


# Tourismus

## Österreich 2019



**7,3 %**  
Beitrag zum BIP

**Volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus**



**46,2 Mio.**  
Ankünfte

**11 Jahre**  
4+5 Stern

**11 Jahre**  
3 Stern

Fiktive Entschuldungsdauer Median

**€ 107,-**  
4+5 Stern

**€ 52,-**  
3 Stern

**RevPAR Median**



**49 %**

**Anteil erneuerbarer Energieträger in Beherbergung und Gastronomie**



Öl 16 %  
Gas 11 %  
Erneuerbare 4 %  
Fernwärme 13 %  
Strom 56 %  
Kohle 0 %  
Abfälle 0 %

**Energiemix in Beherbergung und Gastronomie**

**€ 2.291,-**

**Pro Kopf-Einnahmen**

**25 kWh**

**Energieverbrauch pro Nächtigung**

**Tourismus in Österreich 2019**




**220.420**  
Unselbstständig Beschäftigte

**in Beherbergung und Gastronomie**

**152,7 Mio.**  
Nächtigungen

**1,55**  
auf einer Skala von 1 – 6

**Gästezufriedenheit**



**3,3 Nächte**  
Aufenthaltsdauer pro Gast

**78**  
von 100 Punkten

**Tourismus-Akzeptanz der österreichischen Bevölkerung**

Dieser Text wurde elektronisch übermittelt. Abweichungen vom Original sind möglich. www.parlament.gv.at

## Inhalt

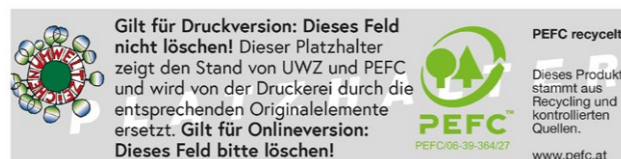
<b>Vorwort</b> .....	7
<b>Masterplan für Tourismus – eine Zwischenbilanz</b> .....	8
<b>Tourismusbilanz 2019</b> .....	11
<b>Indikatoren</b> .....	17
Zukunftsgerichtetes Indikatorensystem .....	18
Volkswirtschaftliche Bedeutung .....	20
Pro-Kopfeinnahmen im internationalen Tourismus .....	23
RevPAR .....	24
Fiktive Entschuldungsdauer .....	25
Ankünfte .....	26
Nächtigungen .....	27
Aufenthaltsdauer .....	28
Energiemix .....	30
Anteil erneuerbarer Energieträger .....	31
Energieverbrauch pro Nächtigung .....	32
Beschäftigung .....	33
Gästezufriedenheit .....	36
Tourismusakzeptanz .....	38
<b>Österreichische Hotel- und Tourismusbank</b> .....	40
<b>Österreich Werbung</b> .....	45

## Impressum

Medieninhaber und Herausgeber:  
Bundesministerium für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus  
Stubenring 1, 1010 Wien

Fotonachweis: Paul Gruber (S. 3), Franz Gerdl (S. 6), Achim Meurer (S. 10), Gert Perauer (S. 17),  
Maria Wawrzyniak TineFoto (S. 40), Charly Schwarz (S. 45), ÖW/Sebastian Stiphout (S. 47),  
ÖW/Martin Steinhäler (S. 47)

Gestaltung: formica werbung,



Alle Rechte vorbehalten  
Wien, Mai 2020



Dieser Text wurde elektronisch hergestellt. Änderungen sind möglich. www.pmf.at

## 2019 – Ein Erfolgjahr für den heimischen Tourismus

In den letzten Jahren wurde an dieser Stelle oft mit Stolz und Freude von neuen Rekorden und Ergebnissen im Tourismus berichtet. Auch das Jahr 2019 war da keine Ausnahme, der Tourismus war auch 2019 eine tragende Säule unserer Wirtschaft, es wurden 38,1 Milliarden Euro Umsätze erwirtschaftet, wir haben 46 Millionen Gäste beherbergt und uns über 153 Millionen Nächtigungen gefreut. Die Branche hat vielen Menschen Arbeit und Einkommen gegeben, die Investitionen in die touristische Infrastruktur waren erheblich.

In Anbetracht der existenziellen Krise, die COVID-19 über die weltweite Tourismusbranche gebracht hat, ist die Freude über die Erfolge 2019 verflogen. Die Maßnahmen zum Schutz von Gesundheit und Leben der Bevölkerung in dieser Pandemie waren notwendig und alternativlos. Sie haben aber den Tourismus mit voller Härte getroffen und Reisen weltweit von einem Tag auf den anderen nahezu unmöglich gemacht. Bis vor wenigen Wochen hätte sich niemand vorstellen können, dass österreichweit Restaurants und Kaffeehäuser geschlossen werden müssen und das Betreten von Hotels und Freizeiteinrichtungen verboten ist. Die gesamte Branche hat eine Vollbremsung hingelegt, wie wir sie bisher nicht kannten.

Die Bundesregierung hat entschlossen reagiert und versucht, mit allen zur Verfügung stehenden Mitteln die schlimmsten Folgen dieser Pandemie für den Tourismus zu mildern: Haftungsübernahmen für Überbrückungskredite, Steuerstundungen, Kreditmoratorien, ein neues Kurzarbeitsmodell, ein Härtefall-Fonds für Klein- und Kleinstunternehmerinnen und -unternehmer sowie Privatzimmervermieterinnen und -vermieter oder der Corona-Hilfsfonds, um nur einige der Maßnahmen zu nennen. Damit können zwar nicht alle Schäden und Einkommenseinbußen beseitigt, aber vielen Unternehmerinnen und Unternehmern sowie ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ein wirtschaftliches Überleben ermöglicht und die schlimmsten Existenzsorgen genommen werden.

Wenn wir nun in diesem Bericht dennoch die Entwicklung des Tourismus im Jahr 2019 darstellen, so tun wir das nicht, um Erfolge der Vergangenheit zu feiern, sondern um zu zeigen, was die österreichische Tourismuswirtschaft, die Unternehmerinnen und Unternehmer, die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Jahr 2019 geleistet haben und – davon bin ich felsenfest überzeugt – auch in Zukunft wieder leisten werden. Danke allen, die mit ihrer täglichen Arbeit dazu beitragen, dass der Tourismusstandort Österreich zu den beliebtesten und schönsten Destinationen der Welt zählt. Gemeinsam werden wir diese Krise meistern!

Elisabeth Köstinger



Elisabeth Köstinger  
Bundesministerin für  
Landwirtschaft, Regionen  
und Tourismus

# Masterplan für Tourismus – eine Zwischenbilanz

Der Plan T – Masterplan für Tourismus wurde beginnend mit März 2018 in einem breiten Stakeholderprozess mit über 500 Teilnehmerinnen und Teilnehmern und in Kooperation mit der Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft der Wirtschaftskammer Österreich erarbeitet.

Im März 2019 wurde der Plan T in Salzburg präsentiert. Der Masterplan verankert Nachhaltigkeit in ihren drei Dimensionen als Grundprinzip für den österreichischen Tourismus. Das ist ein Paradigmenwechsel: Nicht mehr der Gast allein steht im Mittelpunkt der Tourismuspolitik, genauso wichtig sind die Bedürfnisse der Unternehmerinnen und Unternehmer und ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, aber auch der heimischen Bevölkerung und der Umwelt.

Der Plan T wird auch in Zukunft die Grundlage für die Tourismuspolitik der Bundesregierung bleiben, das wurde im aktuellen Regierungsprogramm „Aus Verantwortung für Österreich“ 2020–2024 ausdrücklich festgeschrieben und gilt, natürlich angepasst an die veränderten Rahmenbedingungen, auch für die Zeit nach der COVID-19-Krise.

## Erste Umsetzungsschritte wurden 2019 bereits gesetzt:

Im Bereich Digitalisierung wurde die **Österreich Werbung** als Drehscheibe installiert. Mit einem Sonderbudget von 500.000 Euro wurde das FutureLab „Next Level Tourism Austria“ (NETA) ins Leben gerufen. Die mit 300.000 Euro geförderte Pilotkampagne „You like it? Bike it!“ zum Thema Rad mit sieben Bundesländern ist erfolgreich angelaufen.

Familiengeführte Betriebe rücken laufend in den Fokus der Finanzierungs- und Förderungsinstrumente der **Österreichischen Hotel- und Tourismusbank (ÖHT)** rücken und bilden den Schwerpunkt bei der derzeit laufenden Neuausrichtung der Förderungsrichtlinien. 2019 konnten im Rahmen der Leuchtturmförderung zum Thema „Digitale Potenziale im Tourismus nutzen“ sieben herausragende Projekte prämiert werden.

Sharing Economy-Plattformen sind ein Gewinn für den Tourismusstandort, allerdings nur, wenn fairer Wettbewerb garantiert wird. Seit Jänner 2020 gilt daher eine Aufzeichnungspflicht für die Plattformen, ab 2021 müssen Informationen über Vermieterinnen und Vermieter und deren Umsätze an die Finanzbehörden übermittelt werden.

Auch die Zusammenarbeit mit der Landwirtschaft wurde verstärkt. Österreich soll als **DIE Kulinarik-Destination** positioniert werden, an einer gemeinsamen Kommunikationsstrategie wird gearbeitet. Im neu aufgestellten Netzwerk Kulinarik ist der Tourismus wesentlicher Partner.

Der Klimawandel stellt den Tourismus vor große Herausforderungen. Von Energie-sparmaßnahmen im Hotel bis zu Initiativen zur Plastikvermeidung unterstützte das Bundesministerium für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus die Branche. Tourismusdestinationen sollen verstärkt zu Klima- und Energie-Modellregionen entwickelt werden, die Auswahl einer ersten Tourismusregion läuft gerade. An der stärkeren Etablierung des Umweltzeichens im Tourismus wird gearbeitet. Plattformen wie „Nachhaltige Mobilität im Tourismus“ und „Tourismus-Mobilitätstage“ vernetzen wichtige Stakeholder aus den Bereichen Tourismus, Verkehr und Umwelt.

Für den **touristischen Arbeitsmarkt** konnte die Mangelberufsliste um Tourismusberufe erweitert und regionalisiert werden, das Saisonierkontingent wurde erhöht und flexibler gestaltet. Mit einem Lehrberufspaket wurden auch Lehrberufe attraktiviert und mit dem/der Hotel- und Restaurantfachmann/-frau ein Doppellehrberuf geschaffen. Darüber hinaus wurde für den Österreichischen Innovationspreis Tourismus das Thema der innovativen Mitarbeiterführung gewählt.

Um auf Veränderungen schneller reagieren zu können, wurden neue Formen der **Zusammenarbeit** etabliert. Im April 2019 fand eine Landestourismusreferentenkonferenz mit Frau Bundesministerin Köstinger statt, diese soll künftig jährlich und rollierend in den Bundesländern stattfinden. Mit den „Österreichischen Tourismustagen“ wird ein neues jährliches Branchenforum geschaffen, das vom Bundesministerium für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus gemeinsam mit der Österreich Werbung und der Wirtschaftskammer Österreich organisiert wird. Zusätzlich tagen regelmäßig Arbeitskreise wie die neu geschaffene High Level Group zum touristischen Arbeitsmarkt, das Botschafternetzwerk zu den Sustainable Development Goals oder die Plattform Digitalisierung.

Der Ausbruch des Corona-Virus und die Auswirkungen auf Österreich stellen den Tourismus nun aber vor ganz neue und existentielle Herausforderungen. Dies wird sich auch in den künftigen Maßnahmen der Tourismuspolitik widerspiegeln. Das bedeutet aber nicht, dass der Plan T – Masterplan für Tourismus obsolet ist, die darin definierten Eckpfeiler gelten weiterhin und werden Orientierung auch in diesen schwierigen Zeiten geben.



# Tourismus Bilanz 2019

## Tourismusbilanz 2019 – Ein erfolgreiches Jahr für den Tourismus

Im Kalenderjahr 2019 erreichte sowohl die Zahl der Gästeankünfte mit 46,2 Mio. als auch jene der Übernachtungen mit 152,7 Mio. ihre bisherige Höchstmarke.

Die relative Steigerung betrug +3,0% bei Ankünften und +1,9% bei Übernachtungen – damit blieb die Dynamik jeweils hinter dem mittelfristigen Durchschnitt 2010/2019 von +3,7% bzw. +2,3% pro Jahr zurück. Die Gesamtentwicklung 2019 wurde zum überwiegenden Teil von internationalen Gästen bestimmt, die 69,0% der Ankünfte und 73,8% der Übernachtungen in Österreich stellten.

Im Tourismusjahr 2018/19 (November 2018 bis Oktober 2019) standen österreichweit rund 1,13 Mio. Betten (ohne Campingplätze) zur Verfügung. Im Vergleich zu 2017/18 stieg die Bettenzahl um 1,0%, seit dem Tourismusjahr 1999/2000 veränderte sich der Bestand um insgesamt 3,1%. Auffällig hohe Kapazitätswachstumsraten verzeichnete langfristig die Wiener Hotellerie (1999/2000–2018/19: insgesamt +70,5%). Die seit der Jahrtausendwende stark gestiegene Bettenzahl in Privatquartieren (+573,9%) und gewerblichen Ferienwohnungen (+2.729,5%) ist vor allem in Wien auf die zunehmende Bedeutung der »Sharing Economy«, organisiert über Plattformen wie Airbnb, zurückzuführen. Auch abseits des Städtetourismus erfreuen sich die gewerblichen Ferienwohnungen zunehmender Beliebtheit, was das Angebot in diesem Segment deutlich erhöhte: In Niederösterreich erfuhr die diesbezügliche Bettenkapazität im Tourismusjahr 2019/20 eine Ausweitung gegenüber 2018/19 um 20,9%, seit 1999/2000 betrug das Plus in diesem Bundesland 431,5%; die Unterkunftsart stellt dennoch aktuell nur 2,0% des regionalen Bettenangebotes (ohne Camping). In Salzburg, der Steiermark und Vorarlberg expandierten die Kapazitäten in gewerblichen Ferienwohnungen seit 1999/2000 ebenfalls überdurchschnittlich kräftig (zwischen +194% und +363,4%), die Marktanteile lagen hier mit 9,7% bis 14,3% aber weitaus höher.

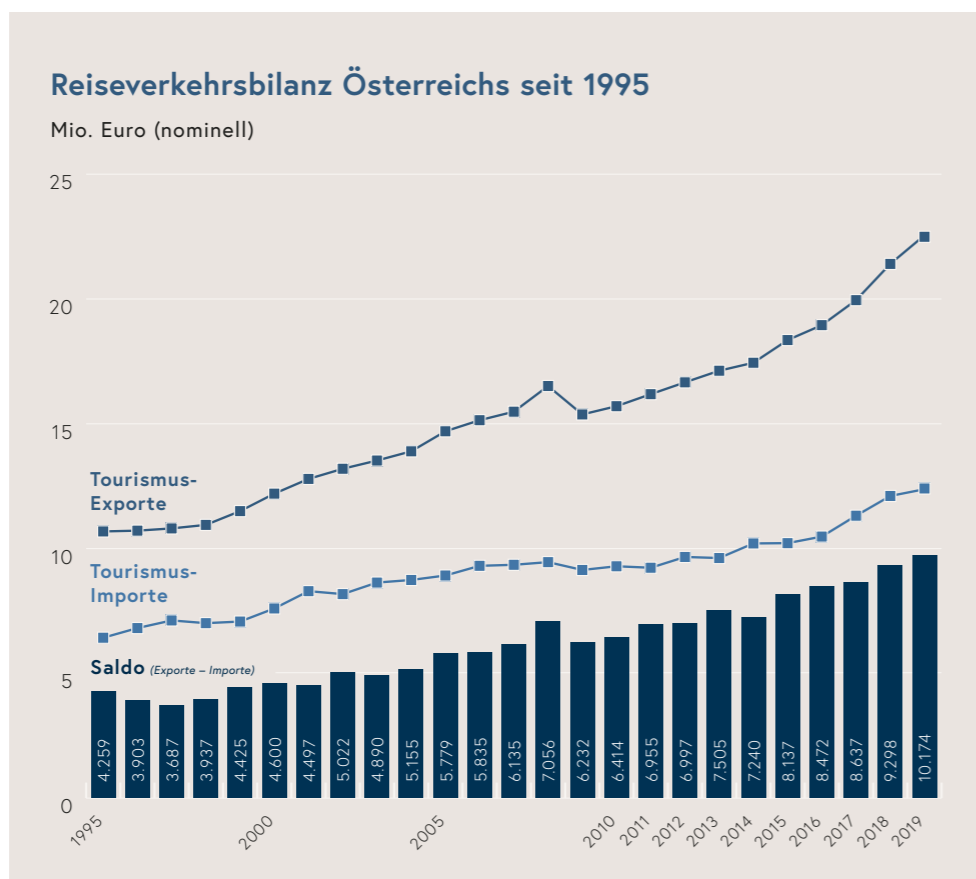
Die in österreichischen Beherbergungsbetrieben im Tourismusjahr 2018/19 verfügbaren Betten (ohne Camping) verteilten sich mit rund 831.400 Betten zu 73,3% (1999/2000: 66,7%) auf gewerbliche und mit ca. 302.400 Betten zu 26,7% (1999/2000: 33,3%) auf private Unterkünfte.

