

Republik Österreich

Dr. Wolfgang Schüssel  
Wirtschaftsminister

Wien, am 2. Mai 1994  
GZ: 37.542/3-III/B/9/94

Sehr geehrter Herr Präsident!

Mit Schreiben vom 26. Jänner 1994, Zl. 30.290/3-III/B/9/94, habe ich entsprechend dem Arbeitsübereinkommen über die Bildung der Bundesregierung den "Bericht über die Lage der Tourismus- und Freizeitwirtschaft 1993" übermittelt.

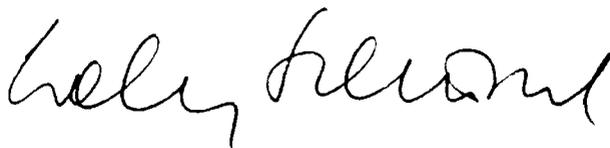
In Ergänzung dieses Berichtes darf ich Ihnen, sehr geehrter Herr Präsident, eine Unterlage unter dem Titel "Tourismuspolitik 2000" zuleiten, die ich anlässlich des Tourismusforums der Wirtschaftskammer Österreich in Mayrhofen im März dieses Jahres der Öffentlichkeit vorgestellt habe.

Ich glaube, daß diese Unterlage eine sinnvolle Ergänzung zu dem bereits erwähnten Bericht über die Lage der Tourismus- und Freizeitwirtschaft darstellt.

Die erforderlichen 360 Exemplare dieser Unterlage werden gesondert der Parlamentsdirektion übermittelt werden.

Beilage

Mit vorzüglicher Hochachtung



Herrn  
Präsident des  
Nationalrates  
Dr. Heinz Fischer

Dr.-Karl-Renner-Ring  
1017 Wien

Zu III-171 der Beilagen zu den Stenographischen Protokollen des Nationalrates,  
XVIII. GP

Ergänzung des Berichtes des Bundesministers für wirtschaftliche Angelegenheiten über die Lage der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Österreich  
1993



# Tourismuspolitik 2000



Bundesministerium für  
wirtschaftliche Angelegenheiten

# **T O U R I S M U S P O L I T I K**

## **2 0 0 0**

### **10 Thesen zur Strukturverbesserung**

# **TOURISMUSPOLITIK 2000**

## **10 Thesen zur Strukturverbesserung**

### **VORWORT**

Tourismus und Freizeit sind bedeutende Wirtschaftsfaktoren mit mittelfristig überdurchschnittlichen Entwicklungschancen geworden: Nach der Überwindung der Rezession in Europa werden weitere Einkommenszuwächse, das Wachstum der Reiseintensität sowie die zunehmende Freizeit und ihre Höherbewertung auch in Zukunft stimulierend wirken; die Ostöffnung und die von der fortschreitenden Europäischen Integration ausgehenden Effekte beschleunigen die touristische Entwicklung zusätzlich. Die Verlagerung der Konsumschwerpunkte im längerfristigen Entwicklungsprozeß resultiert in weiteren Impulsen für das Wachstum von Tourismus und Freizeit. Denn durch den Strukturwandel im privaten Konsum findet im langfristigen Wachstumsprozeß nach der Sättigung der Grundbedürfnisse wie Nahrung, Bekleidung und Wohnung eine Verlagerung zu hochwertigen Gütern sowie zum Freizeitkonsum statt.

Tourismus und Freizeit haben für die österreichische Volkswirtschaft eine zentrale Bedeutung für die Einkommens- und Beschäftigungssicherung sowie für den Zahlungsbilanzausgleich: Die rund 400 Mrd.S Umsatz pro Jahr sprechen eine eindeutige Sprache und unterstreichen das wirtschaftliche Gewicht dieser Schlüsselbranche.

Nach groben Schätzungen beträgt der Wertschöpfungsanteil der gesamten Tourismus- und Freizeitwirtschaft am BIP rund 14%. Von den Gesamtaufwendungen werden rund 44% der Ausgaben von Ausländern getätigt. Der größere Teil der Aufwendungen für Tourismus und Freizeit entfällt auf die Inländer, die ihr privates Freizeitbudget zu fast 90% für den Konsum am Wohnort oder im Zuge von Tagesausflügen verausgaben, nur etwas mehr als ein Zehntel wird für Urlaubs- und Erholungsreisen aufgewendet.

Gegenwärtig steht die österreichische Tourismus- und Freizeitwirtschaft vor großen Herausforderungen, von denen die Überwindung der Rezession, die Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit und das "NEUE" Europa wohl die wichtigsten sind.

Die Herausforderung des grenzenlosen Europas ist durch die Ostöffnung und das Inkrafttreten des EWR-Vertrags bereits zum Teil verwirklicht worden, die bevorstehende Mitgliedschaft Österreichs und anderer EFTA-Länder bei der Europäischen Union wird bereits in den nächsten Jahren eine starke Staatengemeinschaft entstehen lassen, wodurch die wirtschaftliche Integration Europas durch die aus Sicherheitsgründen notwendige politische Integration ergänzt wird; die vollzogene politische und wirtschaftliche Integration bietet weiters auch die Voraussetzung, viele Umweltprobleme gemeinsam im Staatenverbund wirksam zu mildern.

Weiters soll auch klar ausgesprochen werden, daß die Tourismuspolitik insbesondere durch die Umwelt- und Infrastrukturpolitik unterstützt werden soll, zumal bereits heute die Weichen für die **Tourismusedinfrastruktur des 21. Jahrhunderts** -und zwar sowohl im Hinblick auf die Hard-, Soft- und Driveware, als auch in ökologischer Hinsicht- gestellt werden müssen.

Das von mir initiierte Thesenpapier "**Tourismuspolitik 2000**" hat keineswegs das Ziel mit wirtschaftspolitischen Handbüchern in Konkurrenz zu treten, sondern versucht nur die wichtigsten Veränderungen und den resultierenden Handlungsbedarf aufzuzeigen.

Dr. Wolfgang Schüssel

Wien, im März 1994



Bundesminister für  
wirtschaftliche Angelegenheiten

## Zur Ausgangssituation

Seit dem 2. Weltkrieg hat sich die österreichische Tourismus- und Freizeitwirtschaft eine herausragende Stellung im internationalen Wettbewerb erobert und zeigte sich langfristig als relativ krisenfest. Im Jahr 1993 konnte sich jedoch die Tourismus- und Freizeitwirtschaft nicht den Auswirkungen der internationalen Rezession entziehen; im österreichischen Tourismus ist auch 1994 keine Erholung zu erwarten. Nach vorsichtiger Einschätzung der internationalen Konjunkturprognosen, insbesondere aber jener für Deutschland, ist erst wieder ab 1995 mit einer allmählichen Trendumkehr im Tourismus zu rechnen.

