen das Vorjahr in %									
2000	+3,8	-1,8	+1,1	-0,8	-0,5	+0,7	+2,3	+0,9	+2,0	+0,8
2001	+0,0	+1,4	-1,5	-1,3	+2,8	+2,7	+1,3	+1,0	-0,4	+1,3
2002	+1,4	+2,7	-3,7	-1,5	+2,2	+1,3	+2,5	+0,8	-0,6	+1,5
2003	+0,1	+0,9	+3,5	+0,4	-0,2	+1,1	+0,9	+0,5	+4,2	+1,0
2004	-3,3	-4,3	+3,6	-0,3	+0,9	-4,0	-1,2	-0,3	+6,2	-0,6
2005	+6,3	-1,3	+0,3	-0,1	+2,9	+2,1	+2,0	-0,1	+3,9	+1,7
2006	+1,4	-3,4	+4,0	+1,3	+2,0	+0,0	-1,5	-2,1	+6,7	+0,1
2007	+4,8	+4,0	+4,3	+1,6	+0,7	+3,1	+0,2	+2,6	+3,3	+1,7
2008	+4,0	+1,3	+3,1	+3,3	+4,7	+5,3	+4,8	+4,4	+6,0	+4,3
2009	+2,1	-1,6	-1,3	-1,2	-3,3	+0,8	-1,9	-1,7	-3,8	-1,9
2010	+1,5	-3,7	+0,5	-1,8	+0,6	+1,1	-0,5	+0,1	+10,3	+0,5
2011	+0,8	+1,2	+3,2	+3,4	+0,3	+1,8	-0,2	-2,4	+5,0	+0,9
2012	+0,2	+1,7	+0,7	+3,9	+5,4	+1,7	+3,8	+6,6	+7,6	+4,0
2013	-2,9	-0,9	-3,0	-2,2	+2,2	+1,3	+1,7	+3,0	+3,7	+1,2
2014	+2,1	-3,3	+2,9	-1,2	-1,2	+0,9	-1,6	-3,8	+6,3	-0,5
2015	+0,0	+0,6	+1,2	+2,7	+2,6	+3,0	+2,3	+1,6	+5,9	+2,5

Abbildung 9: Marktwachstum und Marktanteil der österreichischen Bundesländer, 2000–2015

Basis: Übernachtungen insgesamt

Quelle: Statistik Austria

**Übersicht 9: Nächtigungsentwicklung in Österreichs Regionen mit einem Marktanteil > 1%. 2005–2015**

Quelle: Statistik Austria

Tourismusregionen	2005	2008	2011	2012	2013	2014	2015	2005/2011	2011/2015	2000/2015	MA 2015
	Veränderung gegen das Vorjahr in %							Ø Jährliche Veränd. in %			
Wien	+3,9	+6,0	+5,0	+7,6	+3,7	+6,3	+5,9	+4,5	+5,9	+4,2	10,60
Salzburger Sportwelt	+5,5	+6,2	+2,3	+4,8	+3,2	-2,8	+3,8	+1,0	+2,2	+1,7	3,21
Ötztal Tourismus	-0,5	+7,2	+3,4	+3,8	+2,3	+3,0	+0,9	+1,3	+2,5	+1,4	2,88
Innsbruck und seine Feriendorfer	+2,5	+2,4	+0,2	+6,0	+0,2	+2,4	+4,0	+0,8	+3,1	+1,2	2,37
Schlaiming-Dachstein	+3,2	+9,6	-1,1	+4,8	+2,3	+2,4	+4,3	+1,3	+3,5	+1,7	2,34
Ferienregion Nationalpark Hohe Tauern	+3,2	+6,8	-2,4	+5,1	+3,3	+0,6	+1,4	+1,2	+2,6	+1,9	2,30
Thermenland Steiermark – Oststeiermark	+0,8	+1,9	-0,6	-0,9	-0,7	+0,9	-0,2	+0,9	-0,2	+0,2	2,17
Stadt Salzburg	+2,3	-2,2	+4,6	+8,4	+2,7	+3,2	+2,9	+3,3	+4,3	+3,4	2,00
Salzkammergut	-3,0	+4,2	+4,6	+3,0	-0,5	-5,0	+7,0	+0,3	+1,0	-0,4	1,99
Mayrhofen	+3,7	+5,3	-0,8	+4,8	+1,0	-3,6	-1,2	+1,4	+0,2	+1,2	1,96
Paznaun - Ischgl	-3,8	+8,8	-0,1	+2,5	+3,8	+1,1	+0,2	+0,9	+1,9	+1,6	1,92
Region Villach	-2,8	+1,3	+2,8	+4,3	+1,3	-4,4	+0,6	+0,0	+0,4	-0,4	1,89
Saalbach-Hinterglemm	+8,2	+4,9	-2,5	+6,5	+1,9	-3,1	+3,1	-0,5	+2,1	+0,8	1,83
Zell am See - Kaprun	-0,6	+3,4	+6,1	+6,6	+2,0	+0,4	+3,9	+1,2	+3,2	+1,7	1,78
Serfaus-Fiss-Ladis	+1,9	+4,0	-0,4	+8,2	+2,7	-4,2	+4,9	+3,4	+2,8	+3,1	1,72
Gasteinertal	-1,4	+7,2	-4,3	+1,1	-0,1	-1,6	-0,8	-0,1	-0,4	+0,4	1,72
Erste Ferienregion im Zillertal	+8,6	+6,1	-1,3	+3,7	+3,2	-4,3	+4,9	+1,9	+1,8	+2,5	1,71
Nassfeld-Pressegger See/ Lesachtal/Weissensee	+3,9	+0,3	+0,6	+4,3	+1,8	-1,6	-0,9	+0,3	+0,9	+1,2	1,45
Montafon	-2,0	+6,5	-4,1	+6,4	+2,3	-6,3	+0,4	-0,2	+0,6	+0,3	1,43
Osttirol	-0,4	+1,7	-0,3	+1,9	-0,3	+1,7	+0,6	-0,8	+1,0	+0,2	1,43
Wilder Kaiser	+5,1	+5,3	+0,0	+5,2	-0,4	+0,4	+4,5	-0,9	+2,4	+0,8	1,40
Seefeld	+1,6	+1,5	-4,5	+4,3	+3,7	-2,8	+7,7	-2,3	+3,2	-0,5	1,35
Stubai Tirol	-2,3	+5,0	+1,1	+0,8	+0,2	-0,6	+1,8	-0,4	+0,5	+0,6	1,30
Bregenzerwald	+1,9	+4,5	-0,9	+5,9	+2,8	-1,6	+0,4	+0,2	+1,8	+1,1	1,30
Kleinwalsertal	+2,1	+7,0	-4,5	+6,3	+3,6	-4,6	+1,0	-1,5	+1,5	-0,7	1,15
Region Graz	+2,9	-0,2	+6,9	+1,2	+2,6	+4,8	+4,6	+3,8	+3,3	+3,2	1,15
Donau NÖ	+4,6	+3,1	+6,2	+2,6	-6,5	+7,1	-1,0	+2,1	+0,4	+2,0	1,15
Wienerwald	-4,7	+1,6	+1,3	+0,5	-2,0	+4,0	+1,6	+2,5	+1,0	+1,3	1,13
Kitzbüheler Alpen – Brixental	+8,1	+7,0	-2,4	+4,2	-0,3	-3,4	+0,2	-1,1	+0,1	-0,2	1,13
Tiroler Oberland	-0,9	+7,2	+1,8	+1,8	+1,8	-1,6	+0,9	+0,9	+0,7	+1,1	1,09
Achensee	+9,4	+0,5	-0,8	+3,5	+1,2	-3,5	+1,0	+0,2	+0,5	+1,0	1,09
Tiroler Zugspitz Arena	+7,7	+13,3	-2,2	+2,6	+6,5	-3,2	+3,4	+0,3	+2,3	+0,8	1,08
Neusiedler See	+0,4	+2,4	+3,8	+1,3	-1,9	+0,1	+0,3	+2,0	$\pm 0,0$	+0,3	1,07
St. Anton am Arlberg	-2,1	+5,1	-4,6	+4,0	+3,7	-6,6	+5,6	-0,1	+1,6	+1,2	1,07
Wörthersee	-4,1	-0,5	+1,7	+1,3	-3,4	-5,8	+3,0	-1,4	-1,3	-1,2	1,06

Angebotsaspekte des Hotel- und Gaststättenwesens

Die Bereiche Beherbergung und Gastronomie (NACE I55 und I56) umfassten laut vorläufigen Ergebnissen der letztverfügbaren Leistungs- und Strukturstatistik für das Jahr 2014 47.330 Unternehmen (+2,7% gegenüber 2013). Der Sektor war dabei zu 65,4% (30.947 Unternehmen) von der Gastronomie dominiert, gut ein Drittel (34,6%; 16.383 Unternehmen) entfiel auf die Beherbergung (Statistik Austria, 2015B). Vorläufigen Berechnungen zufolge erwirtschaftete die Branche ein Bruttowertschöpfungsvolumen (zu Herstellungspreisen) von 15,89 Mrd. (+5,1%), der Beitrag zur Summe der Wirtschaftsbereiche lag damit bei 5,3% (+0,1 Prozentpunkte).

Im Kalenderjahr 2015 zählte das Beherbergungs- und Gaststättenwesen insgesamt rund 202.900 unselbstständig Beschäftigte (ohne Kinderbetreuungsgeldbezieher/innen und Präsenzdienstleistende), gegenüber 2014 bedeutet dies eine Zunahme um 2,6% (2014 +0,9%). Die Gesamtzahl der Unselbstständigen der Branche verteilte sich dabei zu 56,7% auf die Gastronomie (ca. 115.100 Personen; +3,3%; 2014 +1,4%) und zu 43,3% auf den Unterkunftsbereich (rund 87.900 Personen), welcher mit +1,7% deutlich langsamer wuchs (2014 +0,4%). Die Zahl der Selbständigen im Beherbergungs- und Gaststättenwesen insgesamt stieg 2015 voraussichtlich um 1,1% auf 55.700, wovon der Großteil (57,1% bzw. 31.800 Personen; +3,6%) in der Beherbergung tätig war, die verbleibenden 42,9% entfielen auf die Gastronomie – hier ging die Zahl der Selbständigen wie auch schon 2014 zurück (-1,6%, 2014: -1,2%). Die Arbeitslosenquote des gesamten Sektors erreichte 2015 (laut ÖNACE-Klassifizierung 2008) mit 18,0% ihren bisherigen Höchstwert (2014 17,3%). Damit liegt die Rate deutlich über jener des Rezessionsjahres 2009 (15,7%).

Das Bettenangebot der österreichischen Beherbergungsbetriebe⁷ blieb im Tourismusjahr 2014/15 gegenüber dem Vorjahr annähernd konstant (+0,1%), wobei die Kapazität im Winter leicht gesteigert wurde (+0,4%) und im Sommer in etwa das Niveau der Saison

2014 erreichte (-0,1%). 2013/14 war sowohl im Winter als auch im Sommer ein Anstieg verzeichnet worden (+0,4% bzw. +0,5%). Der Trend zur angebotsseitigen Qualitätssteigerung in der Hotellerie setzte sich auch 2014/15 fort – die 5/4-Sterne-Betriebe erhöhten vor allem im Winter ihr Bettenangebot (mit +1,3% auf rund 267.200; im Sommer um 0,3% auf ca. 258.600) –, gleichzeitig verzeichnete aber auch das preiswerte 2/1-Sterne-Segment erstmals seit Beginn (Winter) bzw. Mitte (Sommer) der 1980er-Jahre Zuwächse (Winter 2014/15 +1%; Sommer 2015 +0,4%). Einzig die 3-Sterne-Hotellerie baute in beiden Saisonen Kapazitäten ab (jeweils -0,2%) – dies jedoch in deutlich geringerem Maße als noch 2013/14 (Winter -1,2%; Sommer -0,9%). Im langfristigen Durchschnitt seit 1999/2000 weist nur das Top-Segment der 5/4-Sterne-Betriebe eine Zunahme seines Bettenangebotes um insgesamt 48,8% (Winter) bzw. 46,3% (Sommer) aus, während die beiden übrigen Hotelkategorien Rückgänge verzeichneten (3-Sterne: insgesamt -6,3% bzw. -8,9%; 2/1-Sterne: insgesamt -30,6% bzw. -33,9%).

In privaten Unterkünften (Privatquartiere und private Ferienwohnungen) reduzierte sich im Tourismusjahr 2014/15 die Zahl der Gästebetten im Vorjahresvergleich um 0,7% (Winter -0,2%; Sommer -1,0%), über den Zeitraum der letzten 15 Jahre bedeutet dies einen Abbau der Kapazitäten um insgesamt knapp ein Zehntel (-9,8%) im Winter bzw. um ein Fünftel (-20,1%) im Sommer. In den gewerblichen Ferienhäusern/-wohnungen wurde das Angebot im Tourismusjahr 2014/15 erneut ausgeweitet (+3,2%) und liegt nun mit rund 95.500 Betten 75,6% über dem Niveau 1999/2000.

Im Durchschnitt aller Unterkunftsarten (ohne Campingplätze) betrug die Kapazitätsauslastung in der Wintersaison 2014/15 35,1% (+0,7 Prozentpunkte gegenüber Winter 2013/14), ähnlich hohe Werte wurden in den Saisonen 2007/08 und 2012/13 mit jeweils 35,2% erreicht. Außer in Privatquartieren auf Bauernhöfen (-0,3 Prozentpunkte) und 2/1-Sterne-Betrieben (-0,1 Prozentpunkte) konnte die Bettenbelegung im Winter 2014/15 in allen Unterkunftsarten gesteigert werden, insbesondere in gewerblichen Ferienwohnungen/-häusern und in der 5/4-Sterne-Hotellerie (+1,1 bzw. +0,8 Prozentpunkte) – letztere verzeichnete mit 49,1% den Top-Wert unter allen Unterkunftsarten.

⁷ Gewerbliche und private Unterkünfte; ohne Campingplätze.

terkunftsarten. Auch in der Sommersaison 2015 entwickelte sich die Auslastungssituation positiv: Im Durchschnitt aller Unterkünfte (ohne Campingplätze) wurde eine Belegung von 33,2% und damit ein um 1 Prozentpunkt höherer Wert als im Sommer 2014 erreicht. Somit schwächte sich auch die seit 1999 bestehende Diskrepanz zur besser ausgelasteten Wintersaison weiter ab. Im Sommer 2015 lag die Bettenbelegung in allen Unterkunftsarten über dem Vergleichswert des Vorjahrs, allen voran in der Spitzenhotellerie (5/4-Sterne), wo mit 53,0% erneut ein Top-Wert (+1,7 Prozentpunkte) erreicht wurde. Auch die 3-Stern-Betriebe erzielten mit 38,4% eine deutlich überdurchschnittliche Auslastung (+0,7 Prozentpunkte). Das Bettenangebot im 2/1-Sterne-Segment wurde im Sommer 2015 nur zu 26,5% genutzt, erfuhr jedoch gegenüber der Vorjahressaison eine deutliche Steigerung um 1,2 Prozentpunkte. Die übrigen Unterkunftsarten verzeichneten Auslastungszugewinne zwischen 0,3 Prozentpunkten (private Ferienwohnungen/-häuser auf Bauernhöfen) und 0,9 Prozentpunkten (gewerbliche Ferienwohnungen/-häuser).

Ausblick 2016 und 2017

Das Wachstumspotenzial der Tourismusnachfrage der einzelnen Quellmärkte hängt entscheidend von der möglichen gesamtwirtschaftlichen Entwicklung (reales BIP) ab.

Der Euro-Raum ist der für Österreich bei weitem wichtigste Herkunftsmarkt. Für diesen wird erwartet, dass die Nachfrageschwäche zumindest in den beiden nächsten Jahren noch anhält. Für 2016 wird mit einem Wachstum von +1,5% gerechnet, eine ähnliche Größenordnung ist auch für 2017 möglich (Ederer, 2016). Damit bleibt der Euro-Raum in den nächsten beiden Jahren um etwa je 1% hinter dem Wachstum der USA zurück.

Deutschland und auch Österreich werden 2016 und 2017 nicht rascher als der Euro-Raum wachsen. In Europa erreichen nur die MOEL-5 Länder befriedigende Wachstumsraten. In Europa gehören diese Länder zu den am kräftigsten wachsenden Volkswirtschaften (2016 und 2017 etwa je +3%; Ederer, 2016). In China wird sich das Wachstum weiter abschwächen, die russische Wirtschaft dürfte in den beiden nächsten Jahren stagnieren und Japan kann für die Jahre 2016 und 2017

höchstens eine Wachstumsrate von etwa je +1% erwarten.