*Historische Höchstwerte bei Ankünften und Nächtigungen*

*Auslastung der Betriebe stabil – Ferienwohnungen gewinnen an Bedeutung*

**Deutlicher Überschuss in der Reiseverkehrsbilanz; stärkere Dynamik bei Tourismusexporten als bei Importen**

Neben den touristischen Mengengrößen (Ankünfte, Übernachtungen) schlug sich das Wachstum des heimischen Tourismus 2019 auch in der Reiseverkehrsbilanz nieder: Sowohl die Einnahmen (Exporte) als auch die Ausgaben (Importe) im internationalen Reiseverkehr erreichten mit nominell 22,6 Mrd. Euro (+5,4%) bzw. 12,4 Mrd. Euro (+2,2%) neue historische Höchstwerte (einschließlich des internationalen Personentransportes). In realer Rechnung wurde 2019 bei den Exporten das bisherige Rekordvolumen 2018 um 3,4% übertroffen, die Importe verfehlten auf preisbereinigter Basis das Vorjahresniveau dagegen knapp (-0,3%). Der Reiseverkehrssaldo wuchs 2019 zu laufenden Preisen auf einen Überschuss von 10,2 Mrd. Euro an, das bedeutet ein Plus von 9,4% gegenüber 2018.



Quelle: OeNB, Statistik Austria, WIFO; WDS – WIFO-Daten-System, Macrobond. Einschließlich internationaler Personentransport; 2019: Schätzung.

Nachdem die Reiseverkehrsbilanz aber nur die monetären Beziehungen Österreichs mit dem Ausland erfasst (eingangsseitig in Form der Tourismusexporte, Importe als Abflüsse) und damit den Binnenreiseverkehr nicht berücksichtigt, wird die tatsächliche Bedeutung der Tourismuswirtschaft auf dieser Basis stark unterschätzt. Das von Statistik Austria (STAT) und Österreichischem Institut für Wirtschaftsforschung (WIFO) im Auftrag des Bundesministeriums für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus (BMLRT) auf Basis der empfohlenen methodologischen Grundlagen internationaler Organisationen entwickelte Tourismus-Satellitenkonto (TSA) für Österreich trägt hingegen einer

touristischen Gesamtsicht Rechnung und schließt alle hierfür relevanten Komponenten mit ein, also auch den Binnenreiseverkehr.

Für das vorliegende Berichtsjahr 2018 wurden Anpassungen für die gesamte Zeitreihe des Basissatelliten aufgrund neuer bzw. revidierter Datenquellen und Schätzmethoden durchgeführt, die im Zuge der Umstellung auf ein konsistentes System von TSA auf Bundesländerebene – beginnend mit dem Berichtsjahr 2018 – notwendig wurden. Die aktuellen Ergebnisse des TSA für Österreich sind als vorläufige Ergebnisse zu betrachten, da es mit der Berechnung von regionalen TSA für die Bundesländer zu weiteren qualitätsverbessernden Umstellungen kommen wird.

Das aktuelle TSA zum Berichtsjahr 2018 weist einen touristischen Gesamtkonsum in- und ausländischer Gäste (einschließlich Zweitwohnungsbesuchen) von nominell 37,0 Mrd. Euro aus (+4,2%). Dieser verteilte sich zu 54,2% auf internationale Gäste, zu 45,4% auf inländische Reisende sowie zu 0,4% auf Besucherinnen und Besucher von Zweitwohnsitzen und Wochenendhäusern. 2019 dürfte der Tourismuskonsum in Österreich ersten Schätzungen zufolge um 2,9% auf 38,1 Mrd. Euro gestiegen sein (zu laufenden Preisen).

Da das TSA-Konzept nur jene Aufwendungen umfasst, denen eine direkte Verbindung zwischen Konsumentinnen und Konsumenten und Produzentinnen und Produzenten zugrunde liegt, bezieht sich die daraus resultierende Wertschöpfung ebenfalls nur auf die direkten Effekte. Diese beliefen sich im Berichtsjahr 2018 ohne Dienst- und Geschäftsreisen (DGR) zu laufenden Preisen auf 21,5 Mrd. Euro, was eine Steigerung gegenüber 2017 von 5,8% bedeutet (einschließlich DGR: 22,9 Mrd. Euro; +5,7%). Der rechnerische Anteil der Kennzahl am BIP lag bei 5,6% bzw. 5,9% inklusive geschäftlicher Reisen (jeweils +0,1 Prozentpunkt gegen 2017). 2019 expandierte die direkte Wertschöpfung des Tourismus schätzungsweise sowohl einschließlich als auch ohne Geschäftsreisen um 2,9%, der BIP-Anteil blieb damit im Vergleich zu 2018 jeweils unverändert (5,6% bzw. 5,9%).

Die so ermittelten Gesamteffekte (direkt und indirekt) beliefen sich 2018 auf nominell 28,3 Mrd. Euro (+5,0%). Damit generierte die Tourismuswirtschaft in Österreich 7,3% des BIP. 2019 wuchs das Volumen des Sektors schätzungsweise um 2,9% auf rund 29,2 Mrd. Euro an und trug erneut 7,3% zum gesamtwirtschaftlichen Ergebnis bei.

In Österreich waren laut TSA-Beschäftigungsmodul 2018 rund 222.100 Selbst- und Unselbstständige (in Vollzeitäquivalenten; VZÄ) in charakteristischen Tourismusindustrien tätig, um 4,1% mehr als 2017. Ihr Anteil an den Erwerbstätigen insgesamt betrug 5,7% (VZÄ; 2017 revidiert: 5,6%). Knapp drei Viertel dieser direkt im Tourismus Beschäftigten entfielen auf die Kernbereiche Gastronomie (45,8%) und Beherbergung (27,3%; auf Basis von VZÄ).

**Tourismuskonsum in Österreich erreichte 2019 Volumen von 38,1 Mrd. Euro**

**Touristische Wertschöpfung 2018: direkte und indirekte Effekte von 28,3 Mrd. Euro (7,3% Beitrag zum BIP)**

**5,7% der Erwerbstätigen direkt im Tourismus beschäftigt; 7,8% direkt und indirekt mit Tourismuswirtschaft verbunden**

Indirekte Beschäftigungseffekte lassen sich ebenso wenig wie jene für die Wertschöpfung unmittelbar beobachten bzw. aus Primärdaten ableiten, sondern müssen modellhaft abgeschätzt werden. Unter Anwendung des vom WIFO entwickelten Modells ASCANIO beliefen sich die durch die Tourismusnachfrage insgesamt (direkt und indirekt) in allen Wirtschaftsbereichen ausgelösten Beschäftigungswirkungen 2018 auf rund 305.900 Erwerbstätige (VZÄ; +3,9% gegenüber 2017).

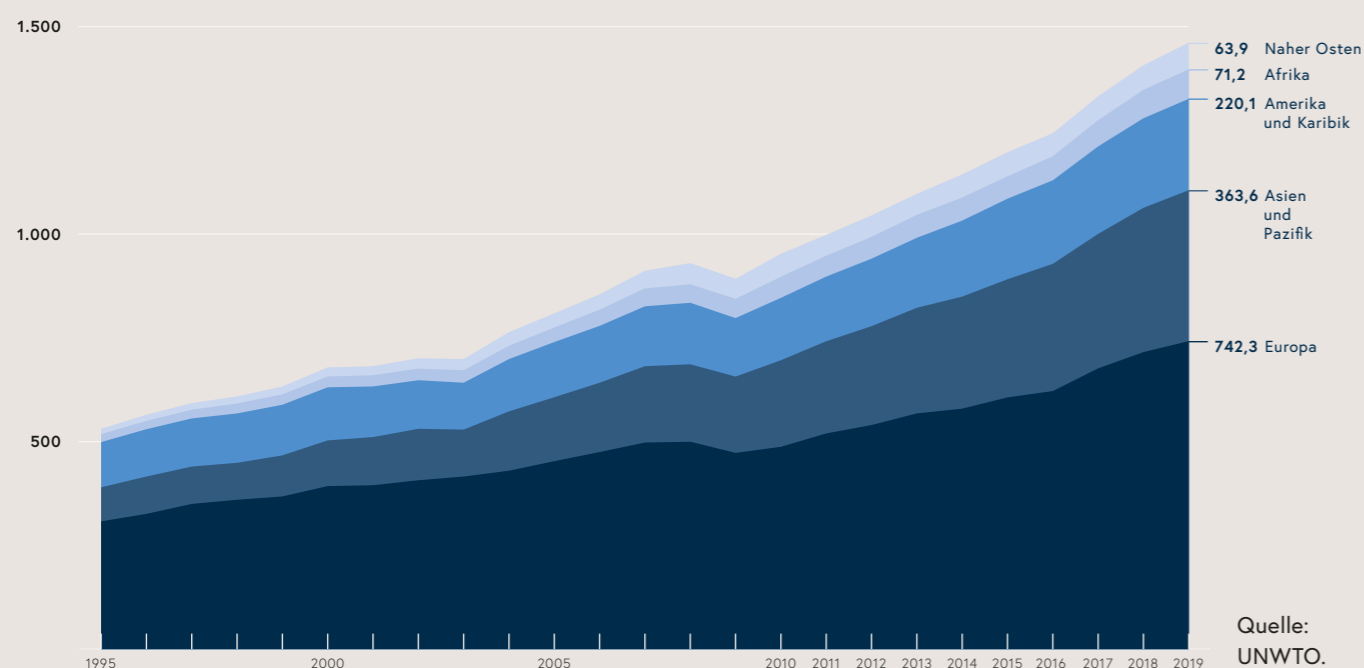
Der Tourismus leistete damit im Jahr 2018 einen Beitrag von 7,8% zur österreichweiten Gesamtbeschäftigung (auf Basis von VZÄ; 2017 revidiert: 7,7%). 2019 dürfte die Zahl der direkt und indirekt mit der Tourismuswirtschaft verbundenen Vollzeitstellen um 1,9% gewachsen sein und neuerlich 7,8% der Beschäftigung insgesamt ausgemacht haben.

### Weltweite Entwicklung der Ankünfte internationaler Übernachtungsgäste

Mit einem Wachstum von +3,8% flachte sich die starke Dynamik der Jahre 2017 (+7,2%) und 2018 (+5,6%) jedoch merklich ab und lag damit auch unter der durchschnittlichen jährlichen Entwicklung von +4,9% seit 2010 (nach dem Rückgang im Krisenjahr 2009 stieg die Zahl der weltweiten internationalen Gästeankünfte kontinuierlich an; UNWTO, 2020).

Abflachung der Dynamik im Welttourismus

### Entwicklung der internationalen Touristenankünfte nach Welt-Subregionen seit 1995, in Mio.



Das verlangsamte Nachfragewachstum 2019 ist auf die relativ schwächere Entwicklung in Europa (+3,7%; 2018 +5,8%) und Amerika (einschließlich Karibik: +2,0%; 2018 +2,4%) zurückzuführen, die zusammen knapp zwei Drittel des globalen Aufkommens an internationalen Gästeankünften stellten. Die übrigen Welt-Subregionen verzeichneten dagegen eine überdurchschnittlich starke Dynamik, allen voran der Nahe Osten (+7,6%; dieser konnte 2017 und 2018 nicht am starken Globalwachstum partizipieren und hatte 2016 sogar einen empfindlichen Rückgang (-4,7%) zu verzeichnen), gefolgt von Asien und dem Pazifischen Raum (+4,6%; 2018 +7,3%) sowie Afrika (+4,2%) – letzteres hatte 2018 den relativ höchsten Zuwachs an internationalen Gästeankünften verbucht (+8,5%).

### Tourismus in Europa und Position Österreichs

Österreichs Marktanteil an den nominellen Einnahmen der EU-28 im internationalen Reiseverkehr (ohne internationalen Personentransport) erreichte 2019 4,84%. Damit konnte die Position des Vorjahres gehalten werden (2018: 4,83%). Preisbereinigt lag die Kennzahl 2019 unverändert bei 4,64%. Während das Gewicht Österreichs an den EU-weiten Tourismusexporten seit 2010 um insgesamt 0,5 Prozentpunkte schrumpfte (real -0,8 Prozentpunkte), blieb es langfristig relativ stabil (2000/2019: insgesamt +0,1 Prozentpunkte; real: -0,2 Prozentpunkte). Gestiegene und ähnliche Marktanteile wie Österreich wiesen 2019 Griechenland, Portugal, die Niederlande und Schweden auf. In etwa doppelt so starkes Gewicht hatten das Vereinigte Königreich und Deutschland, deren Bedeutung gegen 2018 jedoch abnahm (-0,5 Prozentpunkte bzw. -0,3 Prozentpunkte). Unter den drei bedeutendsten Tourismusländern der EU-28 lag Italien 2019 mit einer Steigerung seines nominellen Exportanteils um 0,2 Prozentpunkte auf 10,5% voran (nach ebenfalls +0,2 Prozentpunkten 2018); die Stellung Frankreichs blieb mit 13,7% unverändert, Spanien verbuchte mit aktuell 16,8% der EU-weiten nominellen Einnahmen im internationalen Reiseverkehr das zweite Jahr in Folge Rückgänge (je -0,2 Prozentpunkte).

Die globale Zahl internationaler Ankünfte von Übernachtungsgästen erreichte 2019 mit knapp 1,5 Mrd. einen neuen Höchstwert

2019 Stabilisierung der Position Österreichs im europäischen Tourismus

### Ausblick 2020

In Anbetracht der aktuellen Corona-Krise, deren Dauer zum Zeitpunkt der Fertigstellung dieses Berichts noch nicht absehbar war, erscheint es fast unmöglich, einen realistischen Ausblick auf das Jahr 2020 zu geben. Schon jetzt ist allerdings gewiss, dass die österreichische Tourismuswirtschaft aufgrund der massiven Einschränkungen auf der Angebotsseite durch Schließungen bzw. Betretungsverbote von Beherbergungsbetrieben, Seilbahnen, Freizeiteinrichtungen, Gastronomie- und Handelsbetrieben, etc. sowie des Einbruchs der inländischen und ausländischen Nachfrage (durch Einschränkungen der Bewegungsfreiheiten, Grenzschießungen, Verbot von Veranstaltungen etc.) mit stark sinkenden Erlösen konfrontiert sein wird.

Ausblick 2020



# Indikatoren

Das Ausmaß dieser Verluste hängt nicht nur vom Zeitpunkt der Aufhebung der Angebots- und nachfrageseitigen Beschränkungen ab, sondern auch davon, wie schnell sich die Nachfrage erholen wird. Folgende Faktoren spielen in der Erholungsphase eine wichtige Rolle:

- Zeitliche Ressourcen der potenziellen Österreich-Gäste: Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer sind während der Krise vielfach dazu angehalten, Urlaubsansprüche und Zeitguthaben abzubauen; selbstständige Erwerbstätige müssen nach der Krise jene Verluste kompensieren, die sie durch die Unterbrechung ihrer Geschäftstätigkeiten erleiden. Das Zeitbudget, das nach der Krise für Urlaube zur Verfügung steht, wird dadurch erheblich eingeschränkt.
- Der wirtschaftliche Schaden durch die Pandemie wird zu einer Verringerung des verfügbaren Einkommens führen, bedingt durch Arbeitslosigkeit und Kurzarbeit bei unselbstständig Beschäftigten sowie massive Erlöseinbußen bei Selbstständigen. Dadurch verringert sich der finanzielle Spielraum für Urlaubsreisen.
- Die Möglichkeit zu reisen ist nur dann gegeben, wenn die Bewegungsfreiheit der Menschen sichergestellt ist, also Grenzsicherungen wieder aufgehoben werden.
- Letztendlich muss auch das persönliche Sicherheitsgefühl wiederhergestellt, also die Angst vor einer möglichen Ansteckung überwunden worden sein, bevor sich die Nachfrage nach Reisen wieder erholen kann.

Neben Urlaubsreisen sind auch Geschäftsreisen und Kongressbesuche von der Krise betroffen. Während jedoch davon auszugehen ist, dass bei Urlauberinnen und Urlaubern die »Lust am Reisen« zwar kurzfristig zurückgeht, aber in der langen Frist ungebrochen bleibt, könnte das Wachstum bei Geschäftsreisen nachhaltig gedämpft werden. Die in Krisenzeiten erworbenen Erfahrungen mit Videokonferenzen und den dazu notwendigen Technologien könnten Unternehmen, aber auch wissenschaftliche Einrichtungen dazu veranlassen, die Notwendigkeit von Reisen und Konferenzteilnahmen stärker in Frage zu stellen und öfter auf (kostengünstigere) virtuelle statt auf (teurere) persönliche Kontakte zu setzen.