Die gegenwärtige "Atempause" im Tourismuswachstum ist keineswegs einzigartig in der Nachkriegsgeschichte. So hatte z.B. in der ersten Hälfte der achtziger Jahre die Wachstumsschwäche in Deutschland und in den meisten anderen europäischen Volkswirtschaften ("Eurosklerosis") in Verbindung mit den akuten Strukturproblemen der österreichischen Tourismuswirtschaft einen Umsatzrückgang in realen Größen ausgelöst, der in der Sommersaison zwischen 1981 und 1986 insgesamt etwa 13 1/2% betrug; in der Wintersaison stagnierte die Nachfrage im gleichen Zeitraum.

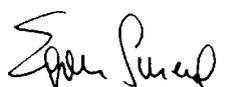
In dieser bis wahrscheinlich ins Jahr 1995 reichenden Stagnations- bzw. Schwächephase muß man sich ernsthaft die Frage stellen, ob der Tourismus weiterhin die Etikette "Wachstumsbranche" tragen kann. Die permanente Beobachtung der Trends am Freizeitmarkt berechtigt mich, die Frage mit "ja" zu beantworten, wenn auch dieses "ja" nicht vollkommen uneingeschränkt zu verstehen ist, denn zu vieles hat sich in den letzten Jahren geändert, zu kräftig und zu rasch war der Strukturwandel in Wirtschaft und Gesellschaft und zu stark ist der wirtschaftliche Anpassungsbedarf.

Neben den politischen und wirtschaftlichen Umwälzungen wird das veränderte Konsum- und Freizeitverhalten die Tourismuswirtschaft nachhaltig beeinflussen. Als Beispiele für tourismuspolitische Ansatzpunkte lassen sich folgende, zum Teil im Fluß befindliche Gegensätze anführen:

<b>Mengenorientierung</b>	<b>→</b>	<b>Qualitätsdenken</b>
<b>Auszehrung der Betriebe</b>	<b>→</b>	<b>Ertrags- und Wertschöpfungsstärkung</b>
<b>Konzentration</b>	<b>→</b>	<b>Entzerrung und Kooperation</b>
<b>Mangelndes Umweltbewußtsein</b>	<b>→</b>	<b>Sicherung des Umweltkapitals</b>
<b>"Jobs"</b>	<b>→</b>	<b>Qualitätsarbeitsplätze</b>
<b>Buchhalterdenken</b>	<b>→</b>	<b>hochwertige Ausbildung</b>
<b>Nachbarschaftsorientierung</b>	<b>→</b>	<b>Internationalisierung</b>
<b>Konsumierte Freizeit</b>	<b>→</b>	<b>erlebte Freizeit</b>
<b>Betriebsmarketing</b>	<b>→</b>	<b>Ortsmarketing</b>
<b>Isolation</b>	<b>→</b>	<b>Vernetzung</b>

Insgesamt gesehen ist es bereits hier wichtig klar auszusprechen, daß die österreichische Tourismus- und Freizeitwirtschaft zur Sicherung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit nicht zu unterschätzende Anstrengungen unternehmen muß um die fühlbaren Strukturnachteile zu überwinden. Werden die "Zeichen an der Wand" längerfristig nicht beachtet, so wird Österreich spürbare Positionseinbußen im internationalen Tourismus in Kauf nehmen müssen.

Die hier skizzierten Trends und vorgeschlagenen tourismuspolitischen Maßnahmen basieren zum Teil auf meinen langjährigen Erfahrungen als Tourismus- und Wirtschaftsforscher sowie als Politikberater, zum Teil aber auch auf den Ergebnissen langer und ausführlicher Diskussionen mit dem Bundesminister für wirtschaftliche Angelegenheiten Dr. Wolfgang Schüssel, der seine Erfahrungen als Politiker und Wirtschaftsexperte einfließen ließ.

  
Egon Smeral

Wien, im März 1994

# **DIE ÖSTERREICHISCHE TOURISMUS- UND FREIZEITWIRTSCHAFT AUF DEM WEG INS 21. JAHRHUNDERT**

## **10 Thesen zur Strukturverbesserung im Überblick**

### **These 1**

**QUALITÄTSVERBESSERUNG REDUZIERT  
KRISENANFÄLLIGKEIT UND ERHÖHT  
WERTSCHÖPFUNG**

### **These 2**

**OPTIMALE BETRIEBSGRÖSSEN SICHERN  
ERTRAGSCHANCEN**

### **These 3**

**EINE ERFOLGREICHE ENTZERRUNG DER  
TOURISTENSTRÖME ERÖFFNET ZUSÄTZLICHE  
WACHSTUMSCHANCEN**

These 4

**DIE SICHERUNG DES UMWELTKAPITALS IST EINE  
ZENTRALE BEDINGUNG FÜR DAS QUALITATIVE  
TOURISMUSWACHSTUM**

These 5

**DIE KOOPERATION DER TOURISMUSBETRIEBE IST  
EINE WICHTIGE VORAUSSETZUNG FÜR DIE  
ERHALTUNG DES TYPISCHEN CHARAKTERS DES  
HEIMATLICHEN URLAUBS- UND  
ERHOLUNGSANGEBOTS**

These 6

**VERBESSERTE RAHMENBEDINGUNGEN FÜR DAS  
HOTEL- UND GASTSTÄTTENWESEN TRAGEN ZU  
EINER DYNAMISCHEREN  
WERTSCHÖPFUNGSENTWICKLUNG BEI**

These 7

**DIE STEIGERUNG DES DURCHSCHNITTLICHEN  
AUFWANDS JE NÄCHTIGUNG ERHÖHT DIE  
EINKOMMEN UND DEN ZUFRIEDENHEITSGRAD DER  
AN DER ERSTELLUNG DES TOURISMUSANGEBOTS  
BETEILIGTEN BEVÖLKERUNGSGRUPPEN.**