In Bezug auf die zukünftige touristische Entwicklung in Österreich sowie hinsichtlich des internationalen touristischen Wachstums muss grundsätzlich hervorgehoben werden, dass Wachstum und Dynamik des Tourismus nicht isoliert von der weltwirtschaftlichen Entwicklung gesehen werden dürfen: Durch das mittelfristig verlangsame Wachstum der Weltwirtschaft sowie die mäßige Expansion der wichtigen Herkunftsmärkte im Euro-Raum haben sich die Rahmenbedingungen für die Entwicklung des internationalen Tourismus erheblich verschlechtert. Als Konsequenz kamen deutliche Rückgänge der touristischen Einkommenselastizitäten⁸ zur Wirkung, die seit 2004 im Durchschnitt Werte von signifikant unter 1 aufweisen (Gunter-Smeral, 2014 und 2016). Auch für Österreich ist damit zu rechnen, dass das Wachstum der realen Einnahmen aus dem internationalen Reiseverkehr 2016 und 2017 hinter dem BIP-Wachstum des Euro-Raums zurückbleibt und etwa jeweils +1% nicht übersteigen wird; eine Fortsetzung der außergewöhnlich günstigen Entwicklung des Jahres 2015 wird ausgeschlossen. Eine Gefährdung des Wachstums könnte jedoch im Falle verstärkter Grenzkontrollen über einen längeren Zeitraum im Zuge der Eindämmung der Flüchtlingsproblematik bzw. ein Außerkraft-Setzen des Schengen-Abkommens entstehen. Dies würde den österreichischen Tourismus einerseits direkt treffen und zu einer Ablenkung der Reiseströme führen, andererseits sind aber auch indirekte Wirkungen über gesamtwirtschaftliche Effekte zu erwarten, da eine Einschränkung des Freihandels in der EU Kostensteigerungen und Einkommenseinbußen bewirken würde, wodurch wieder die Tourismusnachfrage negativ beeinflusst wird.

In Bezug auf die Einschätzung der zukünftigen Entwicklung des Binnenreiseverkehrs muss angesichts des hohen Niveaus und des hohen Sättigungsgrads real von einer Stagnation bzw. einem höchstens leichten Wachstum (2016 und 2017: etwa je +0,5% pro Jahr) ausgegangen werden.

Ein strategischer Ansatz, um das touristische Wachstum zu erhöhen, liegt in der Steigerung

⁸ Die touristische Einkommenselastizität wird hier näherungsweise mit folgender Beziehung gleichgesetzt: Prozentuelle Veränderung der Tourismusnachfrage: Prozentuelle Veränderung der Realeinkommen; d. h. bei einer Elastizität von 0,5 würde z. B. eine Realeinkommenssteigerung um 1% einen Anstieg der Tourismusnachfrage um 0,5% bewirken.

des realen Aufwands je Nächtigung. Hierfür sind Maßnahmen notwendig, die eine Verbesserung der qualitativen Zusammensetzung

der Nachfrage bewirken sowie einen weiteren Rückgang der Aufenthaltsdauer stoppen.

Tourismus in Österreich

Tabelle 1: Ankünfte und Nächtigungen 2006-2015
Quelle: Statistik Austria.

Kalender-jahr	Ankünfte		Nächtigungen		Aufenthalts-dauer
	Absolut (in 1.000)	+/- in %	Absolut (in 1.000)	+/- in %	in Tagen
2006	30.143	2,7	119.403	0,1	4,0
2007	31.141	3,3	121.451	1,7	3,9
2008	32.616	4,7	126.719	4,3	3,9
2009	32.317	-0,9	124.307	-1,9	3,8
2010	33.389	3,3	124.881	0,5	3,7
2011	34.629	3,7	126.008	0,9	3,6
2012	36.164	4,4	131.016	4,0	3,6
2013	36.847	1,9	132.629	1,2	3,6
2014	37.557	1,9	131.901	-0,5	3,5
2015	39.415	4,9	135.201	2,5	3,4

Tabelle 2: Arbeitsmarkt in der Tourismusbranche
Quelle: BMASK, WKÖ.

NACE 55 und 56: Beherbergung und Gastronomie	Veränderung gegenüber dem Vorjahr		
	absolut	absolut	in %
Unselbstständig Beschäftigte - Jahresdurschnitt 2015	202.943	+5.211	+2,6
Anteil der im Tourismus Beschäftigten an den Gesamtbeschäftigen 2015 (in Prozent)	5,7		
Vorgemerkte Arbeitslose - Jahresdurchschnitt 2015	44.460	+3.157	+7,6
Gemeldete offene Stellen - Jahresdurchschnitt 2015	4.390	+498	+12,8
Sofort verfügbare offene Lehrstellen - Jahresdurchschnitt	1.485	-18	-1,2
Lehrlinge im Tourismus 2015	9.075	-571	-5,9

Tabelle 3: Nächtigungen nach Bundesländern 2015
Quelle: Statistik Austria.

Bundesland	Nächtigungen	
	Absolut (in 1.000)	+/- in %
Burgenland	2.914	0,0
Kärnten	12.176	0,6
Niederösterreich	6.804	1,2
Oberösterreich	7.183	2,7
Salzburg	26.152	2,6
Steiermark	11.759	3,0
Tirol	45.329	2,3
Vorarlberg	8.555	1,6
Wien	14.328	5,9
Österreich gesamt	135.201	2,5

Tabelle 4: Nächtigungen nach Herkunftsländern 2015
Quelle: Statistik Austria.

Herkunftsland	Nächtigungen	
	Absolut (in 1.000)	+/- in %
Deutschland	50.169	1,3
Österreich	36.423	2,1
Niederlande	9.172	1,8
Schweiz (inkl. Liechtenstein)	4.911	5,8
Vereinigtes Königreich	3.549	5,5
Italien	2.927	5,4
Belgien	2.603	-1,8
Tschechien	2.377	7,2
Russland	1.188	-34,0
Frankreich	1.752	-1,3

Tabelle 5: Die volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in Österreich (gemäß TSA) 2006 - 2015.
Quelle: Statistik Austria/WIFO. 2006 – 2013: revidiert, 2014: vorläufig, 2015: Schätzung.

Kalender-Jahr	Ausgaben in- und ausländischer Gäste		Direkte und indirekte Wertschöpfung des Tourismus		Anteil am BIP
	Absolut (in Mio. €)	+/- in %	Absolut (in Mio. €)	+/- in %	
2006	29.016	3,7	19.016	2,6	7,1
2007	29.910	3,1	19.530	2,7	6,9
2008	31.438	5,1	20.187	3,4	6,9
2009	30.218	-3,9	20.193	0,0	7,1
2010	32.998	9,2	21.826	8,1	7,4
2011	34.690	5,1	22.453	2,9	7,3
2012	35.352	1,9	22.716	1,2	7,2
2013	35.839	1,4	22.871	0,7	7,1
2014	36.552	2,0	23.107	1,0	7,0
2015	38.388	5,0	24.108	4,3	7,1

Reisebürobranche

Mit Stichtag 31.12.2015 übten 2.676 Betriebe das Reisebürogewerbe aus, 2.140 davon verfügen über eine unbeschränkte Reisebüroberechtigung. Rund 720 dieser Reisebüros treten als Reiseveranstalter auf.

In den Reisebüros sind rund 10.500 unselbstständige Mitarbeiter/innen beschäftigt (Quelle: WKÖ Beschäftigungsstatistik in der Kammersystematik 2014, unselbstständige inkl. geringfügig Beschäftigte). Sie brachten einen Umsatzerlös von rund 4,7 Mrd. Euro. Reisebüros bilden derzeit mehr als 300 Lehrlinge aus.

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

Unternehmensstruktur

Die Reisebürobranche ist durch sehr viele Kleinunternehmen geprägt, es dominieren Betriebe mit bis zu neun Beschäftigten. Auf diese Kleinbetriebe entfallen zwar 80% aller Reisebüros, sie teilen sich aber nur knapp ein Fünftel der Umsatzerlöse der Branche. Den Großteil des Umsatzvolumens der Branche lukrieren die rund 30 Unternehmen mit 50 und mehr Beschäftigten. 75% des gesamten Reisemarkts in Österreich entfallen auf nur vier große Veranstalter.

(Quelle: Fachverband der Reisebüros, Jänner 2016; Leistungs- und Strukturstatistik 2014 – vorläufige Ergebnisse, Statistik Austria)

3



© Österreich Werbung/Lupi Spuma

Arbeitsmarkt

Der touristische Arbeitsmarkt im Überblick

Beitrag des **Bundesministeriums für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz**

Im Jahresdurchschnitt 2015 waren 202.943 unselbstständig Beschäftigte im Tourismus⁹ tätig. Das sind um + 2,6% mehr als im Vorjahr und entspricht einem Anteil von 5,9% an den aktiv unselbstständig Beschäftigten (gesamt: 3.448.745, + 1%)¹⁰. Die Beschäftigung im Tourismusbereich in Österreich ist durch einen hohen Frauenanteil (58%), steigende Beschäftigung von Ausländer/innen und stark zunehmende geringfügige Beschäftigung gekennzeichnet. 2015 waren durchschnittlich 93.753 Ausländer/innen im Beherbergungs- und Gaststättenwesen unselbstständig beschäftigt, ihr Anteil an den Beschäftigten ist mit 46,2% (gesamt: 17,9%) vergleichsweise hoch. Im Vergleich zum Vorjahr hat die Beschäftigung von ausländischen Arbeitskräften um 6,5% zugenommen, während um 0,4% weniger Inländer/innen in diesem Bereich beschäftigt waren. Der Tourismus gehört auch zu jenen Branchen, welche die Liberalisierung des europäischen Arbeitsmarktes genutzt und Stellen vermehrt mit Arbeitskräften aus den EU-Mitgliedstaaten besetzt haben. Zum Beispiel kamen im Jahresdurchschnitt 2015 von 93.753 ausländischen Beschäftigten 15.961 aus der EU 15 (davon 65% aus Deutschland) und 44.724 aus den neuen EU-Mitgliedstaaten (EU 13). In den letzten Jahren (seit 2008) ist auch die Zahl der geringfügig Beschäftigten im Tourismus um 21.454 bzw. + 60,8% auf 56.730 gestiegen. Ein weiteres Charakteristikum der Beschäftigungsstruktur im Beherbergungs- und Gaststättenwesen stellt das überdurchschnittlich junge Personal dar. 20,3%¹¹ (gesamt: 13,3%) der unselbstständig Beschäftigten sind unter 25 Jahre und 28,9% (gesamt: 39,7%) über 45 Jahre alt. Die Arbeitslosenregisterquote lag 2015 im Beherbergungs- und Gaststättenwesen mit 18,0% weit über der gesamten Registerquote von 9,1%. Im Jahresdurchschnitt 2015 waren in der Tourismusbranche um + 3.157 bzw. + 7,6% mehr Personen arbeitslos vorgemerkten. Von den 44.460 arbeitslos vorgemerkten Per-

sonen hatten 23,8% eine Einstellzusage für eine Arbeitsaufnahme.

Insgesamt kamen 12,5% der Arbeitslosen aus der Tourismusbranche. Die Saisonalität im Tourismus wirkt sich auf die Arbeitslosensituation insgesamt durch relativ kurze Arbeitslosigkeitsepisoden und vergleichsweise geringe Beschäftigungsdauern aus. Beispielsweise waren im Tourismus weniger als die Hälfte (gesamt: 75%) der Dienstnehmer/innen durchgehend über ein Jahr beschäftigt¹². Dagegen belief sich die durchschnittliche Dauer¹³ der Arbeitslosigkeit im Tourismus auf 74 Tage (gesamt: 93 Tage) und 77,6% (gesamt: 65%) der Arbeitslosen waren weniger als 3 Monate vorgemerkt.

Der Arbeitsminister kann zur Deckung eines vorübergehenden zusätzlichen Arbeitskräftebedarfs im Tourismus Kontingente festlegen. Im Rahmen dieser Kontingente erhalten Saisoniers aus Drittstaaten, neue EU-Bürger/innen (dzt. Kroat/innen) sowie Asylwerber/innen befristete Beschäftigungsbewilligungen, Kroat/innen und Asylwerber/innen werden bevorzugt bewilligt. Im Sommertourismuskontingent 2015 standen den heimischen Tourismusbetrieben 824 Plätze zur Verfügung (2014: 900). Das Wintertourismuskontingent 2015/16 umfasste – wie auch in der Wintersaison 2014/15 – 1.190 Plätze. Wie schon in den Vorjahren konnten ausländische Stammsaisoniers außerhalb der Kontingente bewilligt werden. Insgesamt sind rund 1.700 Personen als Stammsaisoniers im Tourismus registriert.

Der Jahresdurchschnittsbestand an sofort verfügbaren offenen Stellen aus der Tourismusbranche lag 2015 bei 4.390. Das Stellenangebot im Tourismus verzeichnet ein Plus von 498 Stellen bzw. +12,8% (gesamt: +11,1%). Der Anteil der Stellen in dieser Branche an allen offenen Stellen ist leicht auf 15% gestiegen (2014: 14,8%). Im Jahresdurchschnitt 2015 standen in den Tourismusberufen 469 Lehrstellensuchenden 1.485 offene Lehrstellen gegenüber. Die Lehrverhältnisse von 992 Personen¹⁴ wurden mit einer Lehrstellenförderung des AMS gefördert. Die Arbeitsmarktpolitik engagiert sich im Tourismusbereich mit Förderungen und Berat-

⁹ NACE Beherbergung und Gastronomie
¹⁰ Quelle: Hauptverband der Sozialversicherungsträger
¹¹ Quelle: AMS DWH: mon_besch_alq; Abfrage vom 5.2.2016

¹² DHW-Erwerbskarrierenmonitoring:mon_lg_erwerb_uni_епи; Jahresdurchschnittsbestand

Beschäftigte 2015 nach Dauer des Dienstverhältnisses; Abfrage vom 5.2.2016

¹³ Anzahl der Tage in arbeitslos Vormerkung bis zur Arbeitsaufnahme

¹⁴ Anzahl geförderte Personen im Jahr 2015, Datenabfrage vom 27.1.2016

tungsdienstleistungen und setzt verstärkt auf Kooperationen mit Unternehmen. Insgesamt wurden 40.135 (-9,9% geg. d. Vorjahr) Personen¹⁵ mit Mitteln der aktiven Arbeitsmarktpolitik unterstützt. 70,1% der Förderungen entfielen auf Qualifizierungen, 40,9% auf Unterstützungsmaßnahmen (darunter sind etwa die Kinderbetreuungsbeihilfe und die Betreuung in externen Beratungseinrichtungen zu verstehen) und 14% auf Beschäftigungsförderungen. Mit dem Instrument der Eingliederungsbeihilfe konnten beispielsweise im Jahr 2015 3.725 Personen (63,2% Frauen; 62,7% Ältere - über 45 Jahre) bei der (Re) Integration in den Arbeitsmarkt unterstützt werden.

Generell reichen die vom AMS finanzierten Qualifizierungen von Anlernkursen über Spezialisierungskurse bis zu Vorbereitungskursen für den Lehrabschluss in Tourismusberufen. Das Schulungsangebot des AMS wird stets an die Entwicklungen am Arbeitsmarkt angepasst. Für den Tourismusbereich heißt das konkret, dass auf große Flexibilität bei den Kurszeiten und auf modulare Angebote vor allem in Kombination mit Berufserfahrung fokussiert wird. Über die modulare Ausbildungsschiene „Kompetenz mit System“ können Zeiten der Arbeitslosigkeit für Qualifikation und Weiterbildung mit dem Ziel des Lehrabschlusses genutzt werden. Im Tourismusbereich werden folgende Ausbildungen angeboten: Koch/Köchin, Restaurantfachkraft, Hotel- und Gastgewerbeassistent/in oder Gastronomiefachkraft. Jugendliche, die keinen Ausbildungsbetrieb finden, haben die Möglichkeit, die Lehre zum/zur Koch/Köchin oder zur/zum Restaurantfachfrau/mann im Rahmen der überbetrieblichen Lehre zu absolvieren. Über das bundesweite Qualifizierungsprogramm „New Skills“ werden Arbeitslose aus dem Tourismusbereich mittels eigenen Fachkursen auf die aktuellen Anforderungen der Branche geschult, um ihre Berufschancen zu erhöhen. Weiters werden diverse Englisch- und Italienischkurse sowie Sprachkurse für Migrant/innen, die einer Tätigkeit im Tourismus nachgehen möchten aber unzureichend Deutsch sprechen, angeboten. Aus- und Wei-

terbildungen mit EDV-Schwerpunkten für Reisebüro und Rezeption (z. B. Buchungssysteme) runden das Schulungsangebot ab.

EURES

EURES (European Employment Services) – das europäische Jobnetzwerk der Arbeitsverwaltungen (Public Employment Services) des EWR und der Schweiz – zielt darauf ab, den europaweiten Stellenaustausch zu intensivieren und die Mobilität der Arbeitnehmer/innen zu erleichtern. Mobilitätsbereite Arbeitskräfte und Unternehmen werden bei der europaweiten Suche und dem Recruiting unterstützt. Im Tourismus spielt die länderübergreifende Vermittlung über EURES eine wichtige Rolle – der Anteil an Stellen, für die auch Personal aus Europa rekrutiert werden soll, beläuft sich auf 13,1% (durchschnittlich liegt der Anteil bei 8,8%)¹⁶. Für die Wintersaison 2015/2016 konnten via EURES 254 Personen aus anderen EU/EWR-Staaten für österreichische Tourismusunternehmen vermittelt werden. Eine wichtige Rolle spielt EURES in Grenzregionen, d.h. in Gebieten, in denen grenzüberschreitende Pendlerströme stattfinden. Österreichische und ungarische Einrichtungen beschäftigen sich im Rahmen der EURES Grenzpartnerschaft „Pannonia“ mit Fragen der Vermittlung, Beschäftigung und Berufsbildung.