Prognosen über die Entwicklung der österreichischen Tourismuswirtschaft im Jahr 2020 können angesichts der Unsicherheiten über die Dauer aller Beschränkungen in Österreich und den wichtigsten Herkunftsländern unserer Gäste sowie über den Einfluss der oben genannten Faktoren auf die Nachfrage nach Urlaubsreisen daher aktuell nicht abgegeben werden. In einem Szenario, in dem Beherbergungsbetriebe Ende Mai wieder öffnen dürfen, sich die Inlandsnachfrage über den Sommer hinweg erholt, die Nachfrage aus dem Ausland aber bis Jahresende deutlich unter dem Vorjahresniveau verbleibt, ist mit einem Rückgang der Nächtigungen im gesamten Kalenderjahr 2020 von über 30% bis annähernd 50% zu rechnen – je nachdem, in welchem Ausmaß und welcher Geschwindigkeit die Nachfrage aus dem Inland anzieht und eine Aufhebung der Grenzsicherungen zum wichtigsten internationalen Quellmarkt, Deutschland, erreicht werden kann, womit auch deutsche Gäste ihren Urlaub wieder in Österreich verbringen könnten.

# Zukunftsgerichtetes Indikatorensystem

Im Plan T – Masterplan für Tourismus ist die Erarbeitung eines neuen zukunftsgerichteten Indikatorensystems angeführt. Bisher wurde der Erfolg des Tourismus hauptsächlich an quantitativen Größen wie Nächtigungen und Ankünften gemessen, die aber nur einen Teilaspekt der Branche widerspiegeln. Für eine zielgerichtete Tourismuspolitik braucht es Instrumente, die ein umfassendes Bild und eine ganzheitliche Betrachtung erlauben. Mit Hilfe eines neuen Indikatorensets sollen zukünftig alle Aspekte der Entwicklung des österreichischen Tourismus beleuchtet und alle drei Dimensionen der Nachhaltigkeit – die ökonomische, die ökologische und die soziokulturelle – abgebildet werden.

Der Fokus liegt dabei auf dem Tourismus-Satellitenkonto (TSA). Mit diesem werden die Wertschöpfung und die Beschäftigungseffekte errechnet, und dadurch wird die monetäre Größenordnung der Tourismuswirtschaft sichtbar. Das TSA bildet nicht nur den Nächtigungstourismus, sondern auch den Tagestourismus ab und zeigt die Verflechtung des Tourismus mit anderen Wirtschaftssektoren. Basierend auf TSA-Berechnungen können die Gesamtausgaben auf verschiedene Kategorien aufgeteilt werden, was die Vielschichtigkeit der Verbundwirtschaft Tourismus verdeutlicht.

## Ein Zukunftsgerichtetes Indikatorensystem

### o Anteil am BIP

Quelle: TSA

### o Pro Kopf-Einnahmen

Quelle: WIFO

### o Fiktive Entschuldungsdauer

Quelle: ÖHT

### o Ankünfte

Quelle: Statistik Austria

### o Revenue per Available Room

Quelle: ÖHT

### o Energieverbrauch pro Nächtigung

Quelle: Umweltbundesamt GmbH

Neben den Ergebnissen des TSA gibt es in jeder der drei Dimensionen noch weitere Indikatoren, die die Entwicklung der Branche in diesem Bereich abbilden. Die wirtschaftliche Lage der Betriebe wird z.B. auch anhand von RevPAR (Revenue Per Available Room) und fiktiver Entschuldungsdauer beurteilt. Nächtigungen und Ankünfte werden natürlich weiterhin abgebildet, ebenso wie die Aufenthaltsdauer. Mit dem Energiemix, dem Anteil erneuerbarer Energieträger am Gesamtenergieverbrauch der Hotellerie und Gastronomie und dem Energieverbrauch/Nächtigung findet nun erstmals auch eine ökologische Komponente Berücksichtigung. Die Zufriedenheit der Gäste ist ein wesentliches Kriterium und bildet gemeinsam mit der Tourismusakzeptanz der Bevölkerung und der Beschäftigung aus dem TSA die soziokulturelle Dimension ab.

Dieses neue Indikatorensystem bildet die Struktur für diesen und die künftigen Tourismusberichte, da es einen breiten Überblick über die Entwicklung der Tourismusbranche gibt. Im Kern bleibt dieses Indikatorensystem erhalten, es handelt sich dabei aber nicht um ein starres Set. Vielmehr wird es eine laufende Weiterentwicklung der Indikatoren geben, um sich ändernden Gegebenheiten und neuen Datenlagen anzupassen.

Im Anschluss an das Indikatorensystem finden sich weiterhin ein Bericht der Österreichischen Hotel- und Tourismusbank sowie der Österreich Werbung als zentrale Institutionen der Tourismuspolitik auf Bundesebene.

### o Ø Aufenthaltsdauer

Quelle: Statistik Austria

### o Energiemix in Beherbergung und Gastronomie

Quelle: Umweltbundesamt GmbH

### o Anteil erneuerbarer Energieträger

Quelle: Statistik Austria

### o Nächtigungen

Quelle: Statistik Austria

### o Ø Beschäftigung

Quelle: TSA

### o Gästezufriedenheit

Quelle: T-MONA

### o Tourismusakzeptanz

Quelle: Marketmind GmbH

# Volkswirtschaftliche Bedeutung

Indikator

7,3 %

Beitrag zum BIP

Volkswirtschaftliche Bedeutung

Die ermittelten Gesamteffekte (direkt und indirekt) beliefen sich 2018 auf nominell 28,3 Mrd. Euro (+5,0%). Damit generierte die Tourismuswirtschaft in Österreich 7,3% des BIP. 2019 wuchs das Volumen des Sektors schätzungsweise um 2,9% auf rund 29,2 Mrd. Euro an und trug erneut 7,3% zum gesamtwirtschaftlichen Ergebnis bei.

Betrachtet man nur die direkten Effekte, so beliefen sich diese im Berichtsjahr 2018 ohne die Dienst- und Geschäftsreisen (DGR) zu laufenden Preisen auf 21,5 Mrd. Euro, was eine Steigerung gegenüber 2017 von 5,8% bedeutet (einschließlich DGR: 22,9 Mrd. Euro; +5,7%). Der rechnerische Anteil der Kennzahl am BIP lag bei 5,6% bzw. 5,9% inklusive geschäftlicher Reisen (jeweils +0,1 Prozentpunkte gegen 2017). 2019 expandierte die direkte Wertschöpfung des Tourismus schätzungsweise sowohl einschließlich als auch ohne Geschäftsreisen um 2,9%, der BIP-Anteil blieb damit im Vergleich zu 2018 jeweils unverändert (5,6% bzw. 5,9%).

Auf Basis von Modellrechnungen des WIFO mittels ASCANIO, einem regionalen Simulationsmodell, dem unter anderem sektorale Lieferverflechtungen sowie eine tourismusrelevante Bewertung der Güterstruktur auf Basis der Konsumstatistik laut VGR zugrunde liegen, konnten die direkten Wertschöpfungswirkungen des Tourismus in Österreich in Erweiterung der TSA-Sicht um die indirekten Effekte (d. h. die aus Vorleistungsverflechtungen resultierenden wirtschaftlichen Impulse) für die gesamte Zeitreihe der Berichtsjahre 2000 bis 2018 ergänzt werden.

## Die volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in Österreich, 2000–2019

Tourismus-Satellitenkonto – Direkte Wertschöpfung		2000	2005	2010	2015	2018	2019
Mio. Euro	Ohne Dienst- und Geschäftsreisen	10.912	13.707	16.570	18.782	21.508	22.135
	Inkl. Dienst- und Geschäftsreisen	11.681	14.618	17.521	20.017	22.872	23.545
Veränderung gegen das Vorjahr in %	Ohne Dienst- und Geschäftsreisen		+5,0	+10,2	+2,2	+5,8	+2,9
	Inkl. Dienst- und Geschäftsreisen		+4,8	+9,1	+2,4	+5,7	+2,9
Anteil am BIP in %	Ohne Dienst- und Geschäftsreisen	5,1	5,4	5,6	5,5	5,6	5,6
	Inkl. Dienst- und Geschäftsreisen	5,5	5,8	5,9	5,8	5,9	5,9

TSA-Erweiterungen – Direkte und indirekte Wertschöpfung		2000	2005	2010	2015	2018	2019
Mio. Euro (ohne Dienst- und Geschäftsreisen)		15.734	19.053	22.312	25.055	28.345	29.171
Veränderung gegen das Vorjahr in %			+4,4	+8,1	+2,8	+5,0	+2,9
Beitrag zum BIP in %		7,4	7,5	7,5	7,3	7,3	7,3

Quelle: Statistik Austria, WIFO. Basierend auf »Recommended Methodological Framework (RMF) 2008«; 2000 bis 2017: revidiert, 2018: vorläufig, 2019: Schätzung.

## Hauptergebnisse des Tourismus-Satellitenkontos für Österreich

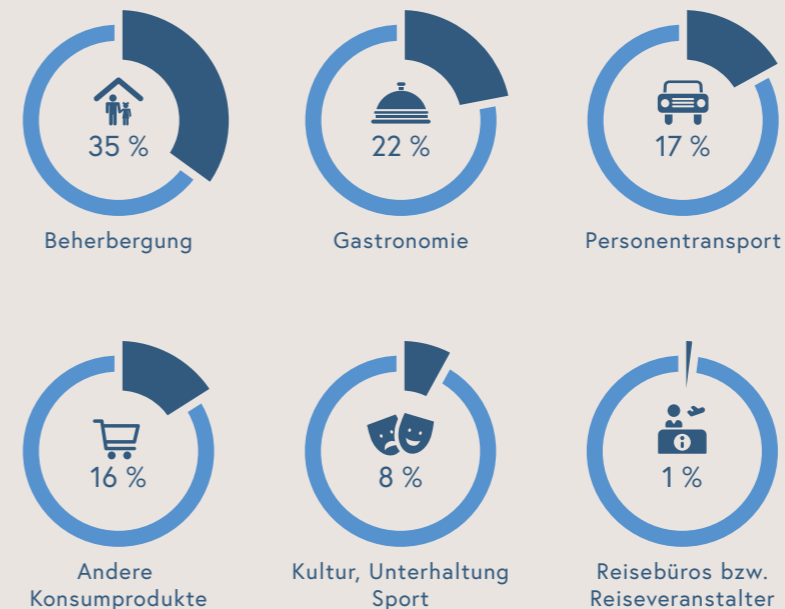
2000–2019

Touristische Nachfrage (Mio. Euro)	2000	2005	2010	2015	2018	2019
<b>Ausgaben ausländischer Gäste</b>	11.979	14.423	15.389	17.789	20.052	<b>20.734</b>
Übernachtungsgäste	10.576	12.583	13.100	14.963	16.770	17.307
Tagesreisende	1.403	1.840	2.289	2.826	3.282	3.427
<b>Ausgaben inländischer Gäste</b>	10.576	12.583	13.100	14.963	16.770	<b>17.307</b>
Urlaubsreisende	6.906	8.621	11.539	12.825	14.548	14.875
Übernachtungsgäste (einschließlich Kurgäste)	5.614	7.067	9.447	10.491	11.946	12.256
Tagesreisende	1.292	1.553	2.092	2.334	2.603	2.619
Geschäftsreisende	1.234	1.447	1.605	2.022	2.243	2.319
Übernachtungsgäste	829	988	1.190	1.508	1.710	1.779
Tagesreisende	404	459	415	514	533	540
<b>Ausgaben in Wochenendhäusern/Zweitwohnungen</b>	96	114	139	146	159	<b>163</b>
<b>Gesamtausgaben</b>	<b>20.215</b>	<b>24.605</b>	<b>28.672</b>	<b>32.782</b>	<b>37.002</b>	<b>38.091</b>

Quelle: Statistik Austria, WIFO. Urlaubs- und Geschäftsreisen. Basierend auf »Recommended Methodological Framework (RMF) 2008«; 2000 bis 2017: revidiert, 2018: vorläufig, 2019: Schätzung.

## Struktur des Tourismuskonsums lt. TSA für Österreich 2018

gerundet (Rest: Wertvolle Waren)



Quelle: Statistik Austria. Urlaubs- und Geschäftsreisen. Basierend auf »Recommended Methodological Framework (RMF) 2008«; vorläufig.



### Bettenauslastung

- 2018/19: 35,2 %  
(1999/2000 26,9 %)
- **Gewerbliche Betriebe:**  
2018/19: 39,8 %  
(1999/2000: 31,7 %)
- **Private Unterkünfte:**  
2018/19: 22,5 %  
(1999/2000: 17,1 %)
- **4+5\*-Stern-Hotellerie –**  
**Wies die höchste**  
**Auslastung unter**  
**allen Unterkunfts-**  
**Arten auf:**  
2018/19: 51,6 %  
(1999/2000: 46,5 %)

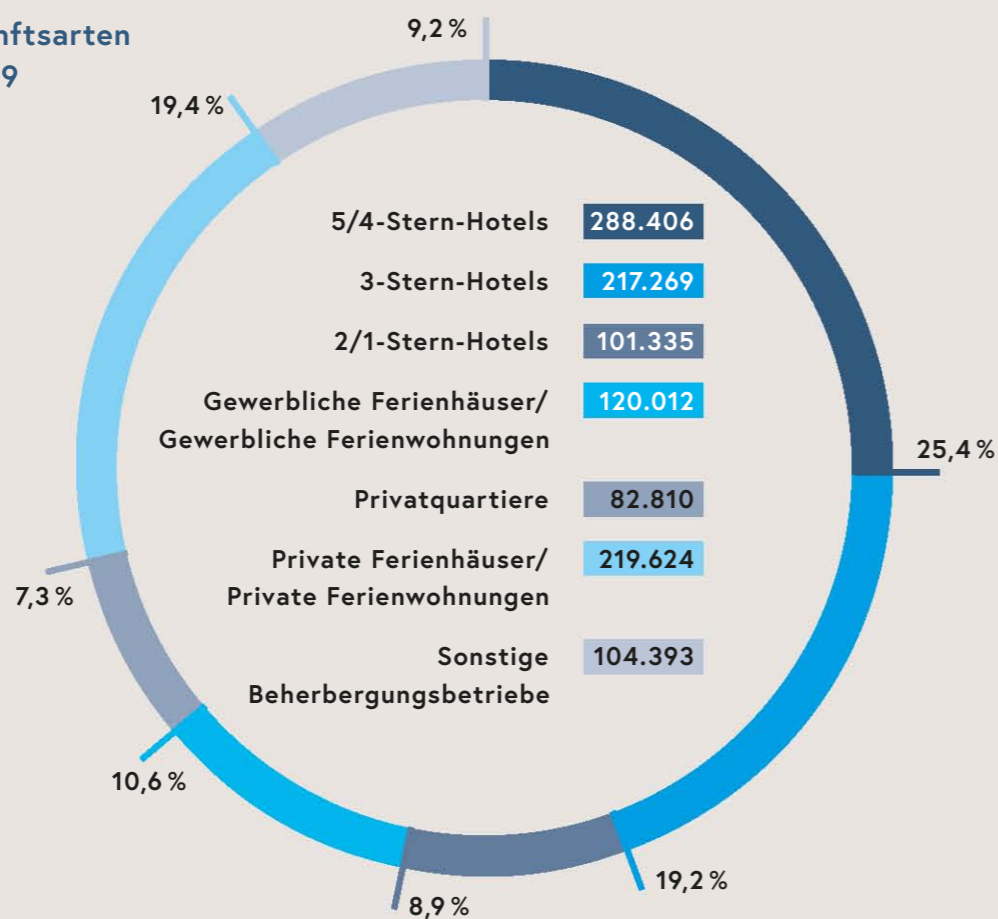
Auf Basis Tourismusjahr



Betriebe und Betten nach Bundesländern 2018/19	Betriebe	Betten
Burgenland	1.211	23.504
Kärnten	8.472	122.266
Niederösterreich	3.252	70.798
Oberösterreich	3.556	70.682
Salzburg	11.917	222.863
Steiermark	7.158	117.119
Tirol	22.431	350.758
Vorarlberg	4.908	73.965
Wien	4.512	81.894
<b>Österreich Gesamt</b>	<b>67.417</b>	<b>1.133.849</b>