**These 8**

**DIE ERSCHLIESSUNG DER REISEMÄRKTE IN  
FERNOST UND IM PAZIFISCHEN BECKEN LIEFERT  
DEUTLICHE WACHSTUMSIMPULSE**

**These 9**

**DIE QUALITÄT DES PERSONALS UND DES  
MANAGEMENTS BESTIMMT DIE  
WETTBEWERBSFÄHIGKEIT IM ENTSCHIEDENDEN  
AUSMASS**

**These 10**

**DIE CHARAKTERISIERUNG DES TOURISMUS- UND  
FREIZEITANGEBOTS DURCH VERNETZBARE  
ERLEBNISSE WIRD ZUR SCHLÜSSELAKTIVITÄT  
EINER ZUKUNFTSORIENTIERTEN  
TOURISMUSPOLITIK**

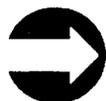
**These 1****QUALITÄTSVERBESSERUNG REDUZIERT  
KRISENANFÄLLIGKEIT UND ERHÖHT  
WERTSCHÖPFUNG**

*Die österreichische Tourismuswirtschaft hat im internationalen Vergleich eine herausragende Stellung inne:*

*Von den entwickelten westlichen Industrieländern realisierte Österreich im Jahr 1993 mit 22.000 Schilling die bei weitem höchsten Pro-Kopf-Einnahmen im internationalen Reiseverkehr; auf das "kleine" Österreich -mit einem Anteil von weniger als 1 % am BIP der gesamten OECD-Länder und einem Marktanteil der Industriewarenexporte im Welthandel von etwa 1,12%-entfallen rund 5,12% der Einnahmen im internationalen Tourismus.*

*Das in der Nachkriegsgeschichte erreichte hohe Qualitätsniveau trug zur Krisensicherheit bei und stärkte die Wertschöpfungskraft der Tourismuswirtschaft; von den europäischen Industrieländern zählt Österreich zu den Ländern, die seit 1975 die geringsten Konjunkturschwankungen im Tourismus verzeichnen können.*

*Die Angebotsqualität eines Tourismuslandes wird entscheidend durch den durchschnittlichen Unterkunftsstandard bzw. den Bettenanteil der gehobenen Hotellerie ( das sind die 3\*-, 4\* und 5\*-Betriebe) bestimmt. Seit 1980 sind die Betten in der gehobenen Hotellerie deutlich gestiegen. Gegenwärtig beträgt der Bettenanteil der gehobenen Hotellerie rund 34%, gegenüber 1980 ist damit der Anteil der Qualitätsbetten um rund 10 Prozentpunkte angestiegen.*



Bis zum Jahr 2000 wird eine Betten-Quote der gehobenen Hotellerie von 40% angestrebt, wobei der

Bettenanteil in der 3\*-und 4\*-Kategorie überdurchschnittlich ansteigen soll. Das bedeutet, daß bei einer unveränderten Gesamtbettenanzahl im Bereich der gehobenen Hotellerie bis zur Jahrtausendwende knapp 11.000 Betten pro Jahr zu schaffen sind; die Investitionskosten für diese strategische Qualitätsverbesserung belaufen sich auf etwa 7 bis 8 Mrd.S pro Jahr (das sind etwa 60% der jährlichen Gesamtinvestitionen im Beherbergungswesen).

Die Anhebung des Anteils der Qualitätsbetten als Schlüsselmaßnahme zur Sicherung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit und zur Reduktion der Krisenanfälligkeit müßte jedoch zur Wahrung des Gleichgewichts durch Qualitätsverbesserungsmaßnahmen ergänzt werden, die die gesamte Palette des Tourismusangebots (die sozialen und ökologischen Komponenten mit eingeschlossen) erfassen:

Das heißt, in der Praxis soll sich die Qualitätsanhebung zum Beispiel vom Würstelstand bis zum Luxusrestaurant, von der Kellner- bis zur Hotelmanagerausbildung, vom Shoppingangebot bis zum Schischul- oder Veranstaltungsprogramm oder von der medizinischen Betreuung bis zur Kommunikationsinfrastruktur erstrecken.

## These 2

**OPTIMALE BETRIEBSGRÖSSEN SICHERN  
ERTRAGSCHANCEN**

*Obwohl die Betriebsgröße in den gewerblichen Unterkünften langfristig gestiegen ist (seit 1970 etwa um 10 Betten je Unterkunft), ist diese mit heute durchschnittlich 35 Betten je Unterkunft suboptimal, wodurch verringerte Ertragschancen gegeben sind. Nur in der 4\*- und 5\*-Kategorie werden mit etwa 100 Betten je Unterkunft einigermaßen befriedigende Betriebsgrößen erreicht, wogegen die 3\*-Betriebe mit 42 Betten je Unterkunft und die 1\*/2\*-Betriebe mit 23 Betten je Unterkunft aufgrund der geringen Betriebsgröße deutliche Rentabilitätsnachteile auf sich nehmen müssen. Aus diesen Gründen wird die Tourismuspolitik erhöhte Anstrengungen unternehmen die durchschnittlichen Betriebsgrößen zu erhöhen, zumal sich der im Zuge des Fortschreitens der Europäischen Integration ansteigende Wettbewerbsdruck auf größere Betriebe nicht nur relativ schwächer auswirkt, sondern diese auch die Vorteile des gemeinsamen Marktes relativ besser nützen können. Eine Vergrößerung der Betriebe hat nicht nur eine steigende Produktivität, sondern auch eine größere Marktmacht und damit eine größere Preisdurchsetzungskraft zur Folge.*



Ziel der Tourismuspolitik bis zur Jahrtausendwende ist es, die durchschnittliche Betriebsgröße im Bereich der gewerblichen Unterkünfte auf mindestens 40 Betten je Unterkunft zu erhöhen, wobei bei 3\*-Betrieben eine durchschnittliche Betriebsgröße von mindestens 50 Betten je Unterkunft und in der 4\*/5\*-Kategorie im Durchschnitt mindestens 105 Betten je Unterkunft angestrebt werden soll. Bis zum Jahr 2000 werden damit etwa 250 bis 300 Betriebe in der gehobenen Hotellerie geschaffen werden.