Flexibilisierung der Arbeitszeit

Das Arbeitszeitgesetz gewährt allen Arbeitnehmer/innen grundsätzlich einen Anspruch auf eine ununterbrochene tägliche Ruhezeit von 11 Stunden.

Durch Kollektivvertrag kann die Ruhezeit auf mindestens acht Stunden verkürzt werden, wenn diese Verkürzung innerhalb der nächsten zehn Kalendertage durch entsprechende Verlängerung einer anderen täglichen oder wöchentlichen Ruhezeit ausgeglichen wird. Bei einer Verkürzung auf weniger als zehn Stunden muss der Kollektivvertrag außerdem weitere Maßnahmen zur Sicherstellung der Erholung der Arbeitnehmer/innen vorsehen. In Saisonbetrieben des Hotel- und Gastgewerbes ist ein Ausgleich von Verkürzungen der

¹⁵ Datenabfrage vom 27.1.2016: *Anzahl Personen: Die Personenzählung erfolgt mittels Zählung der PST-Keys eindeutig über alle Dimensionen in Bezug auf die jeweilige Förderfall-Anzahl. Bei der eindeutigen Zählung wird eine Person bei allen Kategorien, in denen sie vorkommt gezählt, aber in der Summe nur einmal (betrifft auch prozentuelle Verteilung).

¹⁶ Quelle: AMS DWH: amb_adg

täglichen Ruhezeit innerhalb von zehn Tagen oft nur schwer möglich. Auf Initiative der Sozialpartner wurde daher im Herbst 2015 eine gesetzliche Neuregelung beschlossen, durch die für bestimmte Gruppen von Arbeitnehmer/innen im Hotel- und Gastgewerbe dem Kollektivvertrag eine längerfristige Durchrechnung unter Wahrung des Arbeitnehmerschutzes ermöglicht wird. Der Ausgleich hat daher künftig während der Saison, jedenfalls aber im Anschluss an die Saison zu erfolgen. Der Kollektivvertrag hat dabei vorzusehen, dass die Ruhezeitverkürzungen in einem eigenen Ruhezeitkonto zu erfassen sind.

Diese längerfristige Durchrechnung der Ruhezeit ist nur zulässig für vollzeitbeschäftigte Arbeitnehmer/innen in Küche und Service von Saisonbetrieben, das sind nach der gesetzlichen Definition Betriebe, die aufgrund des Jahreszeitenwechsels

1. nur zu bestimmten Zeiten im Jahr offen haben und die übrigen Zeiten geschlossen halten, oder
2. höchstens ein- oder zweimal im Jahr eine gegenüber den übrigen Zeiten deutlich verstärkte Geschäftstätigkeit entfalten, wodurch eine zusätzliche Personalaufnahme notwendig ist.

lich Initiativen zur Berufsorientierung, um die Jugend in Österreich auf die zahlreichen Ausbildungsangebote im Tourismus - angefangen von den elf verschiedenen Lehrberufen, über die schulische bis zur akademischen Ausbildung - sowie auf die vielfältigen Beschäftigungsmöglichkeiten aufmerksam zu machen.

Berufsinformationshandbuch „Karriere im Tourismus - du bist dabei!“

Seit 2014 erscheint das Berufsinformationshandbuch „Karriere im Tourismus - du bist dabei!“ in Deutsch, Serbokroatisch, Englisch und Türkisch. Die 115-seitige Broschüre im A5-Format in einer Auflagenstärke von 19.000 Stück wird von den Berufsorientierungslehrer/innen regelmäßig für die Schüler/innen angefordert. Darüber hinaus liegt das Handbuch auch an den Berufsinformationsstellen von WKÖ/WIFI, am AMS und Bfi auf. Zusätzlich wird bei der Distribution das Netzwerk der offenen und verbandlichen Jugendorganisationen auf Bundes- und Länderebene genutzt. Die Broschüren sind in der Tourismus-Servicestelle kostenlos zu bestellen.

NEU: Lehrberuf „Hotelkaufmann/Hotelkauffrau“

Mit 1. Juni 2015 ist der Lehrberuf Hotelkaufmann/Hotelkauffrau in Kraft getreten. Die Dauer der Lehrzeit dieses Lehrberufs beträgt drei Jahre. Die Schwerpunkte der Ausbildung liegen in den Bereichen Rezeption, Lager/Einkauf, Buchhaltung & Controlling, Human Resources & Lohnverrechnung, Marketing, Reservierung & Verkauf, Conference & Bankett. In Abgrenzung zum weiter bestehenden Lehrberuf Hotel- und Gastgewerbeassistent/ in enthält das Berufsbild des Hotelkaufmanns/ der Hotelkauffrau keine Tätigkeiten in den Bereichen Restaurant-Service und Küche. Die Lehrlingsentschädigung beträgt wie für alle Lehrberufe in der Gastronomie und Hotellerie in allen Bundesländern monatlich brutto im

Ausbildung und Beschäftigung im Tourismus

Berufsorientierung im Tourismus

Die Berufswahl gehört wohl zu den schwierigsten Entscheidungen im Leben eines jungen Menschen - insbesondere da die Berufslandschaft heutzutage vielfältiger denn je ist. Berufsorientierung kann daher nicht früh genug ansetzen. Das BMWFW setzt kontinuier-

Abbildung: Junge Rezeptionistin in einem Hotel

Quelle: Ludwig Rusch.



1. Lehrjahr 625 Euro, im 2. Lehrjahr 695 Euro und im 3. Lehrjahr 830 Euro.

„Mit Stil zum Ziel“

Der Folder „Mit Stil zum Ziel“ wird nach wie vor gerne im Rahmen der Berufsorientierung eingesetzt. Er gibt Jugendlichen Tipps für ein erfolgreiches Bewerbungsgespräch.

Abbildung: Broschüre „Mit Stil zum Ziel“

Quelle: BMWFW



„get a job - deine Chancen im Tourismus“

Dieses interaktive Berufsorientierungsprojekt an Schulen hat sich durch eine Initialförderung des BMWFW in den Schuljahren 2009/2010 bis 2011/2012 in enger Kooperation mit den Wirtschaftskammern nun in sechs Bundesländern (Burgenland, Kärnten, Niederösterreich, Oberösterreich, Salzburg und Steiermark) nachhaltig etabliert. Die Feedback-Befragungen des durchführenden Vereins BEN (Verein zur Berufseingliederung & Nachwuchskräfteförderung, Graz) zeigen, dass Lehrkräfte und Schüler/innen die Workshops sehr positiv erleben. Neben dem Kennenlernen der Bildungsmöglichkeiten in Gastronomie & Hotellerie tragen die Workshops zu einer Verbesserung des Meinungsbildes über die Tourismusberufe bei. Jede zweite Schülerin/jeder zweite Schüler kann sich danach vorstellen, eine Lehre oder schulische Ausbildung im Tourismus zu beginnen.

Die Gesamtbilanz seit Einführung von „get a job“ ist beachtlich:

- 36.380 Schüler/innen in sechs Bundesländern nahmen an den Workshops teil.
- 2.233 Workshops fanden statt (in Klassen von HS, NMS, PS).
- 968 Lehrkräfte wurden erreicht.
- 932mal konnten Partnerschulen für dieses Kooperationsprojekt gewonnen werden.
- 321 Tourismusbetriebe waren eingebunden.

- 1.497 Realbegegnungen mit Ausbilder/innen aus der Gastronomie & Hotellerie wurden ermöglicht.

Für das Schuljahr 2015/2016 sind 390 Workshops geplant, womit weitere 8.000 Jugendliche über die Ausbildungsmöglichkeiten im Tourismus informiert werden können. Besonders interessant für die Schüler/innen sind dabei die Direktbegegnungen mit Mitarbeiter/innen aus Gastronomie und Hotellerie.

Parallel dazu wurde im Schuljahr 2014/15 das Pilotprojekt „get a job for kids“ an Volksschulen in der Tourismusregion Ennstal gestartet. Für das Schuljahr 2015/16 sind weitere kindgerechte Berufsinformationsworkshops geplant.

Abbildung „Get a job“

Quelle: BMWFW



Aus- und Weiterbildung im Tourismus

NEU „Lehre statt Leere“, Lehrlingscoaching in ganz Österreich!

Nach einer Pilotphase in vier Bundesländern wurde mit dem „Tag der Lehre“ am 21. Oktober 2015 das Lehrlingscoaching auf ganz Österreich ausgerollt. „Lehre statt Leere“ bietet Jugendlichen in der Lehre sowie auch den Ausbildungsbetrieben im Bedarfsfall kostenlos individuelle Beratung und Begleitung. Das Lehrlingscoaching und Lehrbetriebscoaching wird vom Wirtschafts- und vom Sozialministerium unterstützt und ist ein Beitrag für eine erfolgreiche und hochwertige Berufsausbildung in Österreich. www.lehre-statt-leere.at

Abbildung „Lehre statt Leere“

Quelle: BMWFW



„Glücksbringer-Lehrlingscard“

Im Rahmen der bundesweiten Berufsinformations- und Imagekampagne der WKÖ „Glücksbringer“ (Laufzeit 2013-2015) erhielten alle Tourismuslehrlinge eine Vorteilkarte, die „Glücksbringer-Lehrlingscard“. Das BMWFW finanzierte dabei das Co-Branding mit der Europäischen Jugendkarte (European Youth Card - EYCA), womit den jungen Menschen weitere 50.000 Angebote in ganz Europa in Form von Ermäßigungen für Freizeit, Sport, Kultur, Events, Reise und Services zur Verfügung standen.

Auslandspraktika für Tourismuslehrlinge

Internationale Mobilität in der beruflichen Erstausbildung gewinnt zunehmend an Bedeutung. Neben Fachqualifikationen werden sprachliche und interkulturelle Kompetenzen immer wichtiger. Auslandspraktika sind daher für Lehrlinge eine besonders interessante, nachhaltige Erfahrung und auch ein Gewinn für das Unternehmen. Die Praktika werden aus Mitteln des europäischen Programms Erasmus+ finanziert und vom BMWFW zusätzfinanziert. Der Internationale Fachkräfteaustausch (IFA) übernimmt die Organisation von Reise, Praktikumsplatz, Unterkunft und Sprachkurs und schließt für den Zeitraum des Praktikums eine Unfall-, Privathaftpflicht- und Rücktransportversicherung ab. Der Selbstbehalt für den 3- bis 5-wöchigen Aufenthalt liegt je nach Dauer und Land zwischen 200 und 650 Euro. Die Tourismuslehrlinge bleiben während ihres Auslandspraktikums in Österreich sozialversichert und beziehen weiterhin die Lehrlingsentschädigung. Im Jahr 2015 machten 46 Tourismuslehrlinge, davon sieben männlich und 39 weiblich, von einem Auslandspraktikum Gebrauch.

„Aktuelle Unterlage“ für Lehrer/innen: „Tourismus in Österreich“

Das BMWFW hat Ende 2014 gemeinsam mit der WKÖ und der Arbeitsgemeinschaft Wirtschaft und Schule (AWS) den neuen Unterrichtsbehelf für Lehrer/innen „Aktuelle Unterlage - Tourismus in Österreich“, als Fortsetzung des „Medienpaketes Tourismus und Freizeitwirtschaft“, herausgegeben und den Allgemeinbildenden Höheren Schulen sowie den Berufsbildenden Mittleren und Höheren Schulen in Österreich zur Verfügung gestellt. Diese Unterlage kann unter <http://aws.ibw.at> angeschaut und kostenlos bestellt werden.

Abbildung: Unterlage Tourismus in Österreich

Quelle: BMWFW.



Abbildung: Auslandspraktikum, Cork

Quelle: IFA.



Arbeitskreis Touristischer Arbeitsmarkt

Detaillierte Analysen als Entscheidungsgrundlage für die Politik

Beitrag von Mag. Jörg Dominik **Walch**, MA,
Institut für Höhere Studien (IHS)

Die beiden touristischen Kernbranchen Beherbergung und Gastronomie sind sowohl nachfrage- als auch angebotsseitig durch eine Reihe von Besonderheiten charakterisiert, die sich unmittelbar auf die Arbeitsmarktmuster der Branche auswirken. Diese grundlegenden Rahmenbedingungen haben sich auch in den letzten Jahren nicht verändert.

Die Nachfrage nach touristischen Dienstleistungen nimmt von Jahr zu Jahr zu und sie schwankt - vor allem saisonal bedingt - im Jahresverlauf. In den Beschäftigungsmustern schlägt sich das in zunehmenden Beschäftigungszahlen und Beschäftigtenständen, die sich im Jahresverlauf verändern, nieder. Beide

Phänomene werden in Abbildung 1 illustriert, in der für die Jahre 2008 bis 2015 die täglichen Beschäftigungsstände in Beherbergung und Gastronomie dargestellt sind. Deutlich sichtbar ist der Beschäftigungszuwachs ge-

genüber dem Vorjahr in den Sommermonaten 2015. Von Juni bis September waren durchschnittlich über 8.000 zusätzliche Personen im Tourismus beschäftigt.

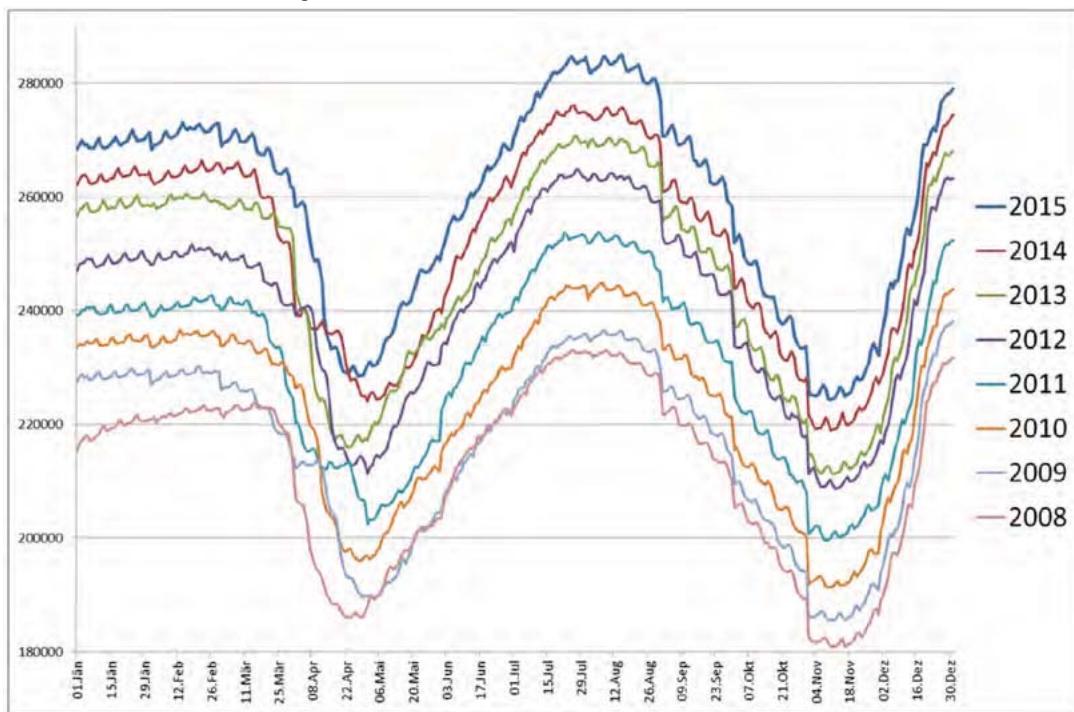
Zur Befriedigung der Nachfragespitzen - etwa an Wochenenden sowie in der jeweiligen Hochsaison - weist der Tourismus weltweit zusätzlichen Bedarf an temporären Beschäftigten auf. In Österreich lässt sich dieses Phänomen anhand konkreter Zahlen beschreiben: Im Jahr 2015 wurde die jahresdurchschnittliche Beschäftigung von rund 259.000 Personen von 479.000 unterschiedlichen Personen erbracht. Von diesen sind ein Viertel ganzjährige Kernbeschäftigte, ein Viertel saisonale Kernbeschäftigte und rund die Hälfte temporär Beschäftigte, auf die insgesamt nur rund ein Viertel des gesamten Arbeitsvolumens entfällt.

Die wahrscheinlich wichtigste Änderung in den touristischen Beschäftigungsmustern der letzten Jahre ist die Zunahme der Anzahl und der Anteile von Beschäftigten aus den neuen EU-Staaten in Folge der sukzessiven Liberalisierung des Zugangs zum österreichischen Arbeitsmarkt.