Auf Basis Tourismusjahr

### Betten nach Unterkunftsarten Tourismusjahr 2018/19



## Pro Kopf-Einnahmen im internationalen Tourismus

Indikator

€ 2.291,-

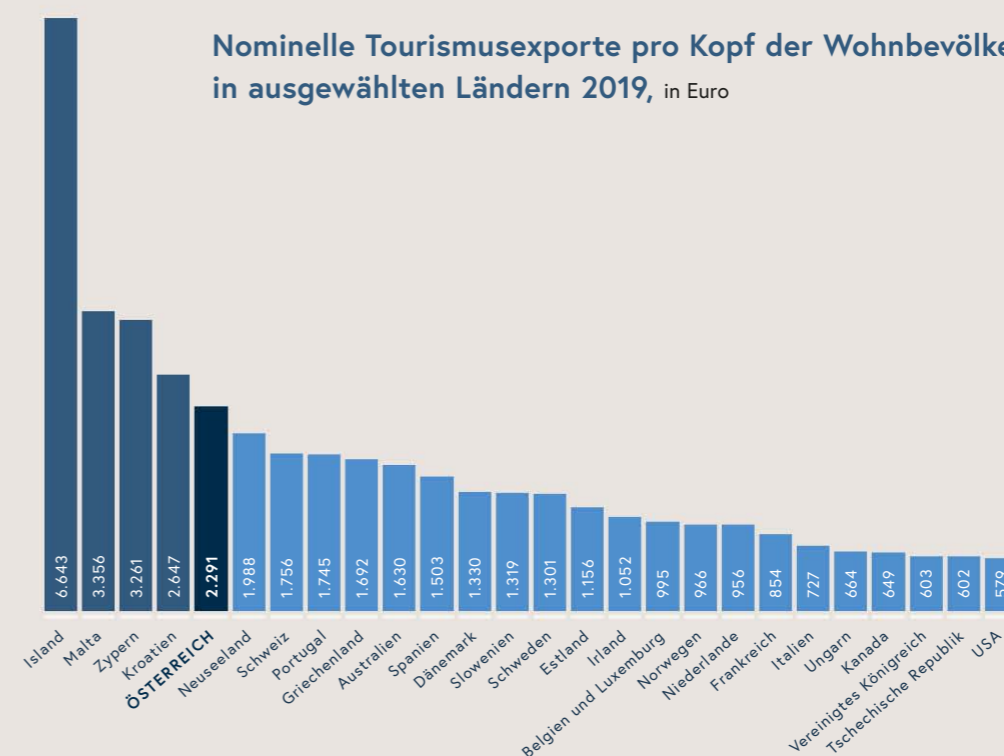
Pro Kopf-Einnahmen

Während im Kalenderjahr 2019 unter 42 Ländern nur vier auf den Tourismus spezialisierte Staaten höhere Einnahmen aus dem internationalen Reiseverkehr (ohne internationalen Personentransport) aufwiesen als Österreich, nämlich die Inselrepubliken Island (nominell 6.643 Euro), Malta (3.356 Euro), Zypern (3.261 Euro) sowie Kroatien (2.647 Euro), blieben die in ihrer Wirtschaftsstruktur mit Österreich vergleichbaren Länder zum Teil deutlich hinter dem Wert von nominell 2.291 Euro zurück. Die weit überdurchschnittlich hohen Pro-Kopf-Einnahmen Islands erklären sich durch die sehr geringe Bevölkerungsdichte. Im Schnitt der EU-28 lag die Kennzahl 2019 bei nominell 816 Euro (Deutschland: 439 Euro), für die insgesamt 42 Länder (EU-28, Island, Norwegen Schweiz, Türkei, Australien, Neuseeland, Japan, Kanada, Mexiko, USA, BRIC-Staaten) betrug sie 199 Euro.

Seit 2016 belegt Österreich im Ranking der nominellen Tourismusexporte pro Kopf unter 42 Ländern kontinuierlich Platz 5, während es in den Jahren 2012 bis 2015 noch Rang 4 (vor Kroatien) innehatte. Im Krisenjahr 2009 nahm Österreich sogar kurzfristig den 2. Platz hinter Zypern ein, während Island nur Rang 5 belegte (hinter Malta und Kroatien).

Österreich mit höchsten Tourismusexporten pro Kopf unter den Industrieländern

### Nominelle Tourismusexporte pro Kopf der Wohnbevölkerung in ausgewählten Ländern 2019, in Euro



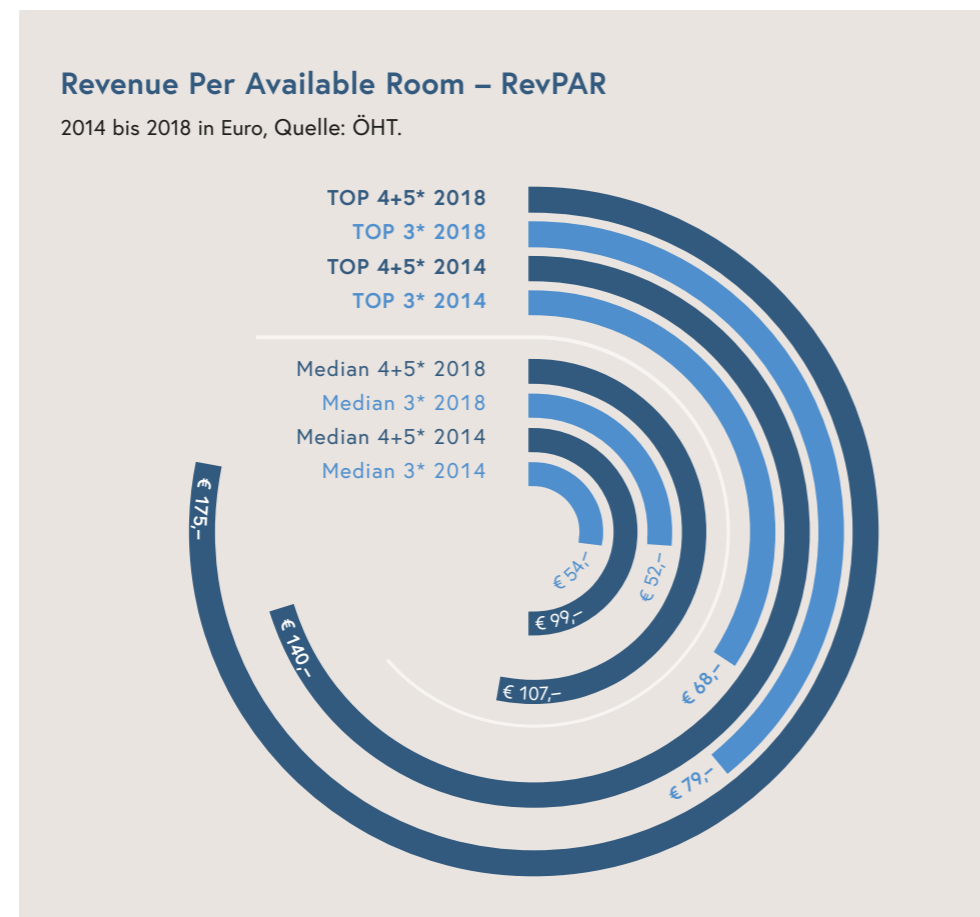
Quelle IMF, OECD, OeNB, WIFO, wiiw, UNWTO; WDS – WIFO-Daten-System, Macrobond. Ohne internationalen Personentransport; 2019: Schätzung.

# RevPAR – Revenue Per Available Room

RevPAR und Entschuldungsdauer sind verlässliche Parameter zur Beurteilung der wirtschaftlichen Entwicklung der von der Österreichischen Hotel- und Tourismusbank (ÖHT) geförderten Hotelbetrieben.

## Der RevPAR (Revenue Per Available Room)

ist eine Kennzahl aus der internationalen Hotellerie und steht für den erzielten Beherbergungsumsatz pro verfügbarem Zimmer. In Jahresbetrachtung kann damit letztendlich beurteilt werden, wie viel Umsatz mit einem Hotelzimmer erzielt werden konnte (RevPAR = Beherbergungsumsatz / [Offenhaltetage x Zimmerkapazität]). Die Kennzahl eignet sich besonders für zwischenbetriebliche Vergleiche innerhalb der einzelnen Hotelkategorien. Während der Durchschnitt der 3\* Hotelbetriebe den RevPAR innerhalb der letzten fünf Jahre nicht steigern konnte, ist der erzielte Umsatz pro Zimmer bei den TOP Betrieben (oberes Quartil) dieser Kategorie und durchgängig bei den 4/5\* Hotelbetrieben deutlich angestiegen. Im Median liegt der RevPAR für die 4/5\* Kategorie bei 107 Euro (2014: 99 Euro), der TOP Wert bei 157 Euro (2014: 140 Euro).



# Fiktive Entschuldungsdauer

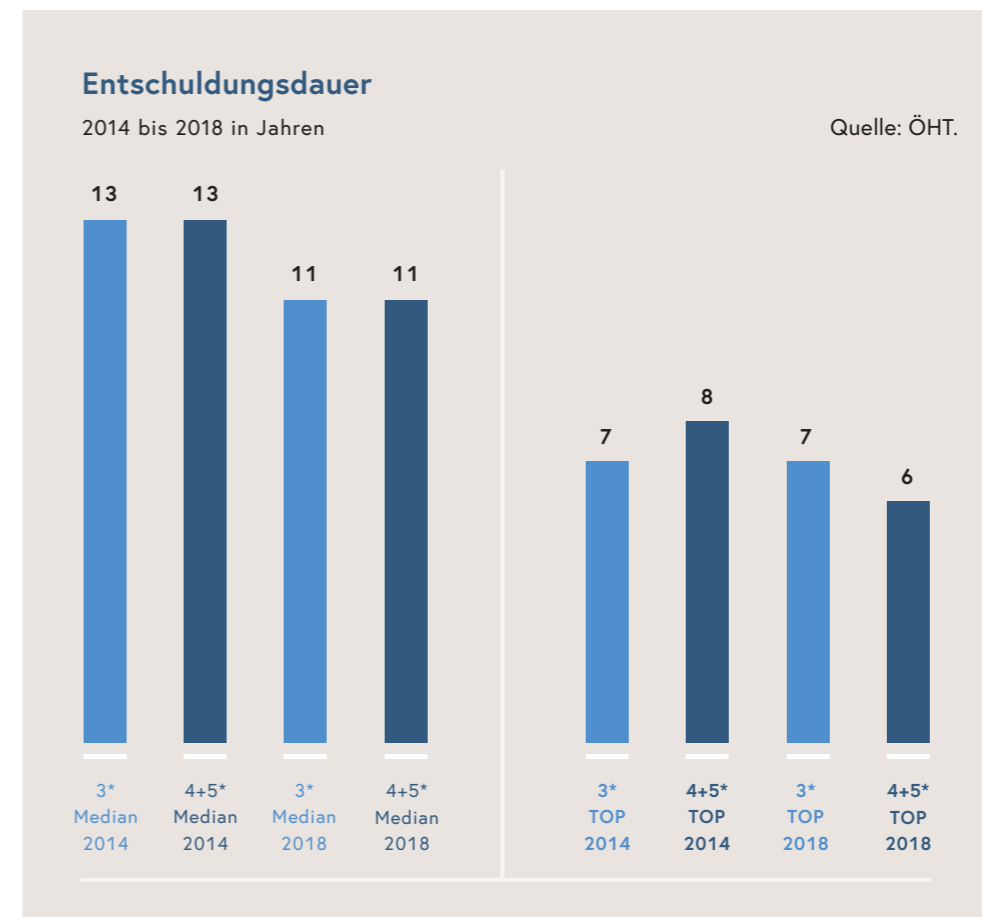
## Die fiktive Entschuldungsdauer

in Jahren zeigt auf, wie lange ein Unternehmen benötigen würde, um seine gesamten Verbindlichkeiten aus dem erwirtschafteten Cash Flow (nach Zinsen) zu tilgen (fiktive Entschuldungsdauer = Fremdkapital / Cash Flow nach Zinsen).

Die fiktive Entschuldungsdauer sollte maximal 15 Jahre betragen (Grenzwert nach Unternehmensreorganisationsgesetz), ein gesundes Unternehmen weist eine Kennzahl von zwölf Jahren oder weniger auf.

Lag die fiktive Entschuldungsdauer der von ÖHT geförderten Unternehmen vor fünf Jahren noch bei über 13 Jahren, so konnte 2018 die Kennzahl sowohl in der 3\* als auch in der 4/5\* Hotelkategorie auf elf Jahre verbessert werden.

Die TOP-Betriebe benötigen zur Schuldentilgung aus eigener wirtschaftlicher Kraft aktuell lediglich sechs bis sieben Jahre.



Indikator

**€ 107,-**  
4+5 Stern

**€ 52,-**  
3 Stern

**RevPAR Median**

---

Indikator

**11 Jahre**  
4+5 Stern

**11 Jahre**  
3 Stern

**Fiktive Entschuldungsdauer Median**

Indikator

**46,2 Mio.**

**Ankünfte**

# Ankünfte

Im Kalenderjahr 2019 überstiegen die touristischen Mengenindikatoren jeweils ihre bisherige Höchstmarke von 2018: Die Zahl der Gästeankünfte erreichte 2019 46,2 Mio. (+3,0%). Somit verzeichneten die Ankünfte bereits seit 2010 kontinuierlich Zuwächse von durchschnittlich +3,7% pro Jahr, wobei die kräftigsten relativen Steigerungen in den Jahren seit 2015 erzielt wurden (Ø +4,0% p. a.). Vor allem das bedeutende Segment der internationalen Gäste mit einem Marktanteil von gut zwei Dritteln bei Ankünften (69,0% bzw. 31,9 Mio.; 2019) entwickelte sich seit 2017 deutlich dynamischer als die Binnennachfrage und bestimmte so das Gesamtergebnis maßgeblich. 2019 frequentierten Österreich-Reisende aus dem Ausland die heimischen Beherbergungsbetriebe bei den Ankünften um 3,5% häufiger als noch im Jahr davor, während die Nachfrage inländischer Gäste mit +2,0% deutlich gedämpfter wuchs.

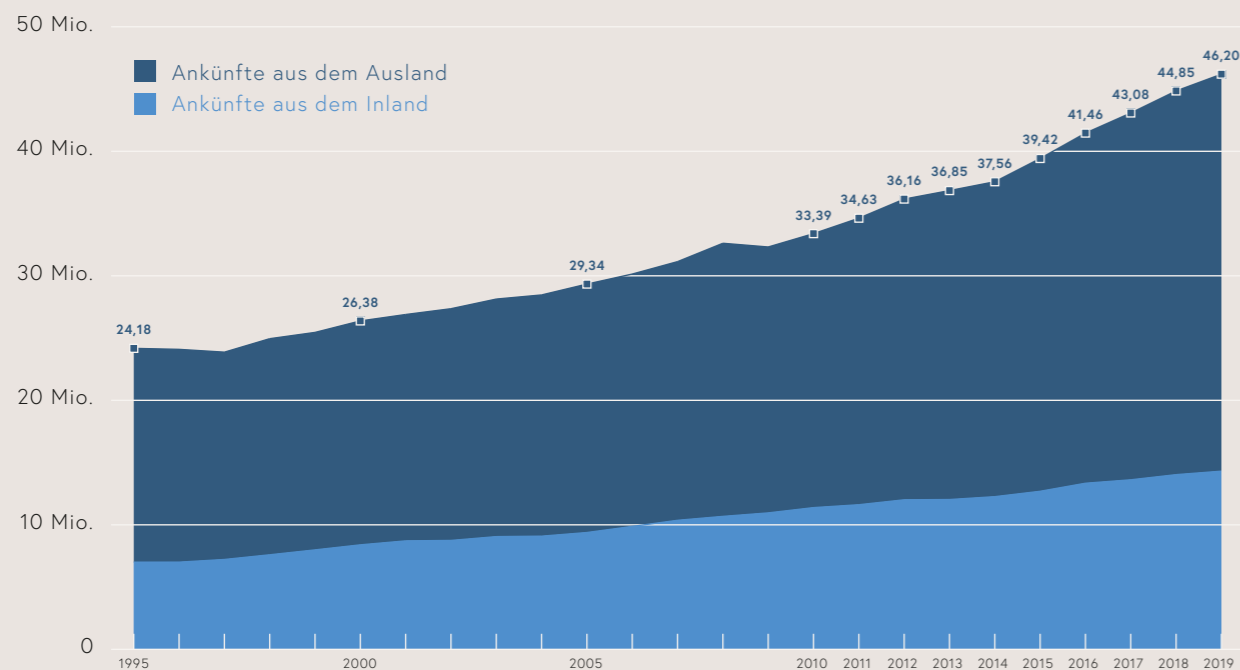
Ankünfte erreichten 2019 historische Höchstwerte

Flachte sich das Nachfragewachstum 2019 im Vergleich zu den Jahren 2015 bis 2018 auch insgesamt merklich ab, so lag es dennoch deutlich über dem langfristigen Trend seit 1995 – und zwar um +0,3 Prozentpunkte pro Jahr bei den Gästeankünften (Ø 1995/2019: +2,7% pro Jahr). Seit 1995 hat sich das Volumen der Ankünfte damit beinahe verdoppelt (+91,1%), dabei entwickelte sich die Nachfrage internationaler Gäste auch langfristig dynamischer als jene aus dem Inland (+104,4% zu 85,7%).