**These 3****EINE ERFOLGREICHE ENTZERRUNG DER  
TOURISTENSTRÖME ERÖFFNET ZUSÄTZLICHE  
WACHSTUMSCHANCEN**

*Die Realisierung der Tourismusnachfrage durch den Freizeitkonsumenten und die damit verbundenen Erlebnisse schließen in den meisten Fällen den Gebrauch von Umweltgütern mit ein. Es ist damit unmittelbar einsichtig, daß quantitatives Wachstum der Tourismusnachfrage bei gegebener Unvermehrbarkeit des Produktionsfaktors "Umwelt" sowie bei unveränderten Arbeits-, Produktions- und Freizeitstrukturen bzw. bei den daraus resultierenden starren Verhaltensmustern im Hinblick auf die räumliche und zeitliche Nutzung der Umweltgüter temporäre Überlastungen derselben entstehen können. Zusätzlich wirkt sich noch die starke Wetterabhängigkeit spezifischer Formen der Tourismusnachfrage aus.*

*Aufgrund der starken räumlichen und zeitlichen Konzentration des Tourismus sind in einigen Tourismusgebieten (meistens aber auch nur temporär) die Grenzen des quantitativen Wachstums bereits erreicht oder schon überschritten, einige andere Regionen stehen kurz davor. Gelänge es, die zeitliche und räumliche Konzentration der Tourismusnachfrage zu entflechten, so würde dies nicht nur den gefährdeten Regionen helfen, sondern auch bedeutende Wachstumschancen eröffnen.*

*Zeitliche und räumliche Nachfragespitzen schaden der Umwelt und senken die Lebens- und Freizeitqualität von Reisenden und Bereisten. Die Nachfrageverluste infolge von physischen, materiellen und sozialen Kapazitätsengpässen führen zu Einkommeneinbußen, zu mitunter extremen Auslastungsschwankungen und in der Folge zu Imageschädigungen.*

*Obwohl es langfristig gelungen ist die Besucherströme zu entzerren, finden noch immer rund 44% der Nächtigungen in nur drei Monaten (Februar, Juli und August) statt. Die Konzentration der Tourismusnachfrage wird noch deutlicher, wenn nicht nur zeitliche Gesichtspunkte, sondern auch regionale Besonderheiten berücksichtigt werden. So entfielen zu Beginn der neunziger Jahre auf die 50 nächtigungsstärksten Gemeinden etwa 40% der Nächtigungen; von einigen wenigen Ausnahmen abgesehen, befinden sich diese Gemeinden fast alle in den westlichen Bundesländern und in Kärnten, wobei nur bestimmte Regionen betroffen sind.*



Bis zur Jahrtausendwende sollte es (bei stärkerer regionaler Streuung) durch die Forcierung der Vor- und Nachsaison gelingen, den Anteil der Sommermonate Juli und August auf unter 30% zu senken, der Februaranteil sollte mittelfristig unter 9% sinken. Weitere Beispiele für entzerrende Maßnahmen wären die Einflußnahme auf die europäischen Ferienordnungen, flexible An- und Abreisetage, stärkere saisonale Preisdifferenzierung, die Schaffung von Verkehrsleitsystemen, bessere Verkehrsinformationen sowie die behutsame Entwicklung von touristischen Hoffungsgebieten mit jedoch geringer Nachfrageintensität. Auch die Durchsetzung einer längeren bzw. flexibleren Ladenöffnungszeit stellt, aus einem anderen Blickwinkel betrachtet, eine entzerrende Maßnahme dar.

*Eine zeitliche und räumliche Umverteilung von Nachfrageüberhängen trägt damit nicht nur zur Qualitätsicherung der Umwelt und des Freizeiterlebnisses bei, sondern bewirkt die Erhöhung der Durchschnittsrentabilität der Betriebe und die Reduktion der Arbeitslosenquote im Jahresdurchschnitt.*

*Im internationalen Vergleich hat Österreich eine relativ niedrige Bettenauslastung, wobei die Ferienentflechtung diesen Rückstand zwar lindern, jedoch nicht beseitigen kann.*

*In der Sommersaison stagniert die Bettenauslastung in den gewerblichen Betrieben langfristig im Bereich der 38%-Marke, die Bettenauslastung in der Wintersaison ist mit rund 33% niedriger als in der Sommersaison, konnte jedoch seit 1970 um mehr als 10 Prozentpunkte gesteigert werden.*



Bis zum Jahr 2000 sollten alle Anstregungen unternommen werden, die Bettenauslastung in den gewerblichen Unterkünften durch die stärkere Ausrichtung des Angebots auf den Ganzjahrestourismus und gezielte Entzerrungsmaßnahmen sowohl in der Sommer- als auch in der Wintersaison um mindestens je 3 Prozentpunkte (das sind insgesamt etwa 7 Millionen Übernachtungen) zu steigern. D.h. bis zur Jahrtausendwende sollte im Sommer die Bettenauslastung der gewerblichen Betriebe im Durchschnitt mindestens 41% und im Winter mindestens 36% betragen.

## These 4

**DIE SICHERUNG DES UMWELTKAPITALS IST EINE  
ZENTRALE BEDINGUNG FÜR DAS QUALITATIVE  
TOURISMUSWACHSTUM**

*Österreich verfügt -trotz der geringen Landesgröße und des hohen Industrialisierungsgrades- über eine Vielfalt von attraktiven Ressourcen; weiters kann der Umweltzustand im Vergleich zu den anderen Ländern als relativ gut bezeichnet werden:*

*Österreich gehört mit einer Bevölkerungsdichte von 93 Einwohnern je km<sup>2</sup> zu den weniger dicht besiedelten kontinentaleuropäischen Ländern. Weiters besitzt Österreich von den untersuchten Ländern im Verhältnis zur Landesfläche den höchsten Anteil an Naturschutzgebieten und kann mit 0,4 ha Wald je Einwohner als relativ walddreich bezeichnet werden. In Europa verfügen nur die skandinavischen Länder über mehr Waldfläche je Einwohner. Internationale Untersuchungen ergaben, daß in Österreich von den 3,3 Mill ha Wald rund 9% als schwerer beeinträchtigt gelten (mittlere bis starke Kronenverlichtung sowie abgestorbene Kronen), jedoch diese konstatierten schwereren Waldschäden im europäischen Vergleich als relativ gering angesehen werden können.*

*Auf Basis anderer ausgewählter Indikatoren wie*

- geleistete Umweltschutzausgaben insgesamt (%-Anteil am BSP),*
- die Behandlung von Abwasser (Anschlußgrad der Bevölkerung),*
- Energieverbrauch (kg pro Einwohner),*