Tabelle 1 fasst für die Jahre 2010 bis 2015 die Anzahl und Anteile (1) unterschiedlicher Beschäftigter und (2) im Jahresverlauf durchschnittlicher Beschäftigter zusammen. Dabei wird nach der Staatsbürgerschaft der

Abbildung 1: Täglicher Beschäftigungsstand in Beherbergung und Gastronomie 2010 - 2015

Quelle: IHS Wien, Berechnungen basierend auf HV-Daten.



Beschäftigten differenziert und die Beschäftigten werden zu den vier Nationengruppen „1 Österreich“, „2 Drittstaat“, „3 EU-Alt“ und „4 EU-Neu“ zusammengefasst.

Aus den Tabellen ist erstens das Beschäftigungswachstum und zweitens das Verhältnis unterschiedlicher Beschäftigter zu jahresdurchschnittlich Beschäftigten ersichtlich. Zusätzlich zeigen die Zahlen die Zunahme der Beschäftigten aus den EU-Neu Staaten. Von 2010 bis 2015 hat sich ihre Anzahl mehr als

verdoppelt und der Anteil an der touristischen Beschäftigung ist von 8% auf 18% angewachsen. Wichtig ist hier anzumerken, dass die Beschäftigung der übrigen Nationengruppen in dieser Zeit global nicht zurückgegangen ist. Die größte Veränderung in der Nationengruppenzusammensetzung hat in den westlichen Bundesländern stattgefunden, wo insbesondere der Anteil deutscher Saisonkräfte zugunsten von EU-Neu Saisonkräften abgenommen hat.

Tabelle 1 - Anzahl und Anteile der Beschäftigten in Beherbergung und Gastronomie 2010 -2015 nach Nationengruppen

Quelle: IHS Wien, Berechnungen basierend auf HV-Daten

	Anzahl unterschiedlicher Beschäftigter						Anteile unterschiedlicher Beschäftigter					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Österreich	265.568	267.764	270.206	267.746	269.647	284.367	66	63	61	59	58	59
Drittstaat	64.764	66.624	68.204	69.314	71.054	72.282	16	16	15	15	15	15
EU-ALT	39.984	40.462	40.479	40.965	40.581	36.744	10	10	9	9	9	8
EU-NEU	34.399	50.900	65.030	74.206	86.879	85.569	8	12	15	16	19	18
Gesamt	404.715	425.750	443.919	452.231	468.161	478.962	100	100	100	100	100	100

	Anzahl im Jahresdurchschnitt Beschäftigter						Anteile im Jahresdurchschnitt Beschäftigter					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Österreich	148.011	148.461	149.417	148.108	147.327	149.193	66	65	62	60	59	58
Drittstaat	39.576	40.398	41.660	42.386	42.919	44.426	18	18	17	17	17	17
EU-ALT	17.752	18.232	18.558	18.958	18.990	18.839	8	8	8	8	8	7
EU-NEU	17.676	22.998	30.955	36.547	42.445	46.569	8	10	13	15	17	18
gesamt	223.015	230.090	240.590	246.000	251.681	259.027	100	100	100	100	100	100



Themenfelder

Ethik und CSR im Tourismus

Globaler Ethikkodex für Tourismus

Der „Globale Ethikkodex für Tourismus“ der Welttourismusorganisation (UNWTO) gilt als wichtiger Handlungsrahmen für mehr soziale Verantwortung im Tourismus. Die UNWTO, mit Hilfe des Weltkomitees für Tourismusethisch, betreibt die weltweite Umsetzung dieser Empfehlungen unter freiwilliger Beteiligung möglichst vieler Akteur/innen. In einer Arbeitsgruppe, die im Rahmen der letzten Generalversammlung eingesetzt wurde, wird derzeit über einen Entwurf einer verbindlichen Konvention diskutiert.

Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung im Tourismus

Der Teilbereich „Schutz der Kinder vor sexueller Ausbeutung im Tourismus“ des globalen Ethikkodexes wird vom BMWFW besonders unterstützt. Als Teil der Maßnahmen zur Bekämpfung des Kindersextourismus organisiert Österreich bereits seit Ende 2010 die gemeinsame Kampagne mit Deutschland und der Schweiz mit der Botschaft „Nicht Wegsehen“. Im Mittelpunkt stehen Aufklärung und Bewusstseinsbildung aller Akteure, um die Zivilcourage zu stärken und Sexualstraftaten an Kindern und Jugendlichen nicht zu ignorieren. Über verschiedene Kanäle (wie z. B. Broschüren, Free Cards, Videospots, ...) werden

Reisende auf die Internetseite www.nicht-wegsehen.at aufmerksam gemacht, über die verdächtige Handlungen in Bezug auf sexuelle Ausbeutung von Kindern im In- und Ausland gemeldet werden können. Seit 1997 werden österreichische Staatsbürger/innen, die ein Kind im Ausland sexuell missbrauchen, auch in Österreich strafrechtlich verfolgt.

Bei einer internationalen Konferenz zur Kampagne im März 2015 in Wien wurden vier weitere europäische Länder - Frankreich, Luxemburg, Niederlande und Polen - als Partner begrüßt und ein gemeinsames Kooperationsrahmenabkommen „Joint Declaration of Intent on a Framework for Cooperation“ beschlossen. Darin wird u.a. die Absicht zur Organisation von jährlichen nationalen/internationalen Sensibilisierungsaktionen festgehalten. In diesem Sinne wurden in Österreich am 20. November 2015 (Int. Tag der Kinderrechte) Flashmobs mit der Botschaft „Schau hin - auch auf Reisen“ von Schüler/innen von Tourismusschulen gemeinsam mit ECPAT, der ÖBB und anderen Partnern abgehalten. Schauplätze waren Bahnhöfe, Einkaufszentren und Schulen in Wien, NÖ, OÖ und Kärnten. Als Anerkennung wurde bei der Ferien-Messe Wien 2016 eine von der ÖBB gesponserte Klassenreise an eine teilnehmende Schule verlost.

Die Aktion stieß auf großes Publikuminteresse und war ein wichtiger weiterer Schritt, die nationalen und internationalen Meldemöglichkeiten von sexuellem Missbrauch von Kindern und Jugendlichen bekanntzumachen.

Abbildung: Nicht wegsehen! Schutz der Kinder vor sexueller Ausbeutung im Tourismus - Banner

Quelle: BMWFW/Nicht Wegsehen.



EXPO 2015

Die EXPO 2015 Mailand mit dem Thema „Feeding the Planet, Energy for Life“ schloss nach sechsmonatiger Laufzeit Ende Oktober ihre Tore. Mehr als 21 Millionen Gäste besuchten die Weltausstellung, 145 Länder und sechs internationale Organisationen waren vertreten. Wie auch in der Vergangenheit wurde die österreichische Beteiligung gemeinsam von BM-WFW und WKÖ organisiert.

Weltausstellungen richten sich zwar nicht in erster Linie an den Tourismus, können aber als Großveranstaltung für Tourismusmarketing genutzt werden. Vor allem die EXPO in Mailand eignete sich dafür sehr gut, weil Italien als fünftwichtigster ausländischer Herkunftsmarkt für Österreich besonders interessant ist. So war die ÖW durch das Büro Mailand in zahlreiche Aktivitäten wie Presse- und B2B-Veranstaltungen, Städtetouren und Streetmarketing-Aktionen vor Ort eingebunden. Das Sonderkonzert der Philharmoniker wurde für die Einladung von Top-Kontakten genutzt.

Österreich stellte das Nahrungsmittel Luft in den Mittelpunkt und präsentierte sich nicht mit einem Pavillon im klassischen Sinn, sondern mit einem dichten österreichischen Naturwald. Rund 60 Bäume und 12.000 Forst- und Kleingehölze bildeten in neun verschiedenen Vegetationszonen einen typisch österreichischen Wald ab.

Der österreichische Pavillon kam als einziger ohne Klimaanlage aus, da die Temperatur im Pavillon durch Vegetation und Verdunstung um bis zu 5° C geringer gehalten werden konnte als außerhalb. Auch war der Pavillon durch Solarpaneale energieneutral.

Das Konzept fand von Anfang an Anklang, das Bureau International des Expositions (BIE) bedachte das Ausstellungs-Design des Österreich-Pavillons mit dem ersten Preis in der Kategorie für Pavillons mit einer Fläche bis zu 2.000 Quadratmetern, zuvor zeichneten bereits das italienische Umweltministerium sowie die italienischen Veranstalter den Österreich-Auftritt für seine nachhaltige Architektur aus. Auch das Publikum gab dem mutigen Konzept Recht und stellte sich teilweise sogar stundenlang an: mehr als 2,4 Mio. Besucher/innen - das sind mehr als 10% der Gesamtbesucher/innen - wurden am Österreich-Pavillon willkommen geheißen. Österreichische Firmen nutzten das Angebot, die VIP-Lounge für insgesamt rd. 170 Veranstaltungen (kostenlos) zu nutzen, außerdem wurden 1.900 österreichische und internationale Gruppen sowie Delegationen durch die Präsentation geführt. Das Ziel der österreichischen EXPO-Beteiligung - die Förderung des Wirtschafts- und Tourismusstandorts Österreich - wurde damit beeindruckend erreicht.

Abbildung: EXPO 2015

Quelle: EXPOAUSTRIA



Fairer Wettbewerb für alle

Buchungsplattformen

Schon die Tourismuskonferenz 2013 beschäftigte sich mit dem Thema Buchungsplattformen. Seither hat sich die Bedeutung von einigen wenigen großen Buchungsplattformen erhöht, an den prinzipiellen Kernaussagen hat sich aber nichts verändert.

Buchungsplattformen tragen auf der einen Seite dazu bei, dass der Tourismus in Österreich, aber auch weltweit, Wachstumsbranche war und auch in Zukunft sein wird. Gerade für die kleinen und mittleren Betriebe in Österreich bieten diese Plattformen die Chance, weltweit präsent und mit einem Klick buchbar zu sein.

Auf der anderen Seite kann die Dominanz weniger großer Online-Portale Wettbewerbsprobleme verursachen. Das ist keine österreichspezifische Problematik, sondern Thema in ganz Europa. Daher untersuchen zahlreiche Wettbewerbsbehörden in Europa die Wettbewerbssituation auf diesem Onlinemarkt und auch einzelne besonders kritisierte Geschäftsbedingungen der großen Online-Portale.

Auch die österreichische Bundeswettbewerbsbehörde (BWB) wurde tätig und steht in engem Informationsaustausch mit den Interessenvertretungen WKÖ und ÖHV. Die Durchführung von Markttests erfolgte ebenfalls in enger Kooperation.

Nicht zuletzt aufgrund dieser Untersuchungen haben sich sowohl Booking.com als auch Expedia zu weitreichenden Zugeständnissen bereit erklärt - die umfassenden Meistbegünstigungsklauseln wurden mit Ausnahme der Bestpreisklauseln betreffend die hoteleigenen Websites abgeschafft.

Nach den Zusagen von Booking.com und Expedia beschränken sich die Paritätsklauseln nach Einschätzung der BWB nur noch auf einen Teil der Nächtigungen; die übrigen Kanäle seien nunmehr frei von den Hotels disponierbar. Hinzu kommt, dass auch andere Beschränkungen, die von den Hotels als gleich gravierend gewertet wurden („room availability“, Zurverfügungstellung des letzten Zimmers) gefallen sind und damit die Dispositionsfreiheit der Unternehmen weiter erhöht wurde.

Wie die BWB im Tourismusausschuss am 3. März 2016 dargestellt hat, sieht sie derzeit keine Notwendigkeit für weitere Maßnahmen

- zumal die BWB die wettbewerblichen Bedenken gegen eventuelle Vorteile abwägen müsse.

Die Situation in Europa ist uneinheitlich. In Deutschland hat das Bundeskartellamt jegliche Bestpreisklausel untersagt, Frankreich hat solche einschränkenden Bestimmungen mit einem eigenen Gesetz (Loi Macron) untersagt. Die Wettbewerbsbehörden von elf EU-Mitgliedstaaten, darunter die BWB sowie die Schweiz, beteiligen sich an einem von der Europäischen Kommission koordinierten Monitoring-Prozess.

Die WKÖ wie auch die ÖHV haben angekündigt, den Gang zum Kartellgericht zu prüfen, um endgültige Klarheit zu erlangen.

Sharing Economy

AirBnB, Wimdu, 9flats.com, usw. sind die führenden Marktplätze für Privatunterkünfte. Mit diesen neuen Beherbergungsformen können neue Zielgruppen angesprochen und neue Gäste gewonnen werden, also durchaus eine erfreuliche Entwicklung für den Tourismusstandort Österreich. Der Professionalisierung der privaten „Zimmervermietung“ stehen aber die gewerblichen Anbieter mit zahlreichen gesetzlichen Vorschriften, Auflagen und Prüfpflichten gegenüber und hier gilt es, Wettbewerbsverzerrungen zu verhindern. Die Entwicklung ist genau zu beobachten, denn in Österreich ist die private Zimmervermietung zwar klar geregelt, es geht daher vor allem um die Einhaltung der bestehenden Regeln. Viele Vermieter/innen wissen jedoch oft um die rechtlichen Rahmenbedingungen, steuerlichen Vorschriften und Risiken nicht Bescheid. Das BMWFW beauftragte daher die Studie „Rechtliche Rahmenbedingungen privater Beherbergung/Vermietung in Österreich am Beispiel Airbnb“, die wichtige Informationen zu Online-Plattformen & Privatzimmervermietung enthält und unter <http://www.bmwfw.gv.at/Tourismus/TourismusstudienUndPublikationen/S Seiten/default.aspx> abrufbar ist.

Auch die in vielen Bereichen zuständigen Länder werden aktiv. Wien hat z. B. im Februar 2016 ein Positionspapier für den Umgang mit Online-Wohnungsvermittlungsplattformen mit dem Titel „Wir machen in Wien die share zur fair economy“ und einen Leitfaden zur Vermietung von Wohnungen für touristische Zwecke erarbeitet (siehe <https://www.wien.gv.at/wirtschaft/standort/pdf/share-economy-in-wien.pdf>). Auch die anderen Bundes-

länder werden tätig, erhöhen die Kontrollen oder informieren verstärkt die Vermieter/innen über bestehende Rechts- und Steuervorschriften.

Der Versuch jedoch, verstärkt direkt mit den Plattformen zu kooperieren, gestaltet sich noch schwierig.

Auf europäischer Ebene entwickelt die Europäische Kommission im Rahmen der Binnenmarktstrategie eine europäische Agenda für die partizipative Wirtschaft. Dabei möchte sie auch Informationen für die Auswirkungen bestehender EU-Rechtsvorschriften auf die Geschäftsmodelle der partizipativen Wirtschaft erarbeiten, sich mit etwaigen Regelungslücken befassen und die Entwicklung der partizipativen Wirtschaft verfolgen.

Auch das BMF plant im Bereich der internationalen Kooperation und Amtshilfe bereits Maßnahmen für einen verbesserten Informationsaustausch.

Die OECD widmet in ihrer Publikation „OECD Tourism Trends and Policies 2016“ ein Kapitel der „Sharing Economy“.

http://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/oecd-tourism-trends-and-policies-2016_tour-2016-en

FISA - Filmstandort Österreich

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

Mit einem Fördervolumen von 7,5 Mio. Euro wurden im Jahr 2015 29 Kinofilme unterstützt, darunter waren neun internationale Ko-Produktionen und drei Serviceproduktionen. Damit wurde 2015 alleine aus der Herstellung eine Wertschöpfung im Ausmaß von rund 41,1 Mio. Euro in Österreich erzielt. So mit hat ein Euro an eingesetzten Fördermitteln zu 5,5 Euro an zusätzlichen Investitionen im Inland geführt.

Abbildung: MI 5 Premiere in Wien

Quelle: ABA/D.Dobida.



Serviceproduktionen von touristischem Interesse

Für großes mediales Aufsehen sorgte die in Wien stattfindende Weltpremiere von „Mission: Impossible - Rogue Nation“. Schon im Vorfeld der Premiere am 23. Juli 2015 in der Wiener Staatsoper rief die Anwesenheit von Tom Cruise in Wien ein großes internationales Medienecho hervor. Der Film wurde von FISA 2014 im Rahmen einer Serviceproduktion für die Dreharbeiten in Wien unterstützt. Bereits nach 15 Minuten im Film erscheint Wien bei Nacht, mit einer Luftaufnahme des Stephansdoms, über die U-Bahn Station Schottenring bis hin zur Staatsoper. Diese ist eindrucksvoll und umfassend in Szene gesetzt.

Auch im Film „James Bond 007 – Spectre“, der Anfang November 2015 weltweit in den Kinos startete, steht Österreich im Rampenlicht. Die Dreharbeiten in Altaussee, Sölden und Oberösterreich wurden dazu im Frühjahr 2015 abgeschlossen. 450 Filmschaffende, davon 150 Personen für Österreich, erwirtschafteten in 33 Drehtagen rund 16 Mio. Euro an Ausgaben in Österreich. Rund 20 Minuten lang spielt Österreich und seine Landschaft eine wichtige Rolle des 24. Teils des Filmklassikers. Der Film spielte weltweit bis Mitte Jänner 2016 über 877 Mio. Dollar ein.