## Entwicklung der Ankünfte

Kalenderjahr 1995 bis 2019 in Millionen

Quelle: Statistik Austria; WDS – WIFO-Daten-System, Macrobond.



# Nächtigungen

Indikator

**152,7 Mio.**

**Nächtigungen**

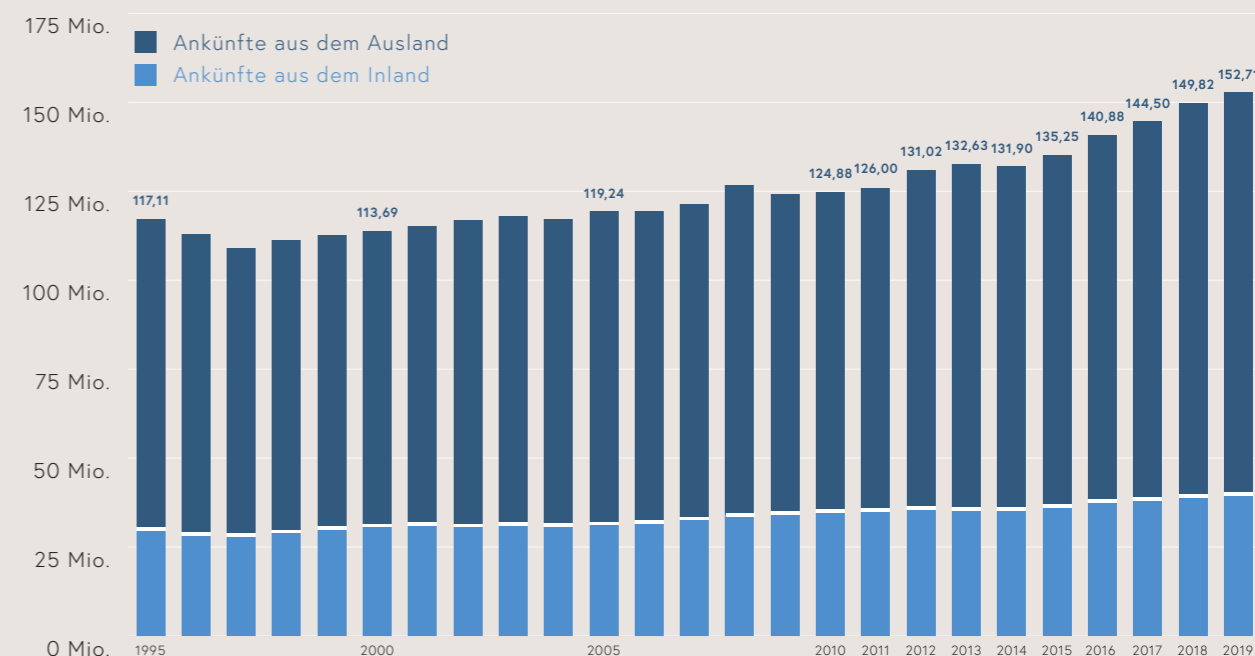
Die Zahl der Übernachtungen belief sich auf 152,7 Mio. (+ 1,9%). Die insgesamt positive Entwicklung im Zeitraum 2010/2019 von Ø + 2,3% p. a. war nur durch einen leichten Rückgang im Jahr 2014 unterbrochen worden (– 0,5%), bevor sich der Expansionskurs ab 2015 beschleunigt fortsetzte (mit jährlich durchschnittlich + 3,1%). Auch bei den Übernachtungen entwickelte sich vor allem das bedeutende Segment der internationalen Gäste mit einem Marktanteil von rund drei Vierteln (73,8% bzw. 112,8 Mio.) seit 2017 deutlich dynamischer als die Binnennachfrage und bestimmte so das Gesamtergebnis maßgeblich. 2019 nächtigten Österreich-Reisende aus dem Ausland in heimischen Beherbergungsbetrieben um 2,1% häufiger als 2018, die Nachfrage inländischer Gäste wuchs mit + 1,4% deutlich gedämpfter.

Das Nachfragewachstum 2019 flachte im Vergleich zu den Jahren 2015 bis 2018 insgesamt merklich ab, lag aber dennoch deutlich über dem langfristigen Trend seit 1995 – und zwar um + 0,8 Prozentpunkte jährlich (Ø 1995/2019: + 1,1% pro Jahr). Seit 1995 stieg das Volumen der Nächtigungen um knapp ein Drittel (+ 30,4%). Dabei entwickelte sich die Nachfrage internationaler Gäste auch langfristig dynamischer als jene aus dem Inland (+ 32,6% zu + 29,6%).

## Entwicklung der Übernachtungen

Kalenderjahr 1995 bis 2019 in Millionen

Quelle: Statistik Austria; WDS – WIFO-Daten-System, Macrobond.



Indikator

**3,3  
Nächte**

**Aufenthalts-  
dauer**

# Aufenthaltsdauer

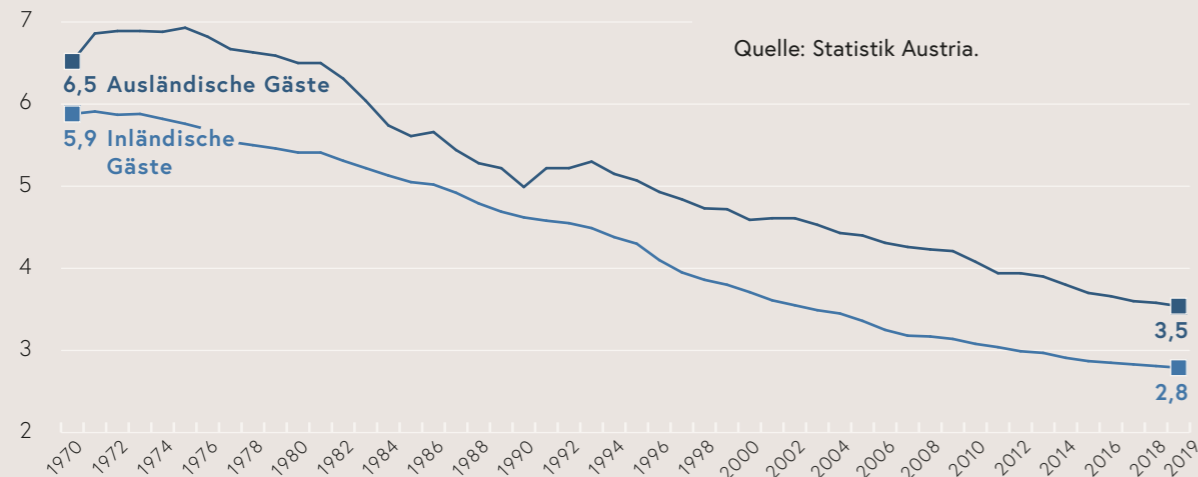
Seit 1994 zeigt sich die Zahl an Übernachtungen je Unterkunft und Aufenthalt im Durchschnitt der Österreich-Reisenden kontinuierlich rückläufig: Blieben die Gäste über das Kalenderjahr hinweg betrachtet 1993 noch für durchschnittlich 5,1 Nächten im selben Beherbergungsbetrieb, erreichte die Kennzahl 2019 mit 3,3 Nächten ihren bisherigen Tiefstwert. Damit ging die Aufenthaltsdauer in diesem Zeitraum um insgesamt gut ein Drittel (- 35,0%) bzw. Ø 1,6% pro Jahr zurück, gegenüber dem Vorjahr betrug das Minus 1,0%. Am längsten verweilten die Gäste Mitte der 1970er Jahre am selben Ort – der bisherige Höchstwert von Ø 6,6 Nächten stammt aus dem Jahr 1975. Der langfristige Trend zu kürzeren Aufenthalten pro Unterkunft ist zum einen durch die generell gestiegene Reishäufigkeit begründet, zum anderen durch vermehrte Orts- und Unterkunftswechsel während einer Reise; es kann daher auch nur bedingt auf die gesamte Reisedauer rückgeschlossen werden, da jeweils nur der Aufenthalt in den einzelnen Beherbergungsbetrieben erfasst wird.

Die Übernachtungsgäste aus dem Ausland bleiben tendenziell länger in derselben Unterkunft als jene aus dem Inland: Zuletzt lag die diesbezügliche Zahl bei durchschnittlich 3,5 Nächten (2019; -1,3% gegenüber 2018) bzw. 2,8 Übernachtungen (inländische Reisende; -0,6%). Am geringsten war die Diskrepanz zwischen den beiden Gästesegmenten mit 0,4 Nächten 1990, am größten mit 1,2 Nächten 1975. Die einzelnen internationalen Quellmärkte weisen sehr unterschiedliche Größenordnungen der Kennzahl auf: So verbrachten die Gäste aus den Benelux-Staaten im Durchschnitt des Kalenderjahres 2019 die meisten Nächte in ein und derselben Unterkunft (4,7 bis 5,0); Touristinnen und Touristen aus dem wichtigsten Herkunftsmarkt Deutschland verweilten Ø 3,9 Nächten. Die wenigsten Nächtigungen je Unterkunft wurden 2019 bei Gästen aus Fernost registriert (Südkorea 1,6; Taiwan 1,5; China 1,4) – diese besuchen während einer Reise meist mehrere Destinationen in Europa, woraus häufigere Unterkunftswechsel als beim Besuch nur eines Landes resultieren.

2019 kürzeste Verweildauer von durchschnittlich 3,3 Nächten in derselben Unterkunft.

## Entwicklung der Aufenthaltsdauer

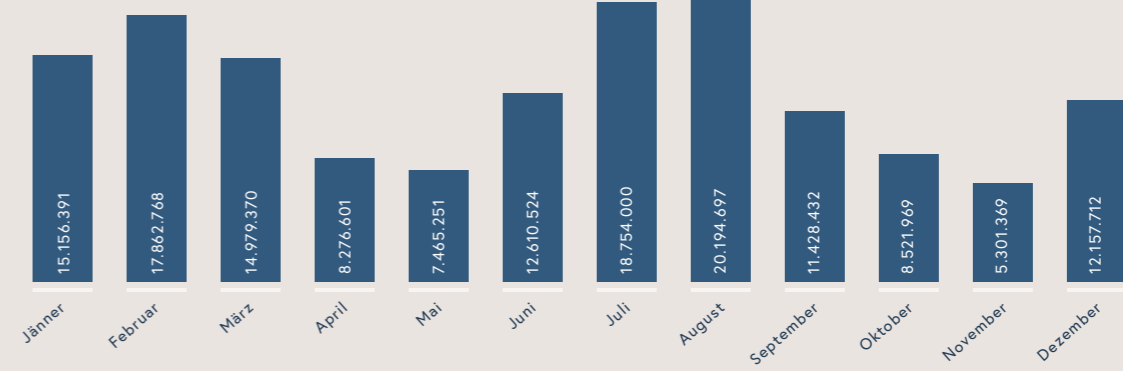
von in- und ausländischen Gästen in Österreich seit 1970



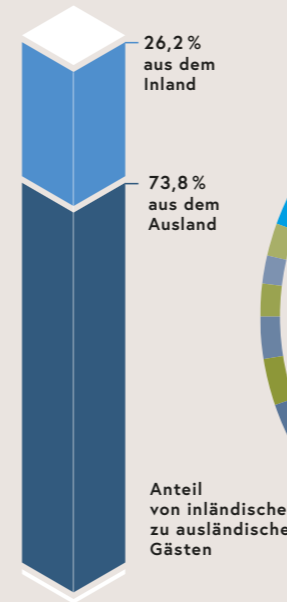
Die langfristig rückläufige Aufenthaltsdauer dokumentiert nicht nur den generellen Trend zu kürzeren, dafür häufigeren Reisen, sondern auch vermehrte Orts- und Unterkunftswechsel während einer Reise.

Quelle: Statistik Austria.

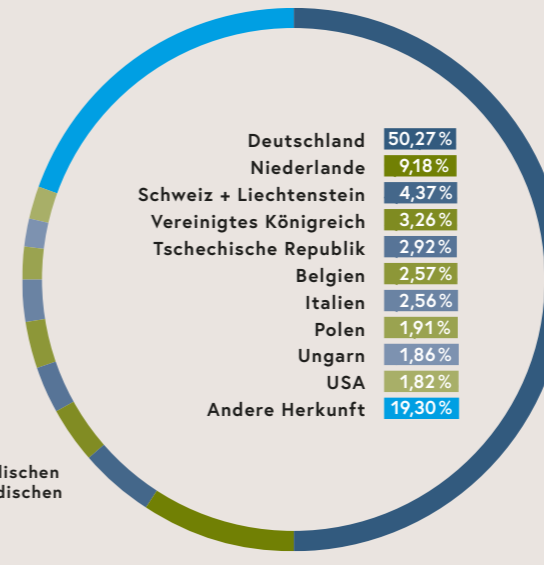
## Nächtigung nach Monaten, 2019



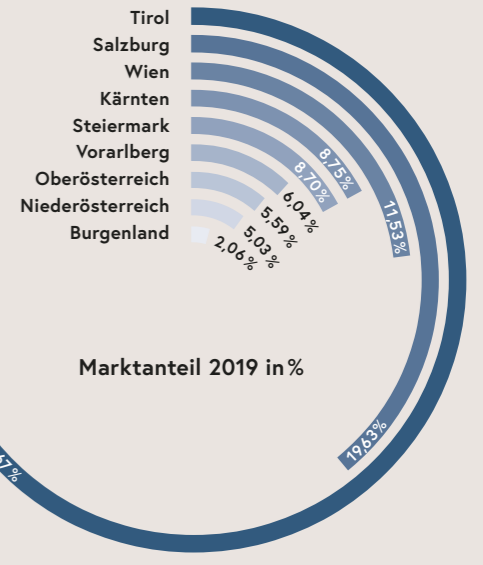
## Übernachtungen in Österreich nach der Herkunft



## Nächtigungen 2019 aus dem Ausland nach Herkunftsländern

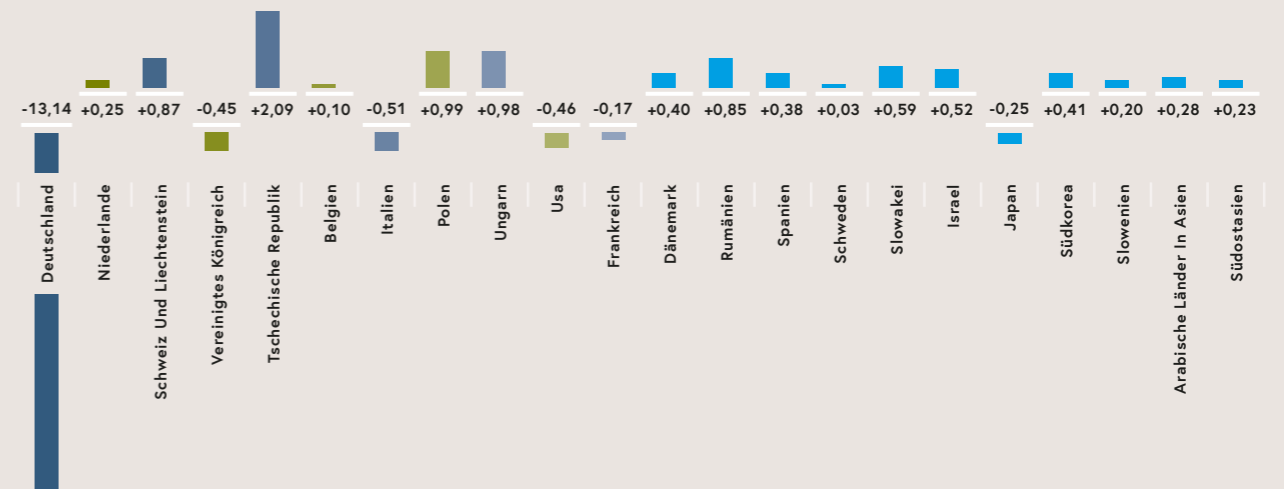


## Nächtigungen 2019 nach Bundesländern



## Übernachtungen ausländischer Gäste in Österreich

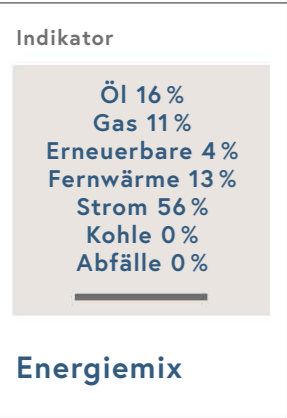
Veränderung des Marktanteils 2000/2019 in Prozentpunkten



Quelle: Statistik Austria, WIFO-Berechnung, WDS – WIFO-Daten-System, Macrobond.