- Abfallaufkommen (kg pro Einwohner) ,
- CO<sub>2</sub> - Emissionen (Tonnen pro Kopf),
- Emissionen von "Greenhouse" Gasen (Tonnen pro Kopf),
- Handelsdüngereinsatz (kg je ha landwirtschaftlicher Fläche),

*kann im internationalen Vergleich der Umweltzustand als relativ gut bis relativ zufriedenstellend eingestuft werden.*

*Da "Gäste" immer umweltsensibler werden, ist die Sicherung einer intakten Umwelt ein wichtiger zukünftiger Wachstumsfaktor: "Umweltpolitik ist die beste Tourismuspolitik" soll ein Credo der Verantwortlichen werden.*

*Nach Untersuchungen des B. A. T.-Freizeitforschungsinstituts und aufgrund der Deutschen Reiseanalyse zeigte sich, daß Mitte der achtziger Jahre rund ein Drittel der befragten Urlauber Umweltbeeinträchtigungen am Urlaubsort bemerkt hat. Bis heute hat sich der Anteil deutlich erhöht. Dies betrifft nicht nur die üblichen Beschwerden über Abfälle oder verschmutzte Strände, sondern auch die Klagen über Lärm, Baustellen im Urlaubsort, Luftverschmutzung oder Zerstörung von Bauten durch Abgase. Auffallend ist, daß die Beschwerden überwiegend von jüngeren Personen (unter 30) geäußert werden.*

*Ergebnisse von speziellen Gästebefragungen bezüglich der Umweltqualität in alpinen Ferienorten machen auf folgende Mängel aufmerksam: Neben den Eingriffen in die Landschaft, den Waldschäden oder den landschaftlichen Veränderungen durch Baumaßnahmen wird immer wieder der Verkehr genannt, der in der Rangordnung der störenden Faktoren häufig einen Spitzenplatz einnimmt, da die Ruhe zu den wichtigsten Urlaubswünschen vieler Gäste zählt.*

*Ein wichtiger Ansatzpunkt zur Verringerung der Umweltbeeinträchtigung durch den Besucherverkehr ist die Senkung der Pkw-Benutzung bei der Urlaubsreise. Laut der "Gästabefragung Österreich" (GBÖ) benützen im Sommer etwa zwei Drittel der Österreich-Urlauber den Pkw für die Anreise, im Winter erreicht die Quote der Urlauber, die mit dem Pkw anreisen, rund drei Viertel; weiters ergab die "Gästabefragung Österreich", daß die Beschwerden der Österreich-Gäste über Verkehrslärm und Abgase bereits ein deutliches Ausmaß erreicht haben (andere Bereiche werden dagegen kaum nennenswert kritisiert). Weitere Untersuchungen ergaben, daß der Primärenergieverbrauch pro Person nach Verkehrsmittel und Distanzeinheit in einem mit 3 Personen besetzten Pkw etwa dreimal höher ist als bei Bahn oder Bus.*

*Die dargelegte Pkw-Problematik darf jedoch nicht isoliert beurteilt werden, zumal die relative **Attraktivität** der Individualverkehrsmittel für die Urlaubsreise entscheidend durch die **Nicht-Attraktivität** der öffentlichen Verkehrsmittel (Bahn und Bus) -und zwar sowohl in bezug auf die touristische Vernetzung und als auch in bezug auf die individuellen Bedürfnisse der Reisenden (Familien mit Kindern, Senioren, gebrechliche Personen, Wunsch nach Ungebundenheit im Urlaub usw.)- bestimmt wird.*



Die Reduktion der Sommer- und der Winter-Quoten in der Pkw-Benutzung um mindestens 10 Prozentpunkte würde einen positiven Beitrag zum Umweltschutz sowie zur Zufriedenheit der Bereisten und vor allem der Reisenden selbst liefern. Dazu müßte jedoch die Attraktivität der öffentlichen Verkehrsmittel deutlich gesteigert sowie die Vernetzung zwischen den einzelnen Verkehrssträgern und dem Tourismusangebot konsumentenfreundlich vorangetrieben werden. Dazu bedarf es tiefgreifender Veränderungen im Bereich der

öffentlichen Verkehrsmittel, und zwar in erster Linie in bezug auf die Logistik und die Angebotsgestaltung, da die Erfüllung der Konsumentenwünsche und die Anpassung an die Marktrealitäten Leitgedanken bei der Ausrichtung eines optimalen öffentlichen Verkehrsangebots sein sollten.

*Seit 1980 ist in Österreich aufgrund des starken Wachstums der Kurzurlaube sowie der Sättigungstendenzen beim Haupturlaub die durchschnittliche Aufenthaltsdauer von 6,2 Nächten auf 5 Nächte gesunken.*



*Durch die Verbesserung des Erlebnisangebots sollte versucht werden, mittelfristig die durchschnittliche Aufenthaltsdauer um mindestens 10% zu steigern, zumal eine längere Aufenthaltsdauer nicht nur die Verkehrs- und die Umweltbelastung reduziert, sondern auch positive Beiträge zur Verminderung der Durchschnittskosten bzw. zur Erhöhung der Rentabilität liefert.*

*Da die Tourismus- und Freizeitwirtschaft langfristig zu den Wachstumsbranchen zählt und in der Praxis -selbst bei stark verbesserten Rahmenbedingungen- temporäre Überlastungen möglich sind, müssten (bei Bedarf) die tourismuspolitischen Bemühungen durch die Einrichtung eines regionalen Besuchermanagements ("Visitor Management") unterstützt werden.*



Bei der Installierung eines regionalen Besuchermanagements sind folgende Punkte wichtig:

- Das Instrumentarium soll nicht isoliert zum Einsatz kommen, viele Einzelmaßnahmen sind nur vernetzt sinnvoll (z.B. Transport-, Verkehrs-, Zugangs- und Kapazitätsmanagement).
- Das eingesetzte Instrumentarien-Mix muß bezüglich jedes Einzelfalles optimal abgestimmt sein.
- Das "Visitor Management" muß professionell erfolgen und marktorientiert sein.

Eine Strategie der nachhaltigen Sicherung der natürlichen Ressourcen soll und darf nicht mit qualitativen Vorgaben arbeiten, sondern muß quantitative Zielwerte vorgeben (z.B nicht mehr Betten, Aufstieghilfen, Schiläufer.....als.....).