Filmproduktionen wie „James Bond 007 – Spectre“ und „Mission: Impossible - Rogue Nation“ haben durch weltweite Vermarktung einen hohen filmtouristischen Wert und stellen aufgrund des Ausmaßes und der Qualität der Drehtage, der Höhe der Produktionsausgaben und der Anzahl der österreichischen Filmschaffenden (Know-how-Transfer) einen bedeutenden Mehrwert für Österreich als Filmstandort im internationalen Wettbewerb dar.

Nachhaltige Mobilität im Tourismus

Die Mobilität ist im Wandel. Aktuelle Trends und neue Technologien haben nicht nur Auswirkungen auf das Mobilitätsverhalten im Alltag, sondern auch in Freizeit und Urlaub.

Um im internationalen Wettbewerb punkten zu können, muss sich Österreich weiterhin als qualitativ hochwertiges Urlaubsland positionieren und Tourismusangebote mit umweltfreundlichen und kundenorientierten Mobilitätslösungen entwickeln. Das gilt sowohl für

die Erreichbarkeit der Destinationen als auch für die Mobilität vor Ort. Um entsprechende Angebote zu schaffen oder auszubauen und auch die notwendigen Marketingmaßnahmen zu setzen, sind die Zusammenarbeit und der Austausch zwischen den verschiedenen Akteuren notwendig.

Bereits seit 2013 haben das Verkehrs-, das Umwelt- und das Wirtschaftsministerium daher ihre Zusammenarbeit intensiviert und organisieren unter anderem Veranstaltungen zur Bewusstseinsbildung und Vernetzung.

2. Tourismus-Mobilitätstag in Wien

Rund 160 Vertreter/innen aus Tourismus, Verkehr und Umwelt vernetzten sich beim zweiten Tourismus-Mobilitätstag, welcher in Kooperation mit den ÖBB am 16. Oktober 2015 in Wien in der Zentrale am Hauptbahnhof stattfand. Die Teilnehmer/innen nutzten die Möglichkeit,

- sich Tipps zur regionalen Angebotsentwicklung und der nachhaltigen Umsetzung von Mobilitätslösungen zu holen,
- Ideen für wirtschaftlich rentable Tourismusangebote mit umweltfreundlichen und kundenorientierten Mobilitätslösungen zu sammeln,
- mit den ÖBB und Vertreter/innen der Verkehrsverbünde über mögliche Kooperationen zu sprechen und
- Informationen über Beratungs- und Förderprogramme zu holen.

Abbildung: 2. Tourismus-Mobilitätstag in Wien

Quelle: BMWFW



Rail Tour für Touristiker

Die beim 1. Tourismus-Mobilitätstag (Oktober 2014) gestartete „Rail Tour für Touristiker“ machte am 20. November 2015 Station in Linz. Zahlreiche Touristiker/innen aus Oberösterreich nutzten die Chance sich mit Experten von ÖBB, klimaaktiv mobil,

Verkehrs- und Wirtschaftsministerium auszutauschen und zu vernetzen sowie bestehende Beispiele und Kooperationen zum Thema „umweltfreundliche Mobilitätslösungen im Tourismus“ kennenzulernen. Weitere Stationen sind geplant.

Abbildung: Railtour Besprechung

Quelle: BMWFW



Radtourismus in Österreich

Die Arbeitsgruppe Radtourismus setzte ihren strategischen Austausch zu gemeinsamen Themen auch im Jahr 2015 fort. Neben gezielten Überlegungen zum Schwerpunktthema „Einheitliche Radwegweisung in Österreich“ stand ein verstärkter Austausch zu aktuellen Fragestellungen rund um die Themen Rad & Bahn, E-Bike und Mountainbike im Mittelpunkt. Auch neu gewonnene Erkenntnisse aus umgesetzten Projekten fließen laufend in die Diskussionen mit ein. Erfreulich ist, dass das 2013 gestartete Projekt zur betrieblichen Qualifizierung nunmehr von Radtouren in Österreich (RTÖ) weitergeführt wird. Bis Ende 2015 ist es gelungen, rund 250 österreichische Nächtigungsbetriebe mit dem ADFC-Gütesiegel „bett+bike“ zu zertifizieren. In einem weiteren Projekt unterstützte das BMWFW Maßnahmen zur Rezertifizierung der österreichischen Radwege mit dem ADFC-Gütesiegel „Qualitätsradroute“. Auch dieses Projekt konnte erfolgreich zum Abschluss gebracht werden: 2015 wurden der Neusiedler See-Radweg mit fünf Sternen sowie der Donauradweg, der Drauradweg, Murradweg, Tauernradweg, Traisental-Radweg und der Radweg Via Claudia Augusta mit je vier Sternen vom ADFC ausgezeichnet.

Für weitere Informationen wird auf die Website Radtouren in Österreich www.radtouren.at als auch auf die Website des ADFC <http://www.bettundbike.de/> verwiesen.

Rechtliche Neuerungen

Steuerreform

Im Sommer 2015 wurde das Steuerreformpaket beschlossen. Es ist mit mehr als fünf Mrd. Euro die größte Entlastung der Zweiten Republik und gerade die Niedriglohnbranche Tourismus wird vom Reformpaket profitieren. Den Mitarbeiter/innen wird mehr Netto vom Brutto bleiben, was Konsum und Konjunktur stärken und in weiterer Folge Wachstum und Arbeitsplätze sichern wird. Darüber hinaus wird diese Kaufkraftstärkung das Reiseverhalten der Österreicher/innen positiv beeinflussen.

Die Steuerreform ist mit 1. Jänner 2016 in Kraft getreten, für den Tourismus wurden dabei einige Ausnahmeregelungen und Erleichterungen vorgesehen. So gilt z. B. die höhere Mehrwertsteuer erst seit Mai 2016. Bei der Grunderwerbssteuer für Betriebsübergaben sind Ausnahmen vorgesehen, damit die Übergabe von Familienbetrieben auch in Zukunft leistbar bleibt.

Eckpunkte der Steuerreform für den Tourismus:

Mehrwertsteuer

- Erhöhung der USt von 10% auf 13% für Beherbergung tritt mit 1.5.2016 in Kraft
- für Umsätze, die zwischen 1. Mai 2016 und 31. Dezember 2017 ausgeführt werden, gilt weiterhin der 10 Steuersatz, wenn eine Buchung und Anzahlung bzw. Vorauszahlung vor dem 1. September 2015 vorgenommen wurde
- Besteuerung ortsübliches Frühstück inklusive der Frühstücksgetränke, wenn dies zusammen mit der Beherbergung erbracht wird, nur mit 10%
- pauschale Entgelte für Beherbergung und Verköstigung sind grundsätzlich nach Einzelverkaufspreisen aufzuteilen (Speisen 10% USt, Beherbergung 13% USt); Getränke mit Ausnahme von Frühstücksgetränken grundsätzlich 20% USt
- liegen keine Einzelverkaufspreise für Beherbergung und Verköstigung vor, sind die Umsätze nach Kosten aufzuteilen; hierfür wurde auch eine „pauschale“ Methode vorgesehen

Grunderwerbssteuer

- Erhöhung der Grunderwerbssteuer, Staffelung der Steuersätze nach Wert der Immobilie (0,5% bis 250.000 Euro, für die nächsten 150.000 Euro 2%, darüber hinaus 3,5%)
- Weitergabe von Immobilien innerhalb der Familie zum Grundstückswert (vorher 3facher Einheitswert);
- Erleichterung für unentgeltliche Unternehmensübertragungen: Deckelung bei 0,5% bzw. Freibetrag iHv. 900.000 Euro machen Betriebsübergaben in der Familie auch in Zukunft leistbar

Registrierkassen- und Belegerteilungspflicht

- Einführung von Registrierkassen und Belegpflicht verhindert Steuerbetrug bei der Umsatzsteuer
- Förderung zur Neuanschaffung von Registrierkassen iHv 200 Euro; zudem im Jahr der Anschaffung voll absetzbar
- Registrierkassenpflicht ab 15.000 Euro Jahresumsatz und mehr als 7.500 Euro Barumsatz (Banknoten, Bankomat- und Kreditkarten, etc.)
- Kalte-Hände-Regelung: bei Geschäften an öffentlichen Orten bzw. von Haus zu Haus Registrierkassenpflicht erst ab 30.000 Euro Jahresumsatz
- gilt ab 1.5.2016; ab 1.1.2017 muss die Registrierkasse zusätzlich eine technische Sicherheitseinrichtung im Kassensystem vorweisen
- gestaffelte Übergangsfristen

Abschreibung

- Anhebung der Abschreibungsdauer für Gebäude von 33 auf 40 Jahre
- verkürzte Abschreibungszeit (Sofortabschreibung) für die Erneuerung von beispielsweise Bäder und Böden, ...)

Tabakgesetz

Mit BGBl. I Nr. 101/2015 vom 13. August 2015 wurde eine Novellierung des Tabakgesetzes beschlossen, die großteils mit 1. Mai 2018 in Kraft treten wird.

Darin wird vor allem neu geregelt:

- Einführung eines uneingeschränkten Rauchverbotes in der Gastronomie und in Hotels, diese erhalten jedoch die Möglichkeit zur Einrichtung eines Raucherraumes ohne Konsumation.
- Rauchverbot in Vereins- und Versammlungslokalen.
- Rauchverbot auch in nicht ortsfesten Einrichtungen wie etwa Festzelten.
- Als Anreiz zur Umsetzung des Rauchverbots bereits vor 1. Mai 2018 kann bei Einführung des Rauchverbots bis spätestens 1. Juli 2016 eine zusätzliche steuerliche Prämie in Höhe von 30% des Restbuchwerts von getätigten Investitionen geltend gemacht werden, wenn zweckdienliche Aufwendungen bisher noch nicht steuerlich berücksichtigt wurden.

Die Novelle im Volltext siehe

http://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/BgbIAuth/BGBLA_2015_I_101/BGBLA_2015_I_101.pdf

Pauschalreise-Richtlinie

Die RICHTLINIE (EU) 2015/2302 DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS UND DES RATES vom 25. November 2015 über Pauschalreisen und verbundene Reiseleistungen, zur Änderung der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 und der Richtlinie 2011/83/EU des Europäischen Parlaments und des Rates sowie zur Aufhebung der Richtlinie 90/314/EWG des Rates wurde am 11. Dezember 2015 im Amtsblatt der Europäischen Union (L 326/1) veröffentlicht. Auch wenn es Österreich gemeinsam mit anderen Staaten gelungen ist, die Richtlinie in vielen Punkten deutlich zu entschärfen, hat Österreich im Rat letztlich gegen diese Richtlinie gestimmt. Diese Richtlinie ist bis 1. Jänner 2018 in nationales Recht umzusetzen und ab 1. Juli 2018 anzuwenden.

In dieser Richtlinie wird die „Pauschalreise“ neu definiert:

- Einführung einer 25%-Grenze für „Zusatzleistungen“, ab der grundsätzlich eine „Pauschalreise“ vorliegt,
- neue Informationspflichten,
- Ersatz für entgangene Urlaubsfreude bei erheblicher Einschränkung sowie
- Regeln über Insolvenzschutz.
- Nachträglich vor Ort gebuchte Leistungen führen zu keiner Pauschalreise.

Die mit der Umsetzung dieser Richtlinie befassten Ministerien BMJ und BMWFW diskutieren derzeit mit der Tourismusbranche eine möglichst unternehmensfreundliche und kostengünstige Umsetzung der Richtlinie.

Die Richtlinie im Volltext siehe
<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:32015L2302&from=DE>

Die WKÖ/Reisebüros informiert unter
<https://www.WKO.at/Content.Node/branchen/sbg/Kurzdarstellung-PauschalreiseRL-191115.pdf>

Tourismus für Alle

Aufgrund der demografischen und gesellschaftlichen Entwicklung gewinnt Barrierefreiheit als Qualitätsmerkmal und damit auch als Wettbewerbsvorteil für die Tourismusbranche laufend an Bedeutung. Ältere Menschen, Familien mit Kleinkindern und Menschen mit besonderen Bedürfnissen stellen die Tourismuswirtschaft vor Herausforderungen, bieten aber gleichzeitig großes wirtschaftliches Potenzial. Ganzjährig nutzbare barrierefreie Angebote unterstützen die Erschließung neuer Zielgruppen und schaffen gerade im Tourismus einen nachhaltigen Mehrwert. Mit Ende 2015 ist nun auch die 10-jährige Übergangsfrist des Bundesbehindertengleichstellungsgesetzes (BGStG) ausgelaufen, welches eine barrierefreie Gestaltung von Unternehmen vorsieht

und bei unzureichender Ausführung gemäß § 3 BGStG vom Schlichtungsverfahren bis hin zur Klage führen kann. Daher setzt das BMWFW in Kooperation mit der Bundesparte Tourismus und Freizeitwirtschaft der WKÖ und mit anderen Partner/innen Initiativen, um den Fokus auf die Etablierung barrierefreier Reise- und Urlaubsmöglichkeiten zu richten.

Initiativen des BMWFW

1. Broschüren „Tourismus für Alle“

Die Informationsbroschüren zum Thema „Tourismus für Alle“ - zur Schaffung von Natur- und Kulturangeboten sowie zum Umgang mit dem Gast - wurden vom BMWFW gemeinsam mit der Bundesparte Tourismus und Freizeitwirtschaft der WKÖ aktualisiert und auf den neuesten Stand gebracht.

2. Technische Informationsblätter

Gemeinsam mit der Bundesparte Tourismus und Freizeitwirtschaft und der Bundesparte Handel der WKÖ, der Mobilitätsagentur Wien und dem Österreichischen Netzwerk Barrierefrei wurden technische Informationsblätter überarbeitet, um zu veranschaulichen, wie bauliche Barrierefreiheit in der Praxis aussehen hat. Die Informationsblätter bieten eine vereinfachte Darstellung der oft hochkomplexen und technischen geltenden Normen. Die ersten Informationsblätter erschienen Anfang 2016.

Abbildung: Tourismus für Alle Broschüren

Quelle: BMWFW.



Tourismus und Kulinarik

Studie „Kostbares Österreich“

Kulinarik ist ein wichtiger Teil des Urlaubserlebnisses und die Bedeutung als Element der Angebotsgestaltung nimmt stetig zu. In der Studie „Kostbares Österreich“ der FH Krems, beauftragt durch das BMWFW, wurde die Wechselwirkung von Kulinarik und Tourismus näher beleuchtet. Inhalte sind: Angebotsformen des Kulinarik-Tourismus; Motive, Bedürfnisse und Erwartungen bestehender und potenzieller Kundengruppen; Expert/innenanalysen aus den Bereichen Landwirtschaft, Gastronomie, Ernährungswissenschaft, Vermarktung und Regionalentwicklung zu Chancen und Trends; Servicekettenprofile sowie nationale und internationale Best-Practice-Beispiele.

Viele Destinationen greifen bereits auf lokale und regionale Kulinarik-Angebote im Rahmen ihrer Positionierung zurück und die Konsument/innen bewerten das Angebot überwiegend gut. Die Studienautoren kommen aber auch zu der Erkenntnis, dass das Urlaubsland Österreich in puncto Kulinarik vielerorts anders wahrgenommen wird als Touristiker/innen es gerne hätten. Laut für die Studie befragten Experten setzt sich der Trend zu Saisonalität und Regionalität weiter fort. Die traditionelle österreichische Küche mit ihren regionalen Ausprägungen hat noch großes Potenzial.

<http://www.bmwf.gv.at/Tourismus/TourismusstudienUndPublikationen/Documents/Kostbares%20%c3%96sterreich%20Projektbericht.pdf>

EDEN Award 2015

„Tourismus und regionale Kulinarik“

Der EDEN Award (European Destinations of Excellence) - eine biennale EU-Auszeichnung für nachhaltige Tourismusdestinationen, die in Österreich seit 2007 umgesetzt wird - widmete sich 2015 dem Thema „Tourismus und regionale Kulinarik“. Der Preis ging nach einem umfangreichen Auswahlprozess an das Mostviertel mit dem Projekt „Alles Birne“. Die Jury wurde mit dem Gesamtkonzept und der branchenübergreifenden Kooperation von Gastronomie, Landwirtschaft und Lebensmittelproduzenten überzeugt. Weitere Finalisten waren der Bregenzer Wald und das Waldviertel. Das Mostviertel wurde im Mai 2015 in Österreich und im Dezember 2015 mit den Gewinnern aus den anderen europäischen Staaten in Brüssel ausgezeichnet und ins EDEN Netzwerk aller Preisträger der letzten Jahre aufgenommen.

<http://ec.europa.eu/growth/tools-databases/eden/>

<https://www.austriatourism.com/eden-european-destination-of-excellence/>

EDEN Academy 2015

Der Post-Award-Workshop des EDEN Awards 2015 fand im September in der Gewinnerregion Mostviertel statt. Die Teilnehmer/innen hatten die Gelegenheit, mit Expert/innen nachhaltige Themen zu vertiefen und daraus Erkenntnisse für ihre Regionen mitzunehmen. Thematische Schwerpunkte waren dieses Jahr regionale Kulinarik (u.a. Studienergebnisse „Kostbares Österreich“), Social Media, Innovation und Netzwerke sowie naturbegegnendes Reisen.