Dieser Text wurde elektronisch übermittelt. Abweichungen vom Original sind möglich. www.parlament.gv.at

III-1717-BR/2020 der Beilagen - Bericht - Hauptdokument



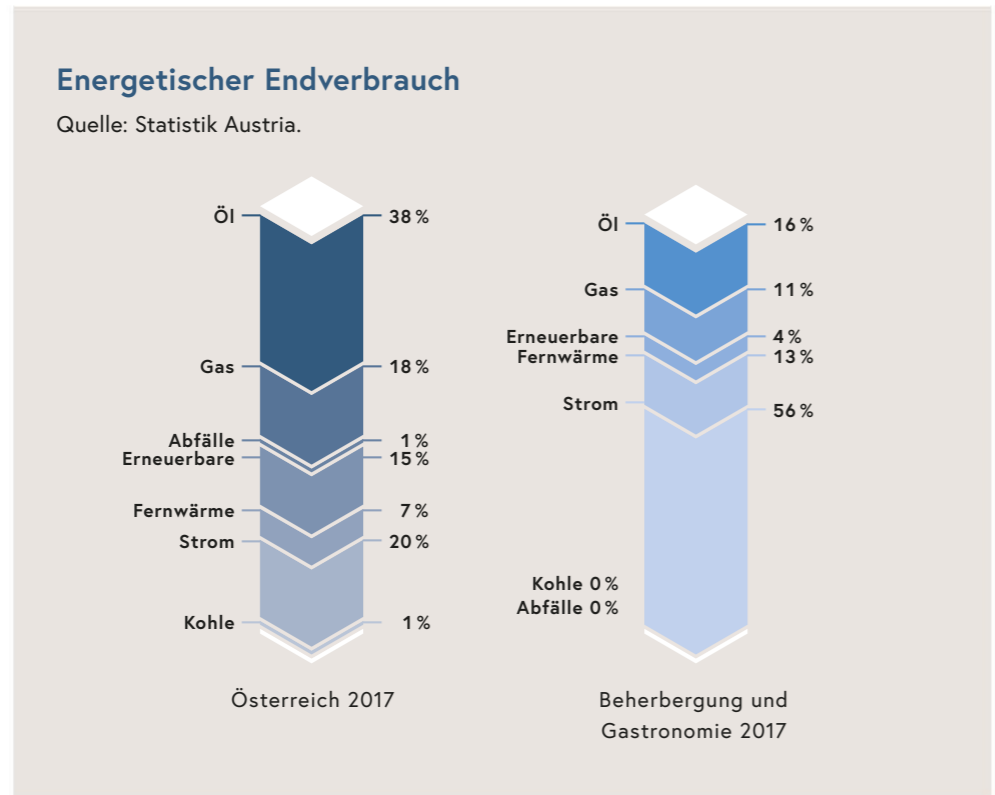
# Energiemix

## In Beherbergung und Gastronomie

Im Jahr 2017 entfiel der Großteil des österreichischen Endenergieverbrauchs auf Erdölprodukte, die vor allem als Kraftstoffe im Verkehr sowie als Heizöl in der Industrie und in Gebäuden eingesetzt werden. Erdgas wird vorwiegend in der Industrie genutzt, während erneuerbare Energieträger (Holz, Solarthermie) vor allem in Gebäuden verwendet werden. Strom und Fernwärme wird in allen Bereichen eingesetzt.

Die Tourismusbranche hatte im Jahr 2017 einen Anteil von 1,15% am österreichischen energetischen Endverbrauch. In den Sektoren Beherbergung und Gastronomie entfiel mehr als die Hälfte des Energieverbrauchs auf Strom. Erdölprodukte und Erdgas deckten etwas mehr als ein Viertel der Energienachfrage.

**Strom ist Hauptenergieträger**



### Die drei ökologischen Indikatoren

Um die ökologische Dimension im Indikatorenset abzubilden, wurden vom Umweltbundesamt drei Indikatoren erarbeitet, die die Entwicklung in diesem Bereich darstellen. Damit wird die Tourismusbranche in die Bestrebungen Österreichs zur Langfriststrategie bis 2050 eingebunden und mit den Zielen der #mission2030 verknüpft.

**Ökologische Indikatoren**

# Anteil erneuerbarer Energieträger

## In Beherbergung und Gastronomie



2017 betrug der Anteil erneuerbarer Energieträger in Beherbergung und Gastronomie 49% und liegt damit schon jetzt im Zielkorridor für 2030. Im Zeitraum 2008–2017 stieg er von 33% um 16 Prozentpunkte. Der leichte Rückgang im Jahr 2015 liegt an einer geringeren Erzeugung der Wasserkraftwerke aufgrund des niedrigen Wasserstands, was einen geringeren erneuerbaren Anteil der Stromerzeugung zufolge hatte. Prognosen zeigen, dass der Anteil bis 2020 auf 54% steigt und dann bis 2030 leicht rückläufig ist. Der Grund dafür ist, dass bis 2020 Ausbauziele für erneuerbare Energieträger im Szenario berücksichtigt wurden, für das Jahr 2030 aber die Ziele aus der #mission2030 noch nicht gesetzlich fixiert worden sind.

Die Zahlen belegen, dass der Trend in die richtige Richtung weist. Für eine langfristige Steigerung des Anteils erneuerbarer Energieträger gilt es, den Ausbau erneuerbarer Energieträger in der Branche zu forcieren.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2020	2025	2030
Beherbergung	33 %	36 %	37 %	38 %	48 %	48 %	53 %	54 %	58 %	46 %			
Gastronomie	33 %	37 %	38 %	37 %	49 %	49 %	51 %	47 %	50 %	49 %			
Beherbergung und Gastronomie	33 %	37 %	38 %	37 %	49 %	49 %	51 %	48 %	51 %	49 %	54 %	54 %	53 %

### Zur Methodik:

Auf Basis der Daten der Energiegesamtrechnung der Statistik Austria wurde vom Umweltbundesamt der Anteil erneuerbarer Energieträger für Beherbergung und Gastronomie berechnet. Dabei wurden Strom und Fernwärme zu jenem Teil als erneuerbar eingerechnet, der im jeweiligen Jahr dem Anteil der österreichischen Erzeugung aus erneuerbaren Quellen (Wasser, Wind, Photovoltaik, Biomasse) am österreichischen Verbrauch entspricht. Dieser Anteil wurde auf Basis eines Szenarios with existing measures („mit bestehenden Maßnahmen“, UMWELTBUNDESAMT 2019) bis zum Jahr 2030 hochgerechnet.



Indikator

25 kWh

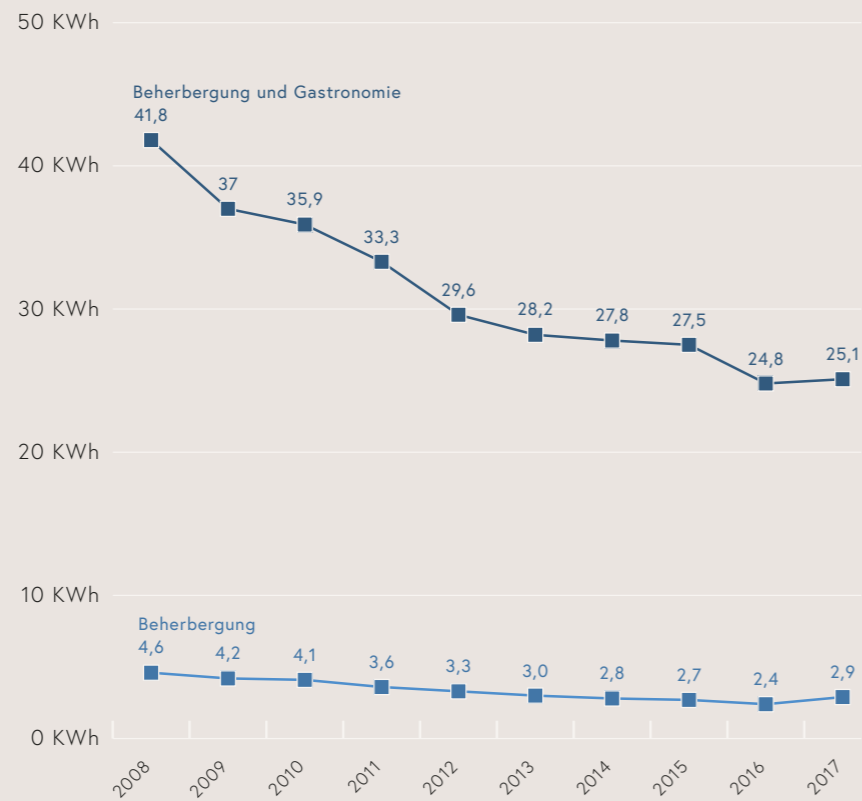
Energie-  
verbrauch

# Energieverbrauch pro Nächtigung

Der Energieverbrauch pro Nächtigung sinkt in der Beherbergung von 4,6 kWh pro Nächtigung im Jahr 2008 auf 2,9 kWh im Jahr 2017. Bei Beherbergung und Gastronomie sinkt der Wert von 42 kWh pro Nächtigung auf 25 kWh. Dieser signifikante Rückgang ist sowohl auf steigende Nächtigungszahlen als auch auf einen sinkenden Energieverbrauch zurückzuführen.

## Energieverbrauch pro Nächtigung

Quelle: Statistik Austria.



# Beschäftigung

Beherbergung und Gastronomie bilden die beiden Kernbranchen im Tourismus. Die Nachfrage nach touristischen Dienstleistungen nahm in den letzten Jahren stetig zu – die Branche ist gewachsen und das Wachstum schlägt sich unmittelbar in einem Beschäftigungszuwachs nieder.

Im Jahresdurchschnitt 2019 waren lt. Bundesministerium für Arbeit, Familie und Jugend 220.420 unselbstständig Beschäftigte im Tourismus tätig (+ 4.014 bzw. + 2% geg. 2018). Die Beschäftigungsstruktur der Branche sticht aufgrund ihres hohen Frauenanteils (56%) und der zunehmenden Beschäftigung von Ausländerinnen und Ausländern hervor. Die Nachfrage nach touristischen Dienstleistungen schwankt, es gibt dabei nicht nur saisonale Spitzen, sondern auch Spitzen an den 52 Wochenenden.

Die touristischen Beschäftigungsmuster sind regional heterogen mit den entsprechend unterschiedlichen Auswirkungen auf die regionalen Arbeitsmärkte. Während beispielsweise Wien eine durchgehend gleichbleibende Auslastung aufgewiesen hat, waren Kärnten durch eine und die westlichen Bundesländer durch zwei Saisonspitzen geprägt. Auch bei der Verfügbarkeit von Fachkräften gab es regional große Unterschiede. So stand z.B. einem Überangebot an Köchen in Wien ein Mangel an Köchen in Tirol gegenüber. Die Arbeitsmarkt- und Branchenintegration der Tourismusbeschäftigten ist kurzfristig, aber auch langfristig betrachtet, sehr heterogen. Sie reicht von einmaligen kurzfristigen Beschäftigten über jahrelange Nebenbeschäftigung im Tourismus von saisonaler Beschäftigung bis hin zu langjährig durchgehender Ganzjahresbeschäftigung.

Indikator

220.420

Unselbst-  
ständig  
Beschäftigte

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
unselbstständig Beschäftigte	195.894	197.731	202.943	208.144	210.263	216.402	220.420
Anteil Frauen	59%	58%	58%	57,4%	56,5%	56%	56%
Anteil Männer	41%	42%	42%	42,6%	43,5%	44%	44%
Anteil Ausländer/innen	42,7%	44,5%	46,2%	47,6%	49%	50,5%	51,7%
Anzahl Lehrstellensuchende	478	479	469	533	402	437	450
Anzahl offene Lehrstellen	1.571	1.503	1.485	1.435	1.546	1.692	1.796

Quelle: Bundesministerium für Arbeit, Familie und Jugend

## Jahresdurchschnitt 2019

Quelle: Bundesministerium für Arbeit, Familie und Jugend



# 56 %

Frauenanteil

# 38.375

### Personen

mit Mitteln der aktiven Arbeitsmarktpolitik unterstützt

- verstärkte Kooperation mit Unternehmen
- Förderungen und Beratungsdienstleistungen
  - 62 % Qualifizierungsmaßnahmen,
  - 52 % Unterstützungsmaßnahmen,
  - 13 % Beschäftigungsförderungen (Eingliederungsbeihilfe)

# 8.920

### sofort verfügbare offene Stellen

Mangel im Westen vs. Überschuss im Osten

# 41.712

### Personen arbeitslos oder in Schulung

- 4,5 % gegenüber 2018

# 8,2 %

### aller Lehrlinge werden in Tourismus und Freizeitwirtschaft ausgebildet

# 1.263

### Saisoniers

Befristete Beschäftigungsbewilligungen für Saisoniers aus Drittstaaten und Kroatien.

2019 erstmals Jahreskontingent

Mehr Flexibilität – 20 % Überschreitung in Saisonspitzen möglich

### Lehrlinge nach Lehrberufen der Tourismus- und Freizeitwirtschaft

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Köchin/Koch	3.360	3.141	2.973	2.936	3.007	3.020	2.900
Restaurantfachfrau/-mann	2.221	2.050	1.924	1.830	1.848	1.891	1.839
Gastronomiefachfrau/-mann	1.908	1.675	1.505	1.354	1.353	1.314	1.246
Hotel- und Gastgewerbeassistent/in	1.349	1.291	1.241	1.217	1.199	1.258	1.299
Sonstige	319	359	362	371	402	428	426
Systemgastronomiefachfrau/-mann	354	372	369	370	363	350	363
Fitnessbetreuung	249	227	219	211	210	197	216
Reisebüroassistent/in	241	206	188	163	152	169	163
andere Doppellehren*	167	165	155	145	138	149	172
Hotelkauffrau/-mann			15	68	113	140	143
Bürokauffrau/-mann	183	160	124	123	120	132	143
<b>Insgesamt</b>	<b>10.168</b>	<b>9.646</b>	<b>9.075</b>	<b>8.788</b>	<b>8.905</b>	<b>9.048</b>	<b>8.910</b>
davon nicht Österreicher	1.504	1.530	1.610	1.779	2.063	2.349	2.238
davon mit deutscher Staatsbürgerschaft	510	463	428	403	402	394	379

\*inkl. Doppellehren in Kombination mit Gewerbe und Handel

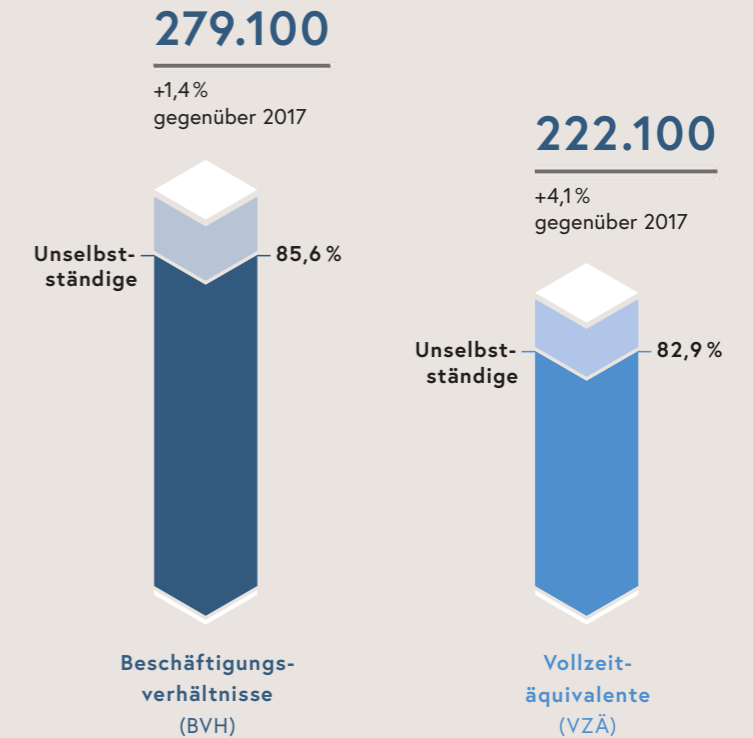
Quelle: Lehrlingsstatistik 2019, Stand: 31.12.2019, Wirtschaftskammern Österreichs.