## These 5

**DIE KOOPERATION DER TOURISMUSBETRIEBE IST  
EINE WICHTIGE VORAUSSETZUNG FÜR DIE  
ERHALTUNG DES TYPISCHEN CHARAKTERS DES  
HEIMATLICHEN URLAUBS- UND  
ERHOLUNGSANGEBOTS**

*Im Zuge der Schaffung eines einheitlichen Europäischen Binnenmarktes wird es für die im internationalen Vergleich relativ kleinen österreichischen Tourismusbetriebe schwieriger werden sich am Markt zu behaupten, da die Realisierung der Kostenvorteile des Binnenmarktes nicht unabhängig von der Betriebsgröße ist. Ein wahrscheinliches Resultat dieser Entwicklungstendenzen wird sein, daß Übernahmen, Konzentration und Integration (sowohl in vertikaler als auch in horizontaler Hinsicht) deutlich zunehmen werden, um die komplexeren Wettbewerbsverhältnisse sowie den wachsenden Wettbewerbsdruck schlechthin erfolgreich bewältigen zu können. Die Schaffung eines flächendeckenden Informationssystems über das österreichische Tourismusangebot kann als erster Schritt angesehen werden, das heimische Tourismusangebot vernetzt darzustellen, um so den auf einzelne Angebotskomponenten gerichteten Wettbewerbsdruck zu lindern.*



Ein zielführender Ausweg, den kostenbedingten Zwängen in Richtung Konzentration, Integration und Übernahme auszuweichen ist, durch Kooperationsmodelle "großbetriebliche Vorteile zu simulieren":

Mit Hilfe der Kooperation können kleine und mittelständische Unternehmen Nachteile ausgleichen, die sich aus der geringen Größenordnung der Geschäftstätigkeit (hohe Fixkosten), einem begrenzten Produktionsumfang (Ausschluß von vielen lukrativen

Märkten), einer geringen Marktmachtstellung als Käufer und Verkäufer (Ausnutzung durch starke Lieferanten und starke Kunden wie z.B. die großen Reiseveranstalter) sowie einer strukturellen Finanz- bzw. Eigenkapitalschwäche (Unfähigkeit zur Anpassung und zur Modernisierung aus eigener Kraft) ergeben. Insgesamt betrachtet bieten Kooperationen für kleine und mittelständische Unternehmen die Möglichkeit, die Vorzüge großer Unternehmen ohne Verlust der Eigenständigkeit zu erreichen.

Kooperationen im Tourismus wären sowohl für die Beschaffungs- als auch die Vermarktungsseite denkbar. Als Beispiele hierfür könnten Kooperationen im Personalbereich genannt werden. Gerade für saisonabhängige Betriebe wäre es günstig, mit anderen, nicht in der selben Saison tätigen Betrieben einen Verbund herzustellen. D.h. Winterbetriebe kooperieren mit Sommerbetrieben, um ihrem Personal eine Ganzjahresbeschäftigung gewähren zu können. Dadurch wird die Fluktuation gesenkt, die Schulung des Personals erhält damit Investitionscharakter, was auf der anderen Seite ein wichtiger Qualitätsfaktor für die touristische Entwicklung ist. Weitere Beispiele wären die Schaffung regionaler Kooperationen, mit dem Ziel die spezifischen regionalen Produkte nicht nur kostengünstiger einzukaufen bzw. herzustellen, sondern diese auch zu attraktiven Preisen am Markt anbieten zu können; dies könnte durch Kooperationen zwischen den Betrieben des Hotel- und Gaststättenwesens, der Land- und Forstwirtschaft und des Handels effizient vorangetrieben werden, zumal die erfolgreiche Positionierung einer Region auch von der Einzigartig- und Unverwechselbarkeit ihrer spezifischen Produkte abhängt. Auf der Absatzseite müssten ferner noch spezielle Angebots- bzw. Kooperationsgruppen für die typischen kleinen österreichischen Tourismusbetriebe geschaffen werden, um auch in den wichtigen Kleinbetrieben die Krisensicherung durch verstärkte Vernetzung und Produktdifferenzierung voranzutreiben.

## These 6

**VERBESSERTE RAHMENBEDINGUNGEN FÜR DAS  
HOTEL- UND GASTSTÄTTENWESEN TRAGEN ZU  
EINER DYNAMISCHEREN  
WERTSCHÖPFUNGSENTWICKLUNG BEI**

*Die Wertschöpfung je unselbständig Beschäftigten liegt im Hotel- und Gaststättenwesen mit rund 530.000 Schilling deutlich unter dem gesamtwirtschaftlichen Durchschnitt (der Rückstand betrug 1992 mehr als ein Fünftel). Verbesserte Rahmenbedingungen im Bereich des Arbeits- und Steuerrechts sowie des Förderungswesens sollen gemeinsam mit der Umorientierung im Marketing dazu beitragen, den Rückstand deutlich zu verringern.*



Die notwendigen wirtschaftspolitischen Maßnahmen sollten darauf gerichtet sein, den Abstand zur gesamtwirtschaftlichen Durchschnittsproduktivität mindestens zu halbieren. Dazu bedarf es Maßnahmen, die die Innenfinanzierung deutlich erleichtern sowie Finanzierungsmodelle, die genügend Kapital bündeln können um die Rationalisierung der Branche voranzutreiben. Eine wichtige Maßnahme zur Verbesserung der Rahmenbedingungen wäre die Flexibilisierung der Arbeitszeit durch den Abschluß von Jahresarbeitszeitverträgen. D.h.: Es geht nicht um die Wochenarbeitszeit, sondern um die Bewältigung einer jährlichen Arbeitsleistung von 1.700 Stunden.

Auf der Vermarktungsseite müßten spezielle Strategien entwickelt werden um touristische Nachfrageformen mit hoher Wertschöpfungswirkung und Ganzjahrescharakter zu schaffen. Beispiele hierfür wären die Förderung des Incentive-, Geschäfts- und Kongreßtourismus. Die Modernisierung des Abrechnungs- und Bonierungssystems

und die Einführung von Kreditkarten für die Betriebe der Angebotsgruppen und deren Kooperationspartner im Sport-, Kultur-, Freizeit-, Unterhaltungs-, Transport- und Shoppingbereich würden ebenso zur Wertschöpfungsstärkung der Tourismusbetriebe beitragen; eine intensive Kooperation mit den Banken würde die Entwicklung zusätzlich stimulieren.