<https://blog.austriatourism.com/2015/09/eden-academy-2015/>

Abbildung: Eden Award Sieger 2015

Quelle: BMWFW



Vermittlung in Konfliktfällen

Ein besonderes Service der Tourismus-Servicestelle ist die kostenlose, unbürokratische und unparteiische Vermittlung in Konfliktfällen zwischen Reisenden und Tourismusanbietern. Die Tourismus-Servicestelle bearbeitet Anfragen und Beschwerden inländischer und ausländischer Gäste. In vielen Fällen kann rasch und unbürokratisch sofort durch telefonische Auskunft bzw. durch Beantwortung per E-Mail weitergeholfen werden. Bei rund 54% der Beschwerdefälle im Jahr 2015, welche einer intensiveren und weiterführenden Bearbeitung bedurften, konnte erfolgreich zwischen den beteiligten Parteien vermittelt werden.

Visapolitik

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

Ein erfolgreiches Beispiel dieser Zusammenarbeit ist der vom BMEIA im Sommer 2011 gestartete und laufend ausgebauten Outsourcing Prozess, der eine Auslagerung von Visaantragstellen (Visa Application Centers) in wichtigen Quellmärkten vorsieht. Dies entspricht dem Wunsch vieler Tourist/innen, Visaanträge auch in ihren Heimatregionen stellen zu können und dem Wunsch der Tourismuswirtschaft, touristische Hoffnungsmärkte besser zu erschließen. Besonderes Augenmerk liegt dabei auf wichtigen touristischen Quellmärkten wie Russland, Saudi Arabien, VAE, Kuwait, Indien/Sri Lanka, Südafrika und China.

Auch auf internationaler Ebene (EU, UNWTO, OECD) gewann die Diskussion über Visaerleichterungen zur Förderung der Tourismuswirtschaft in den letzten Jahren an Dynamik.

Die Europäische Kommission legte im April 2014 einen neuen Vorschlag¹⁷ zur Änderung

¹⁷ Vorschlag für eine Verordnung des Europäischen Parlaments und des Rates über den Visakodex der Union (Visakodex), COM(2014) 164 final sowie Vorschlag für eine Verordnung des Europäischen Parlaments und des Rates über die Einführung eines Rundreisevisums und zur Änderung des Übereinkommens von Schengen sowie der Verordnung (EG) Nr. 562/2006 und (EG) Nr. 767/2008, COM(2014) 163 final

der Visabestimmungen (EU-Visakodex) vor, welcher stärker auf ökonomische Aspekte abzielt und somit eine Reihe von Erleichterungen für Tourist/innen vorsieht. Rat und Europäisches Parlament müssen jedoch beiden Verordnungsvorschlägen (Änderung des Visakodex sowie Verordnungsvorschlag für Rundreise-Visa) noch zustimmen. Derzeit laufen die Verhandlungen auf Ratsarbeitsgruppenebene, wobei in Anbetracht der angespannten Sicherheitssituation einerseits und der Erfordernisse der Tourist/innen andererseits ein Kompromiss nicht leicht zu finden sein wird. Die Verhandlungen werden durch die fachlich zuständigen Ressorts BMEIA sowie BMI wahrgenommen.

Wintersport

Als ein Pionierland des alpinen Skilaufs ist Österreich eine der führenden Ski-Nationen der Welt. Über 800 Wintersportorte bieten Spaß im Schnee für Jung und Alt.

Um weiterhin als herausragende Wintersportnation bestehen zu können, ist es wichtig, die österreichische Bevölkerung und insbesondere auch Kinder und Jugendliche für den Wintersport und die Bewegung im Schnee zu begeistern. Das BMWFW unterstützt daher die Servicestelle Wintersportwochen (WISPOWO) und die ARGE „safer snow - more fun“.

Für die Wintersaison 2015/16 wurden von den Partnern der ARGE fünf Postkarten mit unterschiedlichen Sujets (Zielgruppe: Jugendliche) entwickelt, die gezielt auf Aufklärungsarbeit und Bewusstseinsbildung ausgerichtet sind. Die Karten behandeln Themen wie richtige Ausrüstung, Eigeneinschätzung, Pistenregeln und Verantwortung.

Ebenso beteiligte sich das BMWFW an der von der Servicestelle Wintersportwochen initiierten Kampagne „Fit for WISPOWO“, die eine gezielte körperliche Vorbereitung für die Wintersportwoche von Schüler/innen beinhaltet.

Abbildung: Sujet Brems dich ein

Quelle: ARGE safer snow - more fun.



5



© Österreich Werbung/Peter Burgstaller

Förderungen

**für die Tourismus- und
Freizeitwirtschaft**

Förderungen für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft

Der Einsatz der Mittel entsprechend der Tourismusstrategie stellt sich wie folgt dar:

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

Überdies vergibt das BMWFW direkt Förderungsmittel für touristische Projekte.

Im Rahmen des ERP-Jahresprogramms wurden 2015 68 Mio. Euro (inkl. Umschichtungen) für die Tourismuswirtschaft bereitgestellt, damit Tourismusprojekte mit günstigen ERP-Krediten bzw. ERP-Klein-Krediten finanziert werden können. Die ERP-Fachkommission für Agrar- und Tourismuskredite ist beim BMWFW angesiedelt. Sie entscheidet über die Vergabe von ERP-Fondsmitteln an die Tourismuswirtschaft, die über die ÖHT als Treuhänderin des ERP-Fonds angesprochen werden können.

Betriebliche Tourismusförderung des Wirtschaftsministeriums

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

Folgende Zahlen skizzieren das Jahr 2015 im Bereich der Tourismus- und Freizeitwirtschaft:

- 515 Förderungsfälle mit einem bundeseitigen Förderbarwert von rund 9,3 Mio. Euro wurden positiv erledigt. Bei 100% der Förderungsempfänger/innen handelt es sich um KMU und 93% davon sind kleine Unternehmen.

- 125 Jungunternehmer/innen konnten insgesamt unterstützt werden. Im Rahmen dieser Projekte wurden Investitionen im Umfang von etwa 21 Mio. Euro umgesetzt.
- Das gesamte geförderte Investitionsvolumen beläuft sich auf rund 406 Mio. Euro.
- Hotelunternehmen mit rund 24.000 Betten wurden im Hard- bzw. Software-Bereich qualitativ verbessert. Das sind rund 4% des gesamten gewerblichen Bettenangebotes Österreichs.
- Alle unterstützten Unternehmen werden nach Durchführung der geplanten Maßnahmen rund 770 Mio. Euro an Umsatz erzielen und rund 8.000 Mitarbeiter/innen beschäftigen. Sie werden damit rund 4% der Arbeitnehmer des Beherbergungs- und Gaststättenwesens anstellen.

Weitere Informationen zu den 2015 durchgeführten Förderungsmaßnahmen finden sich auf der Homepage der ÖHT (www.oeht.at). Einen zusammenfassenden Bericht der Geschäftsführung der ÖHT mit Details zur Tourismusförderung finden Sie im Kapitel 6.

Aktion Leuchtturmprojekte

Im Jahr 2015 wurde die erfolgreiche Förderaktion „Bund-Länder-Innovationsmillion – Leuchtturmprojekte“ wieder durchgeführt und erstmals auch für einzelbetriebliche Projektvorhaben zugänglich gemacht. Im Rahmen eines Projektaufrufs wurden nach einem mehrstufigen Auswahlprozess aus 22 Finalisten sechs Siegerprojekte seitens einer Fachjury ermittelt:

- „Walldluftbaden“
- „Mesnerhof-C/Abschnitt Camp“
- „(H)AUS der Natur“
- „Indoor Kletterwald“
- „Errichtung Winzerzimmer“
- „Slow Food Travel Alpe-Adria“

Die Projekte wurden mit insgesamt 0,56 Mio. Euro BMWFW-Mitteln und 0,55 Mio. Euro ELER-Mitteln unterstützt.

Für weitere Informationen zu den Leuchtturmprojekten wird auf die Website des BMWFW verwiesen:

<http://www.bmwfw.gv.at/Tourismus/Tourismusfoerderung/Seiten/Leuchtturmprojekte.aspx>

Förderung der alpinen Infrastruktur

Das Wirtschaftsministerium unterstützt bereits seit 1981 die Erhaltung von alpinen Schutzhütten und Wegen, die von den im Verband alpiner Vereine Österreichs (VAVÖ) zusammengeschlossenen Vereinen betreut werden. Die 12 Mitgliedsvereine des VAVÖ betreuen 442 Schutzhütten sowie 50.000 km Wege und Steige. Im Jahr 2015 wurden Förderungsmittel in der Höhe von 3,6 Mio. Euro gewährt. Die Förderung wird auf Basis eines Rahmenförderungsvertrages für die Förderung der alpinen Infrastruktur 2014-2017 abgewickelt.

EU-Förderprogramme

Österreichisches Programm für ländliche Entwicklung 2014 - 2020 (ELER)

Im Rahmen der Umsetzung des LE-Programms 2014 - 2020 kommt dem BMWFW die Funktion einer bewilligenden Stelle für Projektvorhaben aus dem Bereich Tourismus zu. Es wurden zwei spezifische Vorhabensarten (Submaßnahmen) definiert, um die Wettbewerbsfähigkeit des Tourismus im ländlichen Raum zu stärken:

- „Investitionen in kleine touristische Infrastruktur“.
- „Zusammenarbeit von kleinen Wirtschaftsteilnehmer/innen bei der Entwicklung und/oder Vermarktung von Tourismusdienstleistungen mit Bezug zu ländlichem Tourismus“.

Im Jahr 2015 konnten nach Anlaufen der neuen Förderperiode insgesamt vier Tourismusprojekte in ländlichen Gebieten, die im Wege eines Projektaufrufs mittels Auswahlverfahren ermittelt wurden, mit rund 0,21 Mio. Euro BMWFW-Mitteln und 0,26 Mio. Euro ELER-Mitteln unterstützt werden.

Der Aufruf zur Antragstellung für das Jahr 2016 wurde im April gestartet (www.bmwf.at/tourismus_unter_Tourismusförderungen).

Europäischer Fonds für regionale Entwicklung in Österreich 2014-2020 (EFRE)

Hier kommen wiederum zwei Zielsetzungen zum Tragen, die in den dazugehörigen operationellen Programmen im Detail ausgeführt werden:

- Ziel „Investitionen in Wachstum und Beschäftigung“ (IWB)
Einsatz von EFRE-Mitteln zur betrieblichen Tourismusförderung im Wege der Österreichischen Hotel- und Tourismusbank (ÖHT)
- Ziel „Europäische Territoriale Zusammenarbeit“ (ETZ)
Unterstützung von Tourismusprojekten, die den strategischen Schwerpunkten des BMWFW entsprechen (geografischer Fokus: Alpen- und Donauraum; bzw. thematischer Fokus: grenzüberschreitende Themenwege, Kulturstraßen etc.).

Für weiterführende Informationen zu den Europäischen Struktur- und Investitionsfonds 2014 - 2020 wird auf die Webseite der ÖROK verwiesen (www.oerok.gv.at).

6



© Österreich Werbung/Peter Burgstaller

Bericht der Geschäftsleitung der ÖHT

Impulse für den österreichischen Tourismus

Mag. Wolfgang Kleemann und Dr. Franz Hartl



In den vergangenen Jahren hat ein substantieller Umbau der Hotellerie stattgefunden. Weniger und immer professionellere Unternehmen erzielen mehr Nächtigungen und der Umbau zu höheren Angebots-Qualitäten erbringt ein Mehr an Wertschöpfung.

ÖHT-Studien zufolge sind die erfolgreichsten Unternehmen jene, die sich eindeutig positionieren und die vorwiegend auf die Wintersaison setzen.

Die Tourismuswirtschaft hat lange Zeit die Investitionstätigkeit auf sehr hohem Niveau gehalten. Nach dem Beginn der Wirtschaftskrise hat sie sich jedoch zunehmend verringert und 2015 den vorläufigen Tiefpunkt erreicht.

Über intensive Förderungskooperationen mit den Ländern forcieren die Tourismusbank (ÖHT) vor allem Qualitätsverbesserungen und Betriebsgrößenoptimierungen in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft. Diese Bund-Länder-Kooperationen geben die richtigen Signale, um die Hotellerie weiterhin investitionsfähig zu halten. Sie sind möglich, weil die ÖHT als Bank agiert und damit die eigenen Finanzierungsprodukte mit den Zuschüssen der Länder verbinden kann.

Hotellerie wird professioneller und legt in der Qualität zu

Bis vor kurzem war die Hotellerie von hohen Investitionen gekennzeichnet. Bei Betrachtung über einen langen Zeitraum werden die Veränderungen deutlich sichtbar. Die Qualität des Bettenangebotes hat sich in den letzten Jahren massiv verbessert und die Betriebe sind mittlerweile größer, professioneller und auch besser ausgelastet. Gab es um die Jahrtausendwende etwa gleichviel Betten in der

1/2-Sterne- wie in der 4/5-Sterne-Kategorie, so hat das Angebot in den oberen Qualitätsklassen um 38 % zugenommen, während die Kapazitäten in den unteren Qualitätsklassen in einem ähnlichen Ausmaß zurückgingen. Das hat sich positiv auf die Betriebsgröße ausgewirkt, die mit 46 Betten pro Betrieb im Durchschnitt – verglichen mit dem internationalen Niveau – noch immer klein ist. Die Betriebe der 4/5-Sterne-Kategorie erreichen derzeit im Durchschnitt 102 Betten und können damit auch Zusatzeinrichtungen wie Wellness- oder Seminarbereiche anbieten.

Der Qualitätsschub hat jedoch auch das durchschnittliche Anlagevermögen der Unternehmen wachsen lassen, wobei allerdings in den letzten Jahren weder Umsatz noch GOP (Gross Operating Profit) im selben Ausmaß ansteigen konnten. Damit ist die Kapitalverzinsung des in der Ferienhotellerie eingesetzten Kapitals gesunken und hat vor allem den Neubau von weiterem Angebot eingeschränkt.

Analyse der Ertragsstärke

Der Datenpool der ÖHT wurde in Hinblick auf die Ursachen für Ertragsstärke analysiert. Dabei wurden die Kreditnehmer der ÖHT nach dem erzielten GOP pro Zimmer gereiht, der im Österreich-Durchschnitt rund 8.500 Euro beträgt. Die Spitzenbetriebe, die Werte von mehr als 50.000 Euro pro Zimmer erzielen, weisen folgende Merkmale auf:

- Sie sind zu 85% eindeutig positioniert und haben zu 60% den Saisonschwerpunkt im Winter.
- Die Positionierung liegt zu 65% im Wellnessbereich und zu je 10% im Bereich des Medical Wellness bzw. der Kinder und Familien.
- Nur 15% der Unternehmen weisen keine deutliche Positionierung auf. Sie schöpfen jedoch ihre Ertragsstärke aus der dominanten Leistungskraft der Wintersaison und einem international konkurrenzfähigen Skigebiet (Lech, Zürs, Obertauern, Hochgurgl, Ischgl).
- Diese Betriebe weisen im Durchschnitt eine Größe von 150 Betten auf und können damit für die Auslastung notwendige Zusatzeinrichtungen wie Hallenbad, Sauna, Seminareinrichtungen anbieten.
- Operative Spitzenleistung stellt eine überdurchschnittliche Umsatzrentabilität

(GOP in % zum Jahresumsatz) von durchschnittlich 32% (mit Spitzenwerten bis 49%) sicher. Zum Vergleich: Der Österreich-Durchschnitt liegt in dieser Qualitätsklasse bei knapp über 20%.

Eigenkapital trotz schwieriger Umstände verbessert

Die Eigenkapitalquote in der Hotellerie ist positiv und zwar sowohl in der Drei-Sterne-Kategorie als auch im Vier- und Fünf-Sterne-Bereich. Ein bei Finanzierungen lange Zeit bestehendes Defizit ist für die Hotellerie damit Geschichte.

Die Verbesserung ist nicht nur auf gute wirtschaftliche Ergebnisse, sondern weitgehend auf eine Neubewertung der Aktiva zurückzuführen. Die Bilanzwerte sind damit der Wirklichkeit ein Stück näher gerückt.

Bonität verbessert

Unabhängig vom gewählten Bonitätsmaßstab hat sich die wirtschaftliche Stabilität seit dem Jahr 2008 kontinuierlich verbessert. Zieht man das Eigenkapital als Maßstab heran, so sind alle Unternehmen der Qualitätshotellerie mittlerweile eindeutig im Plus.

Auch dynamische Größen wie etwa die Kennzahl Entschuldungsdauer (Fremdkapital/Cashflow) haben sich deutlich verbessert. So war vor Ausbruch der Wirtschaftskrise eine Entschuldungsdauer von fast 17 Jahren festzustellen. Diese ist jetzt auf erträgliche 13 Jahre gesunken.