# 5,7 %

### Anteil der Tourismusindustrien an der Gesamtbeschäftigung 2018

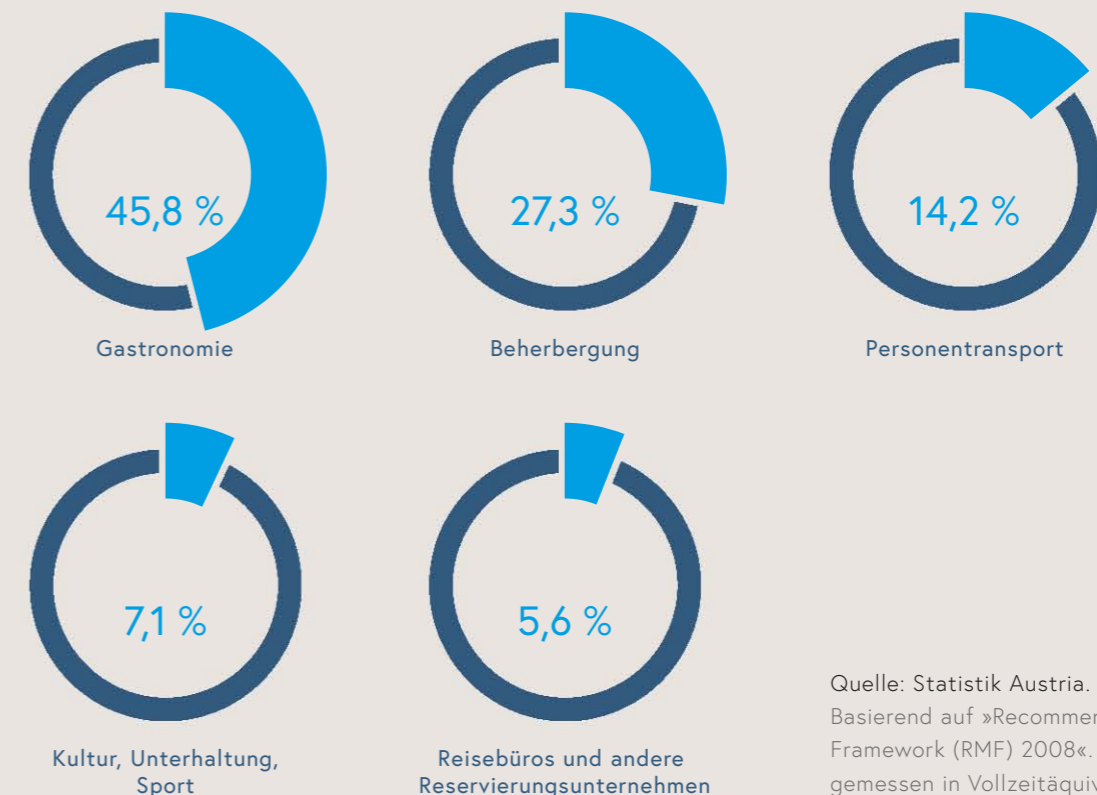
Laut TSA-Beschäftigungsmodul zum Berichtsjahr 2018 waren dem Tourismus in Österreich direkt etwa 279.100 Beschäftigungsverhältnisse (BVH; +1,4% gegenüber 2017) bzw. rund 222.100 Vollzeitäquivalente (VZÄ; +4,1%) zurechenbar, davon 85,6% (BVH) bzw. 82,9% (VZÄ) Unselbstständige.

Der Anteil der Tourismusindustrien an der Gesamtbeschäftigung lag 2018 bei 5,9% (BVH; gleicher Wert wie 2017) bzw. 5,7% (VZÄ; +0,1 Prozentpunkt gegenüber dem revidierten Wert 2017).



### Struktur der Erwerbstätigen in charakteristischen Tourismusindustrien 2018

Anteile in %



Quelle: Statistik Austria. Basierend auf »Recommended Methodological Framework (RMF) 2008«. Erwerbstätige: gemessen in Vollzeitäquivalenten.

Indikator

1,55

Gäste-  
zufriedenheit

# Gästezufriedenheit

Die Gästezufriedenheit wird mit T-MONA – Tourismus-Monitor Austria, ein Gästebefragungsprojekt, das seit 2004 besteht und von der Österreich Werbung gemeinsam mit dem Bundesministerium für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus und der Wirtschaftskammer Österreich, dem Marktforschungsunternehmen MANOVA und den neun Landestourismusorganisationen entwickelt wurde, gemessen.

T-MONA erhebt umfangreiche Informationen über die Gästestruktur und das Reiseverhalten von Urlauberinnen und Urlauber in Österreich aus dem In- und Ausland. Ziel ist es, Entscheidungsträgern im Tourismus eine fundierte Basis für strategische Analysen, die Überprüfung der eigenen Positionierung sowie eine datenbasierte Entscheidungsgrundlage für Marketing und Angebotsentwicklung zu bieten.

## Die Gästezufriedenheit im Tourismusjahr 2018/19:

Im Fragebogen wird die Zufriedenheit mit Einzelaspekten des Urlaubs sowie mit dem Aufenthalt insgesamt erhoben

„Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem Urlaub hinsichtlich des gesamten Aufenthalts?“



### Befragungsmethodik:

Seit 2017 werden die Daten für T-MONA vollständig digital erhoben. Um die Gäste auf diesem Weg zu erreichen, ist der Online-Fragebogen in diverse b2c-Kontaktkanäle von ÖW, LTO, Destinationen sowie anderer touristischer Partner integriert.

Seit dem Start der permanent laufenden Online-Befragung konnten bereits über 60.000 Interviews gesammelt werden.

€ 173



### Ausgaben

pro Urlauber/Tag  
im Österreich-Urlaub  
(exkl. An-/Abreise)

### Anreise- verkehrsmittel der Österreich- Urlauber/innen

- 72% Auto
- 11% Flugzeug
- 10% Bahn
- 4% Bus
- 3% Sonstiges

### Die 3 beliebtesten Urlaubsarten der Österreich-Gäste

#### im Sommer

- 43% Erholungsurlaub
- 43% Wander-/Bergsteigurlaub
- 33% Natururlaub

#### im Winter

- 61% Wintersporturlaub
- 25% Erholungsurlaub
- 14% Städteurlaub



### Mit wem verbringen die Gäste ihren Urlaub in Österreich?

- 35% Paare
- 14% Familien mit Kindern von 6-13 Jahren
- 11% Weiterer Familienkreis  
(Eltern, Geschwister, Großeltern etc.)
- 10% Freunde
- 9% Familien mit Kindern unter 6 Jahren
- 8% Alleinreisende
- 6% Familien mit Jugendlichen
- 4% Paare mit Freunden
- 2% Reisegruppen
- 1% Sonstige



### Die TOP 3 Entscheidungsgründe für Urlaub in Österreich

#### im Sommer

- 42% Berge
- 30% Landschaft/Natur
- 29% Angebot an  
Wanderwegen

#### im Winter

- 36% Attraktivität des  
Skigebietes
- 35% Wintersportangebot
- 29% Hotel/Unterkunft

9,2

### Durchschnittliche Weiterempfehlungsrate:

auf einer Skala  
von 0 (Weiterempfehlung über-  
haupt nicht wahrscheinlich)  
bis 10 (Weiterempfehlung  
sehr wahrscheinlich)

Quelle T-MONA Gästebefragung.



## Tourismusakzeptanz

Im Jänner 2020, vor Ausbruch der Coronakrise, wurde zum ersten Mal die Tourismusakzeptanz in Österreich erhoben. Hierzu wurde eine repräsentative Online-Befragung unter 2.237 Österreicherinnen und Österreicher zwischen 15 und 75 Jahren durchgeführt. Im Mittelpunkt der Erhebung stand die Einstellung der Österreicherinnen und Österreicher zum Tourismus. Die Einflüsse des Tourismus auf Wirtschaft, Arbeitsmarkt, Landwirtschaft & Umwelt, Freizeitinfrastruktur & öffentlichen Verkehr sowie sozialem Gemeinwohl & Lebensqualität wurden im Detail beleuchtet.

Über multivariate statistische Verfahren wurde aus den Ergebnissen der Tourismusakzeptanz-Index berechnet, welcher die Tourismusakzeptanz in Österreich quantifiziert und festmacht. Der Tourismusakzeptanz-Index beträgt 78 Punkte auf einer Skala von 0 bis 100.

Der Index setzt sich aus vier Einflussgrößen zusammen:

1. persönliche Einstellung zum Tourismus in Österreich,
2. persönlicher Gesamteindruck vom Tourismus in Österreich,
3. Einschätzung der Wichtigkeit des Tourismus für Österreich,
4. persönliche Identifikation mit dem Tourismus in Österreich.

Darüber hinaus wurden die zentralen Einflussgrößen auf die Veränderung der Tourismusakzeptanz ermittelt.

*Tourismusakzeptanz  
in Österreich  
insgesamt hoch.*



### Personen mit HOHER Tourismusakzeptanz denken, Tourismus:

- stärkt Wirtschaft, Kaufkraft & Regionen
- stärkt Nachhaltigkeit & Naturschutz
- stärkt Arbeitsplätze & Infrastruktur



### Personen mit NIEDRIGER Tourismusakzeptanz denken, Tourismus:

- schadet der Umwelt
- verteuert das Leben
- senkt die persönliche Sicherheit

**87 %**

Gaben an,  
dass Österreichs  
Tourismus  
ein gutes Image  
im Ausland hat.

**84 %**

Gaben an,  
dass Österreichs  
Tourismus  
ein gutes Image  
im eigenen Land  
hat



Mehr als die Hälfte der  
Befragten denkt, dass  
in Österreich zwischen  
5 und 15 Mio. Menschen  
Urlaub machen.  
Es sind aber:

> Für 88 % ist der  
Tourismus für  
Österreich ein  
wichtiger  
Wirtschaftsfaktor

**50 Mio.**

(6% der Befragten lagen hier richtig)

> 67 % denken,  
Tourismus  
steigert die  
Kaufkraft  
in Österreich

Top 2 der Umfrage:  
Jene, die einer  
Aussage  
mit 1 »stimme sehr zu«  
und 2 »stimme zu«  
zustimmen



Nennen Sie die wichtigsten Herkunftsländer für  
den österreichischen Tourismus

### Einschätzung zur Herkunft unserer Gäste:

- Platz 1 Deutschland
- Platz 2 China
- Platz 3 Österreich
- Platz 4 Japan
- Platz 5 Russland

### Tatsächliche Herkunftsverteilung:

- Platz 1 Deutschland
- Platz 2 Österreich
- Platz 6 China
- Platz 17 Russland
- Platz 21 Japan

# Österreichische Hotel- und Tourismusbank

## Erfolgsmodell One-stop-shop

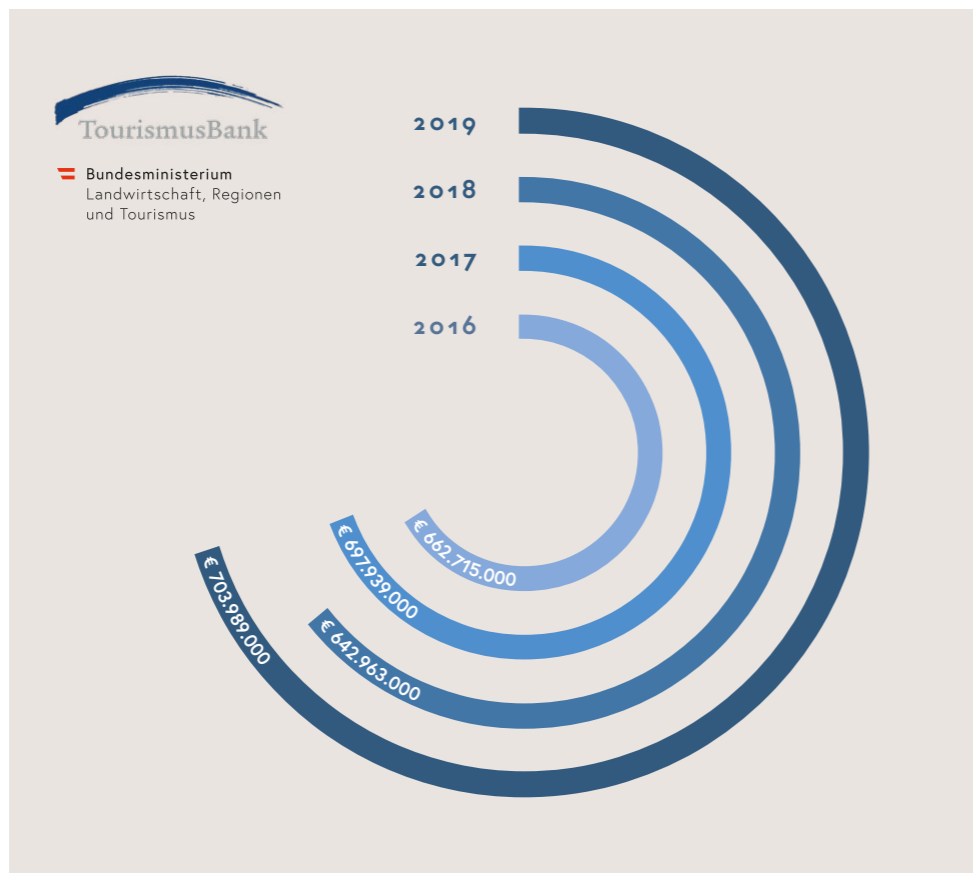
Seit 1947 ist die Österreichische Hotel- und Tourismusbank (ÖHT) der wichtigste Finanzierungspartner der Tourismuswirtschaft.

Im Auftrag des Bundesministeriums für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus (BMLRT) unterstützt die ÖHT die Tourismus- und Freizeitwirtschaft mit geförderten Finanzierungen und Haftungen. Sie agiert dabei in enger Abstimmung mit den jeweiligen Hausbanken der Unternehmen, stellt den Partnerbanken ihr Knowhow zur Verfügung und ergänzt deren Finanzierungsmöglichkeiten.

Sie ist damit auch Partner der Kreditwirtschaft, was sich auch in ihrer Eigentümerstruktur zeigt. Seit März 2019 steht die ÖHT im Eigentum der Raiffeisengruppe und der Österreichischen Kontrollbank AG (OeKB), hinter der wiederum die wichtigsten österreichischen Kreditinstitute als Eigentümer stehen.

Die ÖHT vernetzt die Tourismusförderung des Bundesministeriums für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus mit jener der Länder und der EU zu einem „one-stop-shop“. Damit ist die optimale Bündelung der bundesseitigen Förderungsinstrumente genauso wie der Abschluss von Kooperationen mit den Ländern gemeint. Mit der ÖHT steht der heimischen Tourismus- und Freizeitwirtschaft als einziger Branche eine Einrichtung zur Verfügung, die sowohl Förderstelle als auch Bank ist.

Der hohe Wirkungsgrad der ÖHT-Förderungen ist auf einen konsequent projektorientierten Einsatz eines Fördermix aus Haftungen, zinsgünstigen Krediten und Zuschüssen zurückzuführen. Gemeinsam mit den Bundesländern und der EU konnte 2019 ein gesamtes Bruttosubventionsäquivalent von rund 39 Mio. Euro bereitgestellt werden. Damit ist es dem Bund wieder gelungen, Länder und EU für gemeinsame Branchenziele zu begeistern.



Das abgelaufene Jahr 2019 war für die ÖHT ein Jahr der Rekorde: 748 Förderungsfälle mit einem Gesamtinvestitionsvolumen von 704 Mio. Euro, ein all-time-high an gefördertem Kreditvolumen mit 245 Mio. Euro. Damit wurden Hotelbetriebe mit mehr als 42.000 Betten qualitativ verbessert; in den geförderten Unternehmen werden nach Durchführung der Investitionsmaßnahmen Umsätze in Höhe von 1,23 Mrd. Euro erzielt und mehr als 11.900 Mitarbeiter beschäftigt sein.

### Tourismus weiterhin als Konjunkturlokomotive

Österreich ist ein Tourismusland, daran besteht kein Zweifel. Kontinuierliche Nächtigungszuwächse in den vergangenen zehn Jahren, hunderttausende gesicherte und neu geschaffene Arbeitsplätze, ein Nächtigungshoch mit 152,7 Millionen Nächtigungen im Jahr 2019 oder ein positives Nächtigungsergebnis mit 79 Millionen Übernachtungen und 25,6 Millionen Ankünften in der Sommersaison 2019 unterstreichen die enorme Bedeutung des Tourismus in Österreich.