These 7

**DIE STEIGERUNG DES DURCHSCHNITTLICHEN  
AUFWANDS JE NÄCHTIGUNG ERHÖHT DIE  
EINKOMMEN UND DEN ZUFRIEDENHEITSGRAD DER  
AN DER ERSTELLUNG DES TOURISMUSANGEBOTS  
BETEILIGTEN BEVÖLKERUNGSGRUPPEN.**

*In Österreich liegen die Aufwendungen ausländischer Touristen pro Übernachtung mit rund 1.650 Schilling um 14% über dem europäischen Durchschnitt. Im Vergleich zur Schweiz, zu Deutschland, zu Frankreich und zu Italien sind aber noch ausgeprägte Rückstände feststellbar. Die genannten Länder haben sich weniger auf die klassischen Ferien mit niedrigen Aufwendungen pro Nacht spezialisiert: Ein modernes Ganzjahresangebot für flexible Freizeitkonsumenten sorgt für überdurchschnittliche Wertschöpfungsbeiträge der Tourismuswirtschaft. Ebenso locken Standortvorteile in der Sachgüter- und Dienstleistungsproduktion relativ mehr Dienst- und Geschäftsreisende an, die durch höhere Ausgaben dazu beitragen, daß im Tourismus eine höhere Wertschöpfung je Beschäftigten realisiert werden kann, ohne langfristig auf temporäre Kapazitätsschranken zu stoßen.*



Die weitere Modernisierung und Differenzierung des Angebots für zeitlich und finanziell unabhängige Schichten aus den schnell wachsenden europäischen

Ländern und den Überseemärkten würde entscheidend dazu beitragen, das österreichische Tourismusangebot "ganzjahrestouristisch" auszurichten und damit nicht nur die notwendige Entlastung von den Nachfragespitzen zu ermöglichen, sondern auch die durchschnittliche Auslastung und die Rentabilität der Betriebe zu erhöhen. Eine weitere Maßnahme zur Einkommenserhöhung der Tourismusunternehmer ist die stärkere Vernetzung der verschiedenen wichtigen Komponenten des Tourismusangebots (wie z.B. Hotellerie, Gastronomie, Handel, Transport, Kultur, Sport, Unterhaltung und die speziellen persönlichen Dienstleistungen), da dies die Aufenthaltsdauer und die Durchschnittsausgaben erhöht. Die Forcierung des Dienst- und Geschäftsreisetourismus durch eine aktive Standortpolitik, unterstützt durch eine gesamtwirtschaftlich orientierte Österreich-Werbung, ist eine wirksame Maßnahme, die durchschnittlichen Aufwendungen je Übernachtung sowie Auslastung und Rentabilität der Betriebe zu erhöhen.

Insgesamt sollte die gebündelte Wirkung der Maßnahmen dahin führen, die durchschnittlichen Aufwendungen je Übernachtung um 100 Schilling pro Jahr zu erhöhen, damit zur Jahrtausendwende ein Qualitätsniveau -ähnlich der Schweiz- erreicht werden kann.

## These 8

**DIE ERSCHLIESSUNG DER REISEMÄRKTE IN  
FERNOST UND IM PAZIFISCHEN BECKEN LIEFERT  
DEUTLICHE WACHSTUMSIMPULSE**

*Die Österreich-Gäste kommen weitgehend aus Europa bzw. rund 95% des österreichischen Nächtigungsvolumens stammen aus europäischen Herkunftsländern. Der größte Herkunftsmarkt für Österreich mit etwa der Hälfte der Gesamtnächtigungen oder etwa zwei Dritteln der Ausländernächtigungen ist das Nachbarland Deutschland.*

*Der im Vergleich zu anderen wichtigen europäischen Zielländern außergewöhnlich hohe Deutschlandanteil der österreichischen Tourismuswirtschaft kann mittelfristig zu Positionseinbußen im internationalen Wettbewerb führen, da Deutschland aufgrund des hohen wirtschaftlichen Anpassungsbedarfs mittelfristig auf Wachstumsschwierigkeiten stoßen wird (der durchschnittliche Deutschlandanteil am Nächtigungsvolumen im internationalen Reiseverkehr beträgt bezogen auf Großbritannien, Frankreich, Italien, Spanien, Griechenland und der Schweiz rund ein Viertel). Die ungünstigen mittelfristigen Einkommens- und Beschäftigungserwartungen werden im allgemeinen die Reiselust der Deutschen spürbar dämpfen. So wird der Höhepunkt der Arbeitslosigkeit in Deutschland voraussichtlich erst im Winter 1994/95 erreicht. In den darauffolgenden Jahren dürfte die Arbeitslosigkeit allenfalls leicht zurückgehen. Die Erfahrungen der vergangenen zwei Jahrzehnte zeigen, daß die Zunahme der Arbeitslosigkeit in einer Rezession im nachfolgenden Aufschwung nur zum Teil abgebaut wurde. Mit jedem Konjunkturzyklus ist der Sockel der Arbeitslosigkeit leicht gestiegen. Hinzu kommen, auch als Folge des hohen D-Mark-Kurses, strukturelle Faktoren wie die im internationalen Vergleich hohen Lohnstückkosten und eine Verschlechterung der Wettbewerbsposition des Standorts Deutschlands. Verschärft werden die Probleme noch dadurch, daß nach der Öffnung Osteuropas die deutsche Wirtschaft mit neuen Billiglohnländern konkurrieren muß, die mit ihren*

*Produkten nach Westeuropa drängen und für ausländische Investoren günstige Kostenvoraussetzungen bieten.*

*Im Gegensatz zu der starken Abhängigkeit von deutschen Touristen, die im Vergleich zu anderen wichtigen Zielländern in Österreich relativ wenig pro Nacht ausgeben, ist der Anteil der Übernachtungen von den spendierfreudigen Gästen aus den rasch wachsenden Märkten in Fernost und im Pazifischen Becken mit weniger als 1% noch sehr niedrig.*

*Deutsche Touristen geben mit etwa 970 Schilling pro Nacht nicht nur weniger aus als die anderen Europäer (der Durchschnitt betrug am Anfang der neunziger Jahre etwa 1.460 Schilling pro Nacht, ohne Deutsche: 1.570 Schilling pro Nacht), sondern verhalten sich darüber hinaus in Österreich (940 S pro Nacht) im Verhältnis zu Frankreich (1.340 S), Italien (1.300 S) oder der Schweiz (1.480 S) relativ sparsam. Mit Ausnahme von Österreich (hoher Nächtigungsanteil-geringe Ausgaben) und Frankreich (geringer Nächtigungsanteil-hohe Ausgaben) korreliert der Deutschlandanteil mit den Aufwendungen je Nacht (d.h. je geringer die Aufwendungen je Nacht, desto niedriger ist auch der Nächtigungsanteil deutscher Touristen im internationalen europäischen Reiseverkehr).*



Die Tourismuspolitik wird erhöhte Anstrengungen unternehmen, Österreich in diesen Zukunftsmärkten zu positionieren. Bis zum Jahr 2000 sollte bezüglich der Gäste aus Fernost und dem Pazifischen Becken mindestens die 5%-Marke erreicht werden bzw. die Nächtigungsanzahl die 5 Millionen Grenze übersteigen. Die Erreichung des Wachstumsziels in Fernost und im Pazifischen Becken dürfte nicht allzu schwer fallen, da die betreffenden Länder mittelfristig über ausgezeichnete Wachstumschancen verfügen und zusätzlich die Auslandsreiseintensität noch sehr niedrig ist. Parallel zur **"Übersee-Offensive"** muß die Abhängigkeit vom deutschen Markt gesenkt werden (Ziel

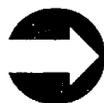
weniger als 45% der Gesamtnächtigungen im Jahr 2000), wobei im Gegenzug die Marketingaktivitäten -insbesondere in thematischer Hinsicht- in den ferneren europäischen Märkten deutlich verstärkt werden müßten.

Gelingt es mittelfristig die Internationalisierung der österreichischen Tourismuswirtschaft in Richtung Zukunftsmärkte voranzutreiben, so könnten künftige konjunkturbedingte Einbrüche deutlich gemildert und die in der Vergangenheit verpaßten Wachstumschancen realisiert werden.

These 9

### **DIE QUALITÄT DES PERSONALS UND DES MANAGEMENTS BESTIMMT DIE WETTBEWERBSFÄHIGKEIT IM ENTSCHIEDENDEN AUSMASS**

*In Zukunft wird der Wettbewerb auf den Beschaffungsmärkten für qualifizierte Arbeitskräfte deutlich ansteigen. Betriebe, die keinen "Qualitätsarbeitsplatz" anbieten können bzw. wollen, müssen entweder im preis- und konjunkturreagiblen Billigbereich operieren oder werden langfristig deutlich an Marktanteilen verlieren.*



Ziel ist, die Wohn-, Arbeits- und Freizeitbedingungen zu verbessern sowie durch Kooperationen von saisonabhängigen Betrieben den jahreszeitlich bedingten unterschiedlichen Bedarf an Arbeitskräften auszugleichen, wodurch Ganzjahresarbeitsplätze geboten werden können; dies würde auch dazu beitragen die Fluktuation und die Abwanderung zu anderen Branchen zu vermindern,

wodurch Beschaffungs- und Einarbeitungs- bzw. Ausbildungskosten reduziert werden könnten. Wichtig dabei ist, daß dem Personal Wohnmöglichkeiten zur Verfügung gestellt werden, die nicht nur dem Österreich-Standard entsprechen, sondern auch individuelle Entfaltungsmöglichkeiten (z.B. Familiengründung, Hobbies) erlauben sollen.

*Die Bereitstellung von qualifizierten Arbeitskräften ist an ein entsprechendes Ausbildungssystem bzw. die Beseitigung von Schwachstellen gebunden. Ausbildungsdefizite treten weniger in den unteren und mittleren Qualifikationen auf, sie sind vielmehr im akademischen Bereich konzentriert. Dies ist auch in Verbindung damit zu sehen, daß im "Tourismusland" Österreich an keiner Universität das Fach Tourismus und Freizeit im ganzheitlichen Sinn inhaltlich abgedeckt wird bzw. als eigene Studienrichtung existiert. Die einschlägigen Studienpläne konzentrieren sich im wesentlichen auf betriebswirtschaftliche Probleme und die Marktforschung; auch sind Bestrebungen, die notwendigen Vernetzungen von Wirtschaft, Gesellschaft, Ökologie, Technologie, Organisation und Management auf Hochschulebene wissenschaftlich zu erfassen und die wesentlichen Erkenntnisse in die Lehrpläne einfließen zu lassen, nicht sichtbar.*



*Ziel der Tourismuspolitik ist es deshalb dafür zu sorgen, daß möglichst rasch ein Tourismus-Hauptstudium ins Leben gerufen wird, das den Erkenntnisgegenstand ganzheitlich abdeckt.*

These 10

## DIE CHARAKTERISIERUNG DES TOURISMUS- UND FREIZEITANGEBOTS DURCH VERNETZBARE ERLEBNISSE WIRD ZUR SCHLÜSSELAKTIVITÄT EINER ZUKUNFTSORIENTIERTEN TOURISMUSPOLITIK

*Die Erlebnisorientierung ist zu einem wichtigen Teil des Urlaubs- und Reiseverhaltens geworden. Seit dem Ende der achtziger Jahre kann der Erlebnismarkt als Wachstumsbranche bezeichnet werden. Gegenwärtig scheinen neben den "alten" Expansionsgesetzen wie z.B. Produktdifferenzierung, erhöhte Absatzmengen bei gegebener Produktvielfalt oder die Erweiterung der Herkunftsgebiete **neue** zusätzliche Wachstumsgesetze wie vermehrte Erlebnisdichte in der Freizeit, Verfeinerung des Freizeitkonsums oder Qualitätssteigerung der Erlebnisse rasch bedeutender zu werden.*

*Die zunehmende Erlebnisorientierung der Freizeitgesellschaft und die rasche Expansion der Erlebnismärkte bilden zum Teil die Grundlage für eine "NEUE" Tourismusphilosophie. Im Zuge des Konsums des Freizeiterlebnisses verlieren die einzelnen Betriebe, die Infrastruktur oder die Umwelt sowohl in physischer als auch in sozialer Hinsicht als isoliert wahrnehmbare Komponenten des Tourismusangebots an Bedeutung. Im Gegensatz dazu wird der Vernetzungsgrad der Angebotsteilkomponenten von verschiedenen Betrieben