Der Grund dafür liegt einerseits in der Zurückhaltung bei den Investitionen und andererseits in den niedrigen Zinsen. Mussten im Durchschnitt 2008 noch 5,6% Zinsen für das aushaltende Bankobligo bezahlt werden, sank dieser Wert auf 2,5% im Jahre 2014. Im selben Zeitraum ist auch die Zinsbelastung gemessen am Umsatz von 8,3% auf erträgliche 4,7% zurückgegangen.

Alleine im Bereich der Qualitätshotellerie (Unternehmen der Drei-, Vier- und Fünf-Sterne-Hotellerie) betrug die Zinseinsparung rund 2,3 Mrd. Euro seit Beginn der Wirtschaftskrise. Ein durchschnittliches Vier- oder Fünf-Sterne-Hotel hat sich im Jahr 2015 rund 80.000 Euro erspart, ein Unternehmen der Drei-Sterne-Kategorie etwa 30.000 Euro. Diese beträchtlichen Einsparungen haben die Liquidität entlastet und konnten für Kapitaltilgungen oder Investitionen verwen-

det werden.

Eine Pause auf dem Weg nach oben

In den letzten Jahren hat die Tourismus- und Freizeitwirtschaft dank der guten Branchenkonjunktur und niedriger Zinsen ein Investitionstempo an den Tag gelegt, das deutlich über dem der Gesamtwirtschaft lag. Seit 2010 verlangsamt sich jedoch die Investitionstätigkeit und hat im Jahr 2015 gerade ausgereicht, die Abschreibungen zu ersetzen.

Wohin die Investitionen fließen: Betriebsgrößenoptimierung und Qualitätsverbesserung an erster Stelle

Während vor zehn Jahren vor allem in Wellnessanlagen investiert wurde, steht 2015 wieder die Betriebsgrößenoptimierung ganz oben auf der Investitionsliste der Hotellerie. Denn um im harten Konkurrenzkampf bestehen zu können, werden international vermarktbares Betriebsgrößen angestrebt. Das Mehr an Kapazitäten führt dann auch unmittelbar zu Mehreinnahmen. Vorhandene Zusatzeinrichtungen wie Seminarräume, Wellness- und Beautyanlagen tragen zu einer besseren Auslastung bei.

Ähnlich gefragt ist die Qualitätsverbesserung. Der harte Wettbewerbsdruck aber auch der immer kürzer werdende Lebenszyklus touristischer Produkte zwingt die Branche wesentlich öfter zu Erneuerungsinvestitionen und fordert Innovationen. Deutlich rückläufig sind Neubauvorhaben vor allem in der Ferienhotellerie. In Regionen, die für Neubautätigkeit in Frage kommen, erschweren hohe Grundstückspreise und beträchtliche Investitionskosten die Finanzierung von Hotelneubauten.

Die Wintersaison und Ganzjahresbetriebe treiben Investitionen an

Ganzjahresdestinationen und Regionen mit dem Schwerpunkt Wintersaison sind die Treiber der Investitionen. Mehr als 71% der Investitionen kommen aus Unternehmen, die ein Ganzjahreskonzept verfolgen. Rund 25% der Investitionen des Jahres 2015 wurden in Wintersaisongebieten getätig. Auffällig ist die weitere Verstärkung der Anstrengungen, Schneesicherheit zu garantieren und so haben Investitionen in Beschneiungsanlagen gegenüber 2014 weiter zugenommen.

Die Investitionen haben allerdings keine Neuerrichtung sondern vor allem Speicherteiche betroffen, die dazu verhelfen, die Energiekosten zu senken und die Wasserentnahme aus Fließgewässern zu reduzieren.

Insgesamt gesehen ist jedoch ein Rückgang bei Investitionen in infrastrukturelle Einrichtungen wie Klettergärten, Golfplätze, Thermen etc. festzustellen. Diese haben etwa vor zehn Jahren noch mehr als 20% der Finanzierungstätigkeit der ÖHT ausgemacht und haben im 2015 nur mehr einen Umfang von 5% erreicht. Das hat zum einen mit der Sättigung mit Einrichtungen dieser Art zu tun, zum anderen sind sie jedoch eine wichtige Voraussetzung, um Schlechtwetterperioden oder Klimaschwankungen abfangen zu können oder eine stabile Auslastung der betrieblichen Anlagen zu erreichen.

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

Kreditvergaben und Haftungsübernahmen werden forciert

Die für Banken geltenden regulatorischen Bestimmungen (BASEL III) bremsen die Finanzierungsbereitschaft. Umso wichtiger ist es daher, dass eine Förderungsstelle mit hoher Branchenkenntnis zur Verfügung steht. Es ist heute zur Umsetzung einer Investitionsidee nicht mehr so entscheidend, ob ein Unternehmen ein paar Prozent seiner geplanten Investition als Barzuschuss bekommt; entscheidend ist, dass die Gesamtfinanzierung aufgestellt werden kann. Dazu braucht es jedoch eine Förderungsstelle, die auch Bank ist und finanzieren kann.

Klar definiert ist die Förderungsstrategie von Bund bzw. ÖHT: Die Basisförderung besteht aus der Übernahme einer Haftung zur Sicherung von Investitionskrediten. Gerade bei der Finanzierung von Tourismusbetrieben müssen Banken hohe Eigenkapitalreserven halten. Durch die Übernahme einer Haftung der ÖHT entfällt diese Unterlegungspflicht und das Finanzierungsrisiko wird von der Hausbank zur ÖHT verlagert. Die Haftungsübernahme ist damit oft das wesentliche Instrument, um Projekte realisieren zu können.

Der Tourismus braucht zinsgünstige Kredite

Nach wie vor kommt die Niedrigzinsphase in der österreichischen Hotellerie nicht an. Die Unternehmen der Tourismusbranche zahlen deutlich höhere Zinsen als andere Wirtschaftszweige. Der für Unternehmensfinanzierungen gebräuchlichste Zinsindikator, der 3-Monats-Euribor, lag 2005 noch bei 2,488% und ist seither im Sinkflug. Zehn Jahre später – zum 31.12.2014 – war er nur mehr bei 0,081% und per Letztstand ist er mit -0,175% sogar unter Null. Im gleichen Betrachtungszeitraum ist die durchschnittliche Zinsbelastung der österreichischen Hotellerie aber nur von 3,840% auf 3,000% gesunken. Der Grund für diese Entwicklung liegt darin, dass gerade Kredite mit langen Laufzeiten, wie sie die Tourismuswirtschaft braucht, deshalb tendenziell teurer bleiben, weil sie von Banken nur mit hohen Liquiditätsaufschlägen vergeben werden können.

Angesichts des hohen Kreditbedarfs der Tourismusbranche sieht die ÖHT daher ihre Aufgabe in erster Linie in der Bereitstellung zinsgünstiger Kreditmittel. Die Förderungstöpfe der ÖHT sind dank der vom BMWFW zur Verfügung gestellten Mittel gut gefüllt. Für das Jahr 2016 können Kredite über fast 230 Millionen Euro vergeben werden. Die Konditionen für diese Kreditmittel liegen je nach Förderungsaktion und Projektgröße zwischen 0 Prozent und maximal 0,9% p.a. und in einigen Bundesländern werden, abhängig vom Projektinhalt, die ohnehin schon geringen Zinsen landesseitig übernommen.

Zinsrisiken vermeiden

Niedriger als derzeit können die Zinsen für die von der ÖHT bereitgestellten Förderungskredite nicht mehr werden. Dementsprechend legt die ÖHT besonderen Wert darauf, diese günstigen Zinssätze auch längerfristig abzusichern. Bei den sogenannten ERP-Kleinkrediten sind Fixzinsen über die gesamte Laufzeit sichergestellt und auch im Bereich der ERP-Kredite sind Zinsstabilisierungen enthalten. Die wirtschaftliche Stabilität der Tourismusunternehmen ist von der Zinsentwicklung abhängig. Ein Anstieg der Zinsen um 2 Prozentpunkte würde die Entschuldungsdauer der 3-Sterne-Hotellerie von derzeit gesunden 12 Jahren auf 16 Jahre erhöhen. Die 4-Sterne-Hotellerie bräuchte dann statt aktuell 13 Jahre mehr als 17 Jahre, um sich zu entschulden.

Ein „best-practice-Beispiel“

Mit dem ERP-Kleinkredit hält die ÖHT ein besonders attraktives Kreditmodell zur Finanzierung kleinerer Investitionen – Bandbreite 10.000 Euro bis 300.000 Euro – bereit. Die ERP-Kreditrichtlinien sind sehr weit gefasst, sodass es bei den Förderungsgegenständen kaum Einschränkungen gibt und daher der gesamte Finanzierungsbedarf abgedeckt werden kann. Der Kredit ist fixverzinst mit 0,5% in einem tilgungsfreien Anlaufjahr und 0,75% in weiteren fünf Jahren der Kapitalrückführung. Besichert werden kann der Kredit zu 80% über Haftung der ÖHT und zu 20% über Haftung einer Hausbank.

In Kärnten übernimmt der Kärntner Wirtschaftsförderungsfonds (KWF) über die gesamte Laufzeit die Kreditzinsen. Außerdem trägt der KWF die gesamten Kosten der Be- sicherung und auch alle Nebengebühren und Spesen, womit ein über die gesamte Laufzeit vollkommen zinsen- und spesenfreier Kredit zur Verfügung steht. Abhängig vom Projektinhalt – wenn beispielsweise Investitionsschwerpunkte zur Schaffung zusätzlicher betrieblicher Infrastruktur, Saisonverlängerungsmaßnahmen, Investitionen in die Energie- und Ressourceneffizienz, Maßnahmen zur Verbesserung der Wohn- und Aufenthaltssituation der Mitarbeiter/innen, Barrierefreiheit etc. gesetzt werden – gibt es zusätzlich noch einen Barzuschuss des KWF zwischen 5% und 10% der Projektkosten.

Mit derartigen Förderungsaktionen werden klare Investitionsanreize gesetzt. Es wird nicht nur das Ausstattungsniveau der Betriebe gehoben, sondern über Multiplikatoreffekte wird die Konjunktur in der gesamten Wirtschaft gestützt. Dabei werden auch Verwaltungsvereinfachungen verwirklicht, weil die ÖHT durch die enge Partnerschaft – hier mit dem KWF-Doppelgleisigkeiten in den Förderungsabwicklung vermeidet, der Förderungsablauf beschleunigt und den Unternehmer/innen als one-stop-shop den Zugang zu Förderungsstellen erleichtert.

Haftungen zur Stimulation der Kreditwirtschaft

Die Haftungsübernahme ist oft das wesentliche Werkzeug, um Projekte realisieren zu können; fast jedes fünfte Finanzierungsvorhaben baut auf einer Bundeshaftung auf und käme ohne dieses Instrument nicht zustande.

Auch 2016 bleiben die Haftungen für Unternehmen der Tourismus- und Freizeitwirtschaft die Basisförderung von Bund/ÖHT für Investitionen, Betriebsübernahmen und Restrukturierungsmaßnahmen. Gerade bei der Finanzierung von Tourismusbetrieben müssen Banken hohe Eigenkapitalreserven halten. Durch die Übernahme einer Haftung der ÖHT entfällt diese Unterlegungspflicht; zusätzlich wandert das Finanzierungsrisiko von der Hausbank zur ÖHT und unterstützt damit in zweifacher Hinsicht die Banken in der Kreditvergabe an die Tourismuswirtschaft. Mit Laufzeiten bis zu 20 Jahren kommt auch das Haftungsinstrument dem Bedarf nach langfristigen Finanzierungsmitteln entgegen.

Bedeutung von Investitionen der Tourismus- und Freizeitwirtschaft

Aus den Statistiken der ÖHT lässt sich able- sen, dass je Million Investitionsvolumen 3,6 Arbeitsplätze alleine in den geförderten Tou- rismusbetrieben geschaffen werden. Aus volkswirtschaftlichen Kennzahlen ist anzunehmen, dass weitere fünf Arbeitsplätze in vor- und nachgelagerten Wirtschaftszweigen (insbesondere im Bau- und Baunebengewerbe) entstehen. Wenn man dann noch berücksichtigt, dass 60% aller investiven Maßnahmen der Tourismusbranche im Umkreis von 60 Kilometer um den Investitionsstandort wertschöpfungswirksam werden, wird die Rolle der Tourismus- und Freizeitwirtschaft als regionaler Konjunkturmotor deutlich. Dort, wo Tourismusbetriebe ihre Investitionen zurückfahren, leidet nicht nur die Qualität des touristischen Angebotes, sondern stirbt die ganze Region!

Kreditlinie der Europäischen Investitionsbank bringt neue Impulse für den Tourismus

Ein wesentlicher Bestandteil der Förderungsstrategie von Bund bzw. ÖHT ist ein breites Angebot an Förderungskrediten.

Es war eine der Lehren aus der Finanzkrise, dass die Bereitstellung von Finanzierungen für die investitionswilligen Tourismusbetriebe gerade im Hinblick auf die wirtschaftliche Ausstrahlung der Investitionen wichtig ist. Aus diesem Grund wurde die Kreditfinanzierungsschwelle der ÖHT auf Investitionskosten von 700.000 Euro gesenkt (zuvor 1 Mio. Euro). Die Mittel für dieses zusätzliche Volumen

kommen von der Europäischen Investitionsbank und können aus diesem Grund und dank einer direkten Haftung des Bundes sehr zins-günstig angeboten werden. Ein Teil des für den Tourismus vorgesehenen Haftungsrahmens wurde zu diesem Zweck für Haftungen für Kreditaufnahmen gewidmet. Eine zweite Tranche in Höhe von 38 Mio. Euro wurde 2015 gezogen und steht 2016 für Finanzierungen zur Verfügung.

Individualisierung der Beherbergung

Die Hotelbranche verspürt hinsichtlich des Erfolgs der Privatzimmer- und Ferienwohnungsvermietung zunehmend negative Auswirkungen auf ihren wirtschaftlichen Erfolg. Das Besondere an der neuen Herausforderung durch die Privatzimmervermietung liegt in deren innovativen Angebote wie auch deren professioneller Vermarktung im Internet. Online-Portale wie Airbnb, 9flats oder Wimdu sind dabei die bekanntesten Beispiele. Die ÖHT und das BMWFW haben daher gemeinsam mit dem Fachverband Hotellerie

der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ) und der Österreichischen Hoteliervereinigung (ÖHV) ein Symposium mit dem Titel „Individualisierung der Beherbergung“ veranstaltet. Das Symposium fand in Form eines zweitägigen Workshops vom 24. - 25. September 2015 im magdas HOTEL in Wien statt, umfasste rund 130 Teilnehmer/innen und zog eine positive Resonanz nach sich. Ziel dieser Veranstaltung war es, Gründer/innen und Übernehmer/innen von Beherbergungsbetrieben, aber auch Unternehmer/innen, die vor größeren Investitionsvorhaben stehen, Lust auf neue, innovative Beherbergungsprodukte zu machen und Entwicklungsmöglichkeiten aufzuzeigen. Besprochene Inhalte waren unter anderem die Bedeutung von Innovation in der Hotelbranche, marktseitige Entwicklungen (neue Lifestyles, neues Buchungsverhalten, Urbanisierung und daraus entstehende Sehnsüchte), Good Practice-Beispiele in der Hotellerie sowie rechtliche Fragen rund um die Individualisierung der Beherbergung und Finanzierungsmöglichkeiten.

7



© Österreich Werbung/Peter Burgstaller

Internationale Beziehungen

Europäische Union



Ratspräsidentschaften 2015/2016 - Europäische Tourismusforen

Luxemburg hat am 17./18. September 2015 das 15. Europäische Tourismusforum ausgerichtet. Themen waren die gemeinsame Bewerbung Europas in Drittstaaten, berufliche Qualifikationen und Herausforderungen am touristischen Arbeitsmarkt, rechtliches und administratives Umfeld mit Schwerpunkt Visa-politik sowie Auswirkungen der zunehmenden Digitalisierung. Die Slowakei wird im Herbst 2016 das 16. Europäische Tourismusforum in Bratislava organisieren.

EU Bund/Bundesländergruppe

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

Makroregionale Strategien

Europäische Donauraumstrategie (EUSDR)



Im Juni 2011 wurde die EU Donauraumstrategie (EUSDR) durch den Europäischen Rat angenommen. In geographischer Hinsicht umfasst die Donauraumstrategie neun EU-Mitgliedstaaten, drei potentielle und aktuelle Beitrittskandidatenländer und zwei Drittstaaten. Nachdem

das dritte Jahresforum der EUSDR im Juni 2014 im Wiener Rathaus stattgefunden hatte, vernetzten sich beim vierten Jahresforum von 29. bis 30. Oktober 2015 an die 1000 Donauakteure in Ulm in Baden-Württemberg.

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

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

Europäische Alpenraumstrategie (EUSALP)



Im Juli 2015 wurde die Mitteilung und der Aktionsplan zur EUSALP durch die Europäische Kommission angenommen, im November 2015 dazu Schlussfolgerungen durch den Rat Allgemeine Angelegenheiten. In geographischer Hinsicht umfasst die Alpenraumstrategie fünf EU-Mitgliedstaaten¹⁸ sowie die Schweiz und Liechtenstein.