Die ÖHT-finanzierten Betriebe können diese Zuwächse aber auch in ihren betriebswirtschaftlichen Ergebnissen umsetzen. Trotz intensiver Investitionstätigkeit ist es den Fördernehmerinnen und -nehmern der ÖHT gelungen, die fiktive Entschuldungsdauer kontinuierlich von rund 13 Jahren im Jahr 2009 auf aktuell rund elf Jahre zu verkürzen. Ähnlich positiv entwickeln sich alle anderen Kennzahlen der weiterhin investitionsfreudigen Tourismuswirtschaft: Dass sich investieren lohnt, zeigt sich aber auch daran, dass die Kunden der ÖHT 2018 mit einer wesentlich stärkeren Eigenkapitalbasis ausgestattet sind als noch vor zehn Jahren. Der Anstieg der Eigenkapitalbasis auf rund 13% in den höher kategorisierten Hotelbetrieben ist seit etwa zwei Jahren zu beobachten. Noch deutlicher zeigt sich die Verbesserung bei der von der ÖHT finanzierten 3-Sterne-Hotellerie. Lag ihre Eigenkapitalquote 2009 noch im negativen Bereich, erreichte das angesprochene Hotelsegment rund zehn Jahre später einen vorläufig hohen Wert von 19%. Diese Entwicklungen bestätigen, dass Förderaktionen von der Branche angenommen werden und greifen, sowohl in Bezug auf die Verbesserung des Bilanzbildes als auch auf die Stärkung der Ertragskraft.

Darüber hinaus zeigen aktuelle Studien, dass sich der Investitionstrend innerhalb der Tourismusbranche auch auf vor- und nachgelagerte Wirtschaftsbereiche positiv auswirkt. Im gesamtwirtschaftlichen Kontext ist festzuhalten, dass die über die ÖHT bereitgestellten Investitionsförderungen nicht nur Beherbergungs- und Freizeitbetriebe unterstützen. 60% dieser geförderten Investitionen werden in einem Umkreis von 60 Kilometern um den jeweiligen Investitionsstandort wertschöpfungswirksam und sind somit Konjunkturmotor für gesamte Regionen.

### Die DNA des Tourismus – gemeinsam mit dem BMLRT gestalten

Die ÖHT ist neben der Österreich Werbung zentrales Steuerungsinstrument auf Bundesebene, um in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft maßgebliche Wirkungen zu erzielen und tourismuspolitische Vorhaben umzusetzen. Der 2019 vom Tourismusministerium erstellte „Plan T – Masterplan für den Tourismus“ kommt klar zum Ergebnis, dass es auch künftig eine eigenständige Tourismus-Förderpolitik braucht. Die Rolle der ÖHT wurde im Plan T erkennbar gestärkt und ihre Stellung als Knowhow-Partner der Tourismuswirtschaft hervorgehoben. Das im Plan T vorgesehene Projekt der Neuausrichtung der Tourismus-Förderung mit Fokus auf familien- und inhabergeführte Betriebe wurde im Herbst 2019 mit der Beauftragung einer Kundenzufriedenheitsbefragung und einer Evaluierungsstudie gestartet.

# Österreich Werbung

## Am Puls der Zeit – ÖHT setzt Digitalisierungsoffensive fort

Die stetige Weiterentwicklung von kundenorientierten Digitalisierungsmaßnahmen stand auch 2019 im Fokus der ÖHT. Unter anderem erfolgten eine gänzliche Neukonzipierung des gesamten Onlineauftritts sowie eine Erweiterung der Online-Services mit dem ÖHT-Kunden-Portal. Seit Oktober 2019 können Förderansuchen der TOP-Tourismus-Zuschussaktion digital eingereicht werden. Die einfache und unbürokratische Online-Einreichung in Kombination mit einer besonders benutzerfreundlichen Bedienung sind die großen Pluspunkte der neugeschaffenen Kundenplattform. Für das 1. Quartal 2020 ist geplant, dass das ÖHT-Kundenportal sukzessive auf das gesamte Produktportfolio der ÖHT ausgeweitet wird.

## ÖHT-Bundeshaftung als langfristiger Stabilitätsfaktor

Unterstützt durch die Republik Österreich haftet die Tourismusbank mit ihrem Basisförderungsprodukt der ÖHT-Bundeshaftung für Ausfälle zugunsten von Finanzierungen, die an heimische Freizeit- und Tourismusunternehmen begeben werden. Gleichzeitig werden Bankinstitute ermutigt, auch unter schwierigen regulatorischen Bedingungen Projektvorhaben zu realisieren. Aufgrund des umfassenden Branchen-Knowhows sowie wegen des regionalspezifischen Fachwissens und daraus resultierenden Datenpools nimmt die Tourismusbank nicht nur die Funktion als Spezialbank und Förderstelle ein, sondern fungiert ebenso als zentrale Beratungs- und Koordinationsschnittstelle im gesamten Investitionsrealisierungsprozess. Die Vorteile der Bundeshaftung werden gerade bei Unternehmensgründungen durch Jungunternehmerinnen und -unternehmer oder im Zuge von besonders innovativen Investitionsprojekten wirksam; viele dieser Fälle könnten ohne Bundeshaftung überhaupt nicht realisiert werden. Der durchschnittliche Zahlungsausfall bei den durch die ÖHT verwalteten Haftungen liegt derzeit bei rd. 0,51% p.a. auf Basis des jeweils aktiven Haftungsvolumens, das aktuell rd. 275 Mio. Euro beträgt.



# Die Österreich Werbung

Als nationale Tourismusorganisation begeistert die Österreich Werbung (ÖW) für Österreich. Mit ihren weltweiten Marktaktivitäten positioniert die ÖW Österreich weltweit als attraktive Urlaubsdestination.

## 21 weltweite Büros, 28 Auslandsmärkte

Mit ihren 21 Auslandsvertretungen bearbeitet die ÖW aktuell 28 internationale Herkunftsmärkte. Auf sieben Märkten ist die ÖW in Kooperation mit der AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA aktiv. Die Spezialistinnen und Spezialisten der ÖW auf den Märkten kennen jeweils die Bedürfnisse, das Reiseverhalten, die Wettbewerbssituation etc. und adaptieren entsprechend die Kommunikation.

Die ÖW ist als Verein organisiert. Ihr Budget setzt sich zusammen aus den Mitgliedsbeiträgen der beiden Vereinsglieder Republik Österreich und Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ) sowie den Leistungsbeiträgen der Tourismuswirtschaft im Rahmen konkreter gemeinsamer Marktaktivitäten.

## 32 Mio. Euro von BMLRT und WKÖ

Im Vereinsstatut ist festgeschrieben, wofür die öffentlichen Mittel der Vereinsmitglieder einzusetzen sind. Demnach ist die Tourismusdestination Österreich international zu stärken und als Marke zu verankern sowie das Wissen um Nachfrageveränderungen und Entwicklungen an die Branche weiterzugeben.

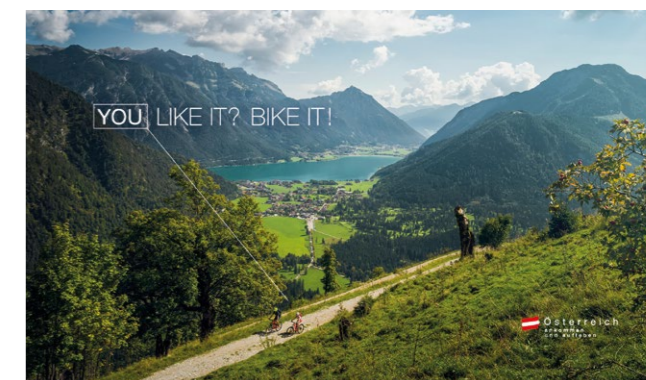
2019 betragen die Mitgliedsbeiträge 32 Mio. Euro: 24 Mio. Euro seitens der Republik Österreich, vertreten durch das Tourismusministerium, sowie weitere 8 Mio. Euro durch die WKÖ. Zusätzlich steuerte das Tourismusministerium einmalig 800.000 Euro an Sondermitteln bei: 500.000 Euro für Digitalisierungsprojekte im Rahmen der Digitalisierungsinitiative NETA und 300.000 Euro im Rahmen der ÖW-Radkampagne. Inklusive aller Leistungsbeiträge der Tourismuswirtschaft für konkrete Projekte betrug das Budgetvolumen 2019 rund 50 Millionen Euro.

*200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Wien und 21 Büros auf den weltweit wichtigsten Herkunftsmärkten begeistern für Österreich.*

## Die ÖW begeistert für Radurlaub

Das Image Österreichs als Rad-Destination zu verfestigen, war 2019 einer der Schwerpunkte in der Marketingarbeit der ÖW. Die Rad-Kampagne „You like it? Bike it!“ wurde in Kooperation mit sieben Landestourismusorganisationen konzipiert und abgewickelt und in den Herkunftsmärkten Deutschland, Niederlande und Tschechien ausgespielt – vorwiegend digital und äußerst erfolgreich. Die Kampagne erzielte über eine Milliarde Impressions, 20 Millionen qualitative Views der Kampagnenvideos und über eine halbe Million qualitative Aufrufe der Kampagnen-Website bike.austria.info. Ein zweiter Pfeiler der Kampagne war die direkte Ansprache von Rad-Communitys, darunter Event- und Contentkooperationen.

„You like it? Bike it!“ kann dabei gleich in mehrfacher Hinsicht als Prototyp gelten. Es ist die bislang größte Kooperation zwischen Landestourismusorganisationen, Destinationen und der ÖW. Es ist zeitgleich die erste große Kampagne, die online über die ÖW-eigene Adserver-Technologie ausgespielt wurde. Sie dient als Best-practice-Beispiel für zukünftige Kooperationen und wird, zumal von Anfang an mehrjährig konzipiert, weiter fortgeführt.



Sujet aus der Radkampagne „You like it? Bike it!“  
Foto: ÖW/Martin Steinthaler

## Die ÖW wirbt um deutsche Familien

Die Kampagne der ÖW auf dem Markt Deutschland fokussierte 2019 auf das Thema Urlaub mit Kind. Unter dem Motto „Gemeinsam ankommen“ lud die ÖW Familien ein, Auszeit vom Alltag zu nehmen und gemeinsam wertvolle Zeit in Österreichs unberührter Natur zu verbringen.

Das zentrale Versprechen der Kampagne: der Urlaub in Österreich als Gelegenheit, dem immer hektischeren Alltag zu entfliehen. Eine Chance, wertvolle Zeit mit seinen Lieben zu verbringen und gemeinsam Österreichs unberührte Natur zu erleben. Die Kampagne richtete sich vornehmlich an Familien mit Kindern (inklusive dem weiteren Familienkreis wie Großeltern) sowie junge „Empty Nesters“ (Eltern, deren erwachsene Kinder ausgezogen sind).



Aus der Kampagne »Gemeinsam ankommen«:  
Wandern mit Familie bei Strobl am Wolfgangsee.  
Foto: ÖW/Sebastian Stiphout



## Schwerpunkt Digitalisierung

Die Digitalisierung verändert unseren Alltag und damit auch das Reisen von morgen. Diese Dynamik ist eine Herausforderung, aber auch eine große Chance. Die Digitalisierung ermöglicht Österreich und seinem kleinteilig organisierten Tourismus, sich international als Qualitätsdestination zu positionieren. Um die Branche bei diesem Prozess zu unterstützen, stellte das Tourismusministerium der ÖW 2019 ein Sonderbudget von 500.000 Euro zur Verfügung. Mit „Next Level Tourism Austria“ (NETA) hat die ÖW dazu einen zentralen Innovationshub ins Leben gerufen.

### Next Level Tourism Austria

NETA ist eine Netzwerkinitiative an der Schnittstelle zwischen Österreichs traditionellen Tourismusstrukturen und der globalen Travel & Communication Tech-Szene. NETA ist eine offene Community aus Touristikerinnen und Touristikern, Technologinnen und Technologen und Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern. Die Ziele von NETA sind, Abhängigkeiten von Technologieanbietern und globalen Plattformen zu reduzieren und Innovationen in der Tourismusbranche zu fördern.

### Digitale Gästebefragung

Die Aufgabe des Teams Tourismusforschung der ÖW ist, das Wissen über Märkte und Urlauberinnen und Urlauber auf Basis professioneller Marktforschung zu sichern und auszubauen. Ein wesentliches Instrument dabei ist die Gästebefragung T-MONA (Tourismus-Monitor Austria). Seit November 2017 findet diese Befragung über digitale Kanäle statt. Die digitale Umsetzung ermöglicht ein zeitnahes und effizientes Monitoring, unter anderem über Entscheidungswege, Reiseverhalten, Urlaubsausgaben, sowie Struktur und Zufriedenheit der Gäste. Diese Informationen benötigen Tourismusdestinationen sowohl für die Produkt- und Standortentwicklung als auch für Marketing und Vertrieb.

### Zukunftsreise nach China

Gemeinsam und von anderen lernen ist in der Digitalisierung ein wesentlicher Erfolgsfaktor. Im Juni organisierte daher die AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA in Zusammenarbeit mit der ÖW eine „Zukunftsreise“ nach China. Unter dem Motto „Heading for the Future of Digital Eco-Systems“ führte die Reise 20 österreichische Touristikerinnen und Touristiker zu digitalen Vorreitern in China, allen voran die Konzerne Alibaba, Tencent und Ctrip.

## Best of 2019

Wie die ÖW 2019 sonst noch weltweit für Urlaub in Österreich begeistert hat? Ein kurzer Überblick.

Was Österreich im weltweiten Konzert der globalen Zusammenarbeit auszeichnet, hat die ÖW in einem Standortfilm skizziert. Unter dem Titel „Success is made to be shared“ porträtiert der Film Österreich als erfolgreichen Vermittler und Konfliktlöser, als Land im Zentrum Mitteleuropas, das Tradition und Moderne verbindet, als führend bei Technologie und Innovation. Genutzt wird der Film von diplomatischen Vertretungen, Außenwirtschafts-Center, ÖW-Büros, Kultur- und Forschungseinrichtungen sowie international tätigen heimischen Unternehmen.

In Großbritannien hat die ÖW eine crossmediale Werbekampagne gegen die Brexit-Folgen gestartet. Mit Radiospots, Programmatic Advertising und einem Gewinnspiel sollte die Reiselust der Britinnen und Briten in Zeiten des Brexits steigern. Dabei waren die Britinnen und Briten aufgerufen, skiaffine Freundinnen und Freunde für einen sechstägigen Winterurlaub für zwei Personen in Zell am See-Kaprun zu nominieren.

Die ÖW und WienTourismus entwickelten ein interaktives Audio-Erlebnis anlässlich des Beethoven-Jubiläumsjahres. Mit dem Technik-Gadget Bose Frames – eine smarte Sonnenbrille mit Lautsprechern – und der #RelatedToAustria-App führt Ludwig van Beethoven akustisch durch Wien – und in New York zu Plätzen, die Lust auf einen Österreich-Urlaub machen.



Der Imagefilm „Success is made to be shared“ kann für Institutionen und Firmen mit jeweils eigenem Logo personalisiert werden.

**China:**

奥地利之旅给我带来莫大的乐趣，还有了解和学习机会。热情的人民，优美的风景，灿烂的文化，悠久的历史。一定会再次到奥地利观光旅游。谢谢！

*Die Reise nach Österreich hat mir viel Spaß und Gelegenheit zum Lernen gebracht.*

*Leidenschaftliche Menschen, wunderschöne Landschaft, herrliche Kultur, lange Geschichte. Ich werde auf jeden Fall wieder nach Österreich kommen. Danke!*

„Das Hotel hat eine top Lage. Die Landschaft ist wunderschön. Die Wanderwege sind sensationell. Viele Wanderungen sind mit Kindern möglich und speziell für sie ausgestattet. Der höchste ist traumhaft. Das Restaurant daneben ist wundervoll. Es gibt viele Freizeitmöglichkeiten.“

**Frankreich:**

*C'est une ville qui allie la tradition, la nature et la culture. Elle m'apporte la sérénité, l'évasion, la liberté, l'impression de grandir culturellement. Elle correspond plus à mes attentes que ce que peut m'apporter mon propre pays.*

„Das Wetter war super gut, wir hatten unheimlich viel Spaß auf den Pisten und konnten den Urlaub in vollen Zügen genießen! Einfach toll!“

**Russland:**

Погода не соответствовала ожиданиям, торговые центры и музеи закрываются очень рано.

*Das Wetter entsprach nicht den Erwartungen, Einkaufszentren und Museen schließen sehr früh.*

„Absolutely amazing experience. Nature's most gifted place is Austria. People are friendly, helpful and welcoming. The government has made great efforts to provide everything a tourist needs especially the value of money. Very clean, I wish I can stay there always!!!“

„Der Ferienpass ist fantastisch! Wir nutzen ausschließlich öffentliche Verkehrsmittel: Busse, Bergbahnen und können so ein wenig zum Schutz der Umwelt beitragen.“

**Japan:**

日本では得られない歴史的建造物、美術、自然景観、食文化を滞在中、楽しむことが出来た

*Ich konnte die historischen Gebäude, die Kunst, die Natur und die Esskultur genießen, die ich während meines Aufenthalts in Japan nicht bekommen konnte.*

Bundesministerium für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus  
Stubenring 1, 1010 Wien  
[www.bmlrt.gv.at](http://www.bmlrt.gv.at)