Die Strategie sieht vier Ziele und neun Aktionsfelder vor:

- Zugang zu Beschäftigung unter Nutzung der hohen Wettbewerbsfähigkeit des Alpenraums: 1.) Forschung und Innovation; 2.) Steigerung des Potenzials strategischer Branchen - darunter Tourismus; 3.) Aus- und Weiterbildung/Arbeitsmarkt;
- Nachhaltige interne und externe Anbindung: 4.) Intermodalität und Interoperabilität im Personen- und Güterverkehr; 5.) elektronische Verbindungen, besserer Zugang zu öffentlichen Dienstleistungen;
- Integrativere ökologische Rahmenbedingungen und erneuerbare, zuverlässige Energiesolutions: 6.) Erhaltung und Aufwertung natürlicher und kultureller Ressourcen; 7.) Entwicklung der ökolo-

¹⁸ Frankreich, Deutschland, Österreich, Italien und Slowenien

- gischen Anbindung; 8.) Risikomanagement - Klimawandel/Naturgefahren; 9.) Energieeffizienz und erneuerbare Energien
- horizontales Ziel: ein makroregionales Governance-Modell für den Alpenraum.

Insgesamt ist der Ansatz horizontal, d.h. es gibt keine Aktionsfelder nach einzelnen Sektoren (im Unterschied zur Donauraumstrategie mit einem Themenfeld „Tourismus und Kultur“). Aufgrund der großen Bedeutung des Tourismus im Alpenraum können Projekte mit Tourismusbezug in unterschiedlichen Aktionsfeldern umgesetzt werden, Tourismus ist z. B. als strategischer Sektor im Ziel 1 verankert. Großer Wert wird auf die Einbindung der Regionen und auf einen Bottom-up Ansatz gelegt.

Neben der politischen Leitung der Strategie, erfolgt die Koordination durch ein sog. Executive Board unter Teilnahme der Europäischen Kommission, Vertretern der sieben Alpenstaaten und der Regionen, der Alpenkonvention und des ETZ-Programms Alpine Space. Österreich wird durch das BMEIA, das BKA und Tirol vertreten. Innerösterreichisch gibt es eine Koordinationsplattform unter der Leitung von BKA/BMEIA und Teilnahme von Ministerien, Ländern, Sozialpartnern, der Alpenkonvention, etc.

Startschuss für die Umsetzung der EUSALP war eine Konferenz in Brdo, Slowenien am 25. Jänner 2016. Eine Erklärung der Staaten und Regionen wurde unterzeichnet und die Leitungen der neun Aktionsgruppen (meist zwei Institutionen aus zwei Ländern) wurden festgelegt. In Österreich engagieren sich das Land Kärnten (Feld 6: Erhaltung und Aufwertung natürlicher und kultureller Ressourcen) und das BMLFUW (Feld 8: Risikomanagement - Klimawandel/Naturgefahren) bei den Akti-

onsgruppenleitungen. Die Organisation der Aktionsgruppen und ihrer Mitglieder erfolgt bis Sommer 2016.

Zur Umsetzung der EUSALP gibt es keine eigenen Finanzmittel. Es soll zu einer besseren Abstimmung vorhandener Mittel kommen (EU, nationale und regionale Mittel) und bestehende Instrumente wie der Europäischen Struktur- und Investitionsfonds 2014-2020 (u.a. transnationales Alpenraumprogramm) oder andere EU Programme (Horizon 2020; COSME; Connecting Europe, LIFE) sollen genutzt werden.

Welttourismus-organisation (UNWTO)



Die UNWTO ist die Spezialagentur der Vereinten Nationen für Tourismus mit Sitz in Madrid und dient als globales Forum für Tourismuspolitik und Plattform für touristisches Know How und Statistik. Derzeit hat die UNWTO 157 Vollmitglieder, sechs assoziierte Mitglieder (Regionen) und etwa 450 angeschlossene Mitglieder (Affiliate Members). Letztere repräsentieren den privaten Sektor, Ausbildungseinrichtungen, Tourismusverbände und lokale Tourismusbehörden. Die UNWTO ist im Hinblick auf die Mitgliedschaft von sowohl öffentlichem und privatem Sektor und deren institutionalisierten Zusammenarbeit auf der ganzen Welt einzigartig im UN-System. Die UNWTO spielt eine zentrale Rolle bei der Förderung der Entwicklung eines verantwortungsvollen, nachhaltigen und universell zugänglichen Tourismus.

Abbildung: XXI. UNWTO Generalversammlung UNWTO

Quelle: UNWTO.



Das Arbeitsprogramm der UNWTO stützt sich im Wesentlichen auf zwei langfristige strategische Ziele:

- Sicherstellung der kontinuierlichen Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit und Qualität von Destinationen.
- Förderung von Nachhaltigkeit und Ethik in der Tourismusentwicklung in Übereinstimmung mit dem Globalen Ethikkodex und den Millennium-Entwicklungszielen.

XXI. Generalversammlung

Vom 12.-17. September 2015 fand die 21. Generalversammlung der UNWTO in Medellín (Kolumbien) statt, mit offizieller Eröffnung am 14. September, gefolgt von einem hochrangigen UNWTO/ICAO-Forum zum Thema „Tourismus und Flugverkehr für Entwicklung“. Insgesamt waren 120 Länderdelegationen, über 70 Minister und insgesamt etwa 900 Delegierte vertreten.

Abbildung: Logo World Tourism Day 2015

Quelle: UNWTO



Wichtige Initiativen

Ein wichtiges Anliegen der UNWTO ist die weltweite Anerkennung des Tourismussektors für wirtschaftliches Wachstum und Arbeitsplatzsicherung sowie die dafür notwendigen internationalen Reiseerleichterungen für Tourist/innen.

Die UNWTO arbeitet darüber hinaus an einer internationalen Konvention zum Schutz der Reisenden und der Tourismuswirtschaft in Fällen von Krisen, speziell durch höhere Gewalt.

Die Konvention wird mit der EU-Pauschalreiserichtlinie abgestimmt sein und strebt vereinheitlichte internationale Standards im Bereich Konsumentenschutz auch über die Grenzen der EU hinweg an.

Ein weiteres Arbeitsfeld der UNWTO ist die Messung der volkswirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus und der internationalen Vergleichbarkeit tourismusstatistischer Daten. Österreich ist aufgrund seiner anerkannten Kompetenz im Bereich Tourismusstatistik seit 2010 im Technical Advisory Board vertreten und hat den Vorsitz im Statistikkomitee für die Periode 2016/2017 inne.

Organisation für wirtschaftliche Entwicklung und Zusammenarbeit (OECD)



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

Bilaterale Beziehungen

Das BMWFW verfolgt und intensiviert die bilateralen Beziehungen im Bereich des Tourismus mit dem Ziel des Informationsaustausches, des Zusammenführens von potenziellen 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. Von besonderem Interesse sind in vielen Ländern,

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

2015 gab es Wirtschaftskommissionen mit

Belarus, China, Georgien, Indien, Iran, Kasachstan, Russland, Turkmenistan und den Vereinigten Arabischen Emiraten, in die touristische Themen eingeflossen sind. Des weiteren fanden Arbeitsgespräche mit Delegationen aus Bangladesch, Griechenland, Iran und Russland statt.

8



© Österreich Werbung/Edward Groger

Österreich Werbung

Österreich Werbung

Die Österreich Werbung (ÖW) ist Österreichs nationale Tourismusorganisation. Seit 1955 ist es Aufgabe des Vereins, das Urlaubsland Österreich zu bewerben. Zentrales Anliegen der ÖW ist es, gemeinsam mit allen österreichischen Tourismuspartnern für den Erhalt bzw. den Ausbau der Wettbewerbsfähigkeit des Tourismuslandes Österreich zu sorgen.

Kernaufgaben der Österreich Werbung

- Führung der Marke „Urlaub in Österreich“: Die Marke macht Österreich als Urlaubsland unterscheidbar und vermittelt den emotionalen Mehrwert eines Österreich-Aufenthaltes.
- Bearbeitung der international erfolgreich-versprechendsten Märkte mit innovativem, zeitgemäßem Marketing.
- Partner der österreichischen Tourismusbetriebe und wesentlicher Netzwerk-knoten im Tourismus: Die Branche profitiert vom stets aktuellen und fundierten Wissen der ÖW über Gäste und Märkte.

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

Budget

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

Die Mitgliedsbeiträge von BMWFW und WKÖ beliefen sich 2015 wie in den Vorjahren auf

32 Mio. Euro (BMWFW: 24 Mio. Euro, WKÖ: 8 Mio. Euro), das Gesamtbudget betrug rund 50 Mio. Euro.

Zusätzlich zum regulären Budget unterstützt das BMWFW die ÖW mit einem Sonderbudget von 4 Mio. Euro zur verstärkten Internationalisierung für die Jahre 2015 und 2016. Auch die WKÖ beteiligt sich mit zusätzlichen 600.000 Euro an diesem Impulsprogramm, damit verstärkt Marketingaktionen im In- und Ausland gesetzt werden können.

Aktivitäten

Weltweit sind derzeit rund 200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für die ÖW tätig. Dabei konzentriert sich die ÖW auf die Bearbeitung von Märkten in den drei geografischen Regionen Westeuropa, CEE und Übersee. Diese Märkte, in denen die ÖW großteils auch mit eigenen Vertretungen präsent ist, decken 96% aller Nächtigungen (2015: rund 135 Mio.) ab und weisen das größte Potenzial für den heimischen Tourismus auf.

In den traditionell volumensstarken Herkunftsmärkten wie Deutschland, Niederlande oder Schweiz geht es darum, die Marktanteile zu halten bzw. auszubauen. In Zentral-europa – wo Österreich mit großem Abstand Marktführer beim alpinen Winterangebot ist – gilt es, auch das Sommerangebot entsprechend zu positionieren. Das Engagement in den Fernmärkten soll die notwendige Internationalisierung des Gästemixes vorantreiben.

Die Bandbreite der Marketingaktivitäten reicht von klassischer Werbung und Pressearbeit für das Tourismusland Österreich über Onlineaktivitäten bis hin zu Verkaufsförderplattformen oder Schulungen für die Reisebüro- und Veranstalterbranche. Für die österreichischen Tourismusanbieter stellt die ÖW darüber hinaus maßgeschneiderte Marketingmaßnahmen abgestimmt auf ihre jeweiligen Bedürfnisse und Marktchancen zur Verfügung.

Zu den Basisdienstleistungen der ÖW an die Branche zählt auch die Gästeinformation, deren Herzstück wohl das Internet-Portal www.austria.info ist: Auf Österreichs größter Tourismus-Plattform im Internet sind Informationen und Angebote aus ganz Österreich in derzeit 20 verschiedenen Sprachen gebündelt für die potenziellen Gäste aufbereitet.

Abbildung: Österreich Werbung weltweit

Quelle: Österreich Werbung



Highlight: Eurovision Song Contest 2015 - 12 Punkte für Österreich

Von 19. bis 23. Mai fand unter dem Motto „Building Bridges“ der Eurovision Song Contest (ESC) 2015 in Wien statt. Auch der heimische Tourismus zog danach eine positive Bilanz, da sich Österreich vor einem internationalen Millionenpublikum als professionelles, sympathisches und innovatives Gastgeberland präsentieren konnte. Dank eines Sonderbudgets des BMWFW konnte die ÖW zahlreiche Maßnahmen setzen, die auch die Brückenbauer-Funktion des Landes verstärkt dargestellt haben.

Als „Official Partner“ des ORF und mit der langjährigen Expertise als nationale Tourismusorganisation lieferte die ÖW Impulse für eine spannende und zeitgemäße Darstellung des Urlaubslandes Österreich, u.a. lieferten der Einstiegsfilm und auch die so genannten „Postcards“ zur Vorstellung der Teilnehmer/innen inspirierende Bilder von Österreich. Insbesondere die „Postcards“ und das dafür gedrehte Material wurden auch nach dem ESC von der ÖW zur Bewerbung des Urlaubslandes eingesetzt, u.a. für eine YouTube-Kampagne in den wichtigsten Herkunfts Märkten.

Die über 1.700 anwesenden Medienvertreter /innen und Blogger/innen verfassten unzählige Beiträge aus und über Österreich. Das Medienzentrum in der Wiener Stadthalle,

Abbildung: Eindrücke vom ESC 2015 in Österreich

Quelle: Österreich Werbung und ORF



das von der ÖW mit großflächigen Sujets aus allen Bundesländern und einer Naturlounge ausgestattet wurde, kam ebenso gut an wie die Austria Guides, die persönlich und individuell Geschichten über Österreich erzählten. Neben der unmittelbar erzielten Wertschöpfung durch die tausenden Besucher/innen vor Ort konnten mit den TV-Übertragungen über 200 Millionen Zuseher/innen in Europa, Australien und heuer auch erstmals in China erreicht werden. Die Werbewertberechnungen für den ESC gehen daher von rund 100 Mio. Euro aus. Noch wertvoller ist allerdings die nachhaltige und langfristige Wirkung einer derartigen Veranstaltung und der weltweiten Berichterstattung darüber.

Marketinghighlights 2015 On- und Offline begeistern

Wohnzimmerkonzerte in Deutschland

Gemeinsam mit regionalstarken Radiosendern verlost die ÖW im November drei Wohnzimmerkonzerte mit österreichischen Künstlern. Hörfunkspots und Onlineaktivitäten auf den Websites der Radiosender sowie auf Facebook kündigten die Aktion im Vorfeld an. Eine Woche lang hatten die Hörer/innen Zeit, sich zu bewerben. Die Teilnehmer/innen konnten auf den Homepages der Radiosender mit eigenen Fotos zeigen, wie sie das Urlaubsland Österreich in ihrem Wohnzimmer willkommen heißen. Die ÖW wählte drei glückliche Gewinner für je ein Wohnzimmerkonzert in Stuttgart, Leipzig und Berlin aus. Diese durften bis zu 15 ihrer Freunde nach Hause einladen, wo Live-Musik österreichischer Künstler/innen und kulinarische Spezialitäten warteten. Die drei

Abbildung: Wohnzimmerkonzert

Quelle: Österreich Werbung/Frank Sperling



Wohnzimmerkonzerte verbanden österreichische Gastfreundschaft mit zeitgenössischer Musik aus Graz und Wien und gaben einen stimmungsvollen Einblick in Österreichs vielfältige Kulturszene.

Instagram als neues Erlebnis

Im Oktober erkundeten auf Einladung der ÖW vier der bekanntesten internationalen Instagramer Österreich. So traten der Kanadier Jeff Bartlett (@photojbartlett), der Schwede Christoffer Collin (@wisslaren), der Brite Sean Byrne (@byrnephotography) und die Niederländerin Marianne Hope (@mariannehope) ihre Reise quer durch Österreich an. Die Instagramer überzeugten nicht nur durch ihre Bildsprache, sondern auch mit ihrer beachtlichen Zahl an Abonnent/innen. Sie erkundeten Österreich auf zwei Reisewegen. Die einen führte der Weg vom Neusiedler See über die Wachau und das Ausseerland nach Zell am See/Kaprun, während die anderen über die Südsteirische Weinstraße und den Weissensee ihr Ziel erreichten. Alleine während der siebentägigen Instagram-Reise konnten über 3.000 neue Abonnent/innen für den ÖW-Instagram-Channel www.instagram.com/visitaustria gewonnen werden. Neben der Stärkung des Channels konnte so auch die Präsenz des Urlaubslandes Österreich auf Instagram gesteigert werden.

Abbildung: Instagram als neues Erlebnis

Quelle: Österreich Werbung/Sean Byrne



Bloggertreffpunkt Österreich

Bereits Ende Mai fand in den Kitzbüheler Alpen der ÖW-Bloggertreffpunkt statt: Die ÖW lud gemeinsam mit der Tirol Werbung und Kitzbüheler Alpen Marketing Blogger/innen aus 16 Ländern, darunter aus den USA, Ungarn, Großbritannien, Skandinavien und China zur Entdeckungsreise nach Österreich. Auf die Blogger/innen wartete während der vier

Tage ein abwechslungsreiches Programm, je nach Interesse und Leserschaft für Sportbegeisterte, für Entdecker oder auch für Genießer. Durch die spannenden Erlebnisse konnte authentischer Content in Text, Bild und Video generiert werden. Dieser wurde in weiterer Folge über die verschiedenen Social Media-Kanäle gestreut. Multimediales Herzstück des Bloggertreffpunkts war die Social Wall, auf

der alle Beiträge der Blogger/innen vor, während und nach der Reise via Instagram, Facebook oder Twitter mit den Hashtags #inaustria #loveTirol gepostet wurden. Aufgrund des großen Erfolgs mit über 56 Mio. Opportunities to see (OTS) auf den Social Media-Kanälen Twitter, Facebook und Instagram fand im Jänner 2016 die Winteredition des Bloggertreffpunkts statt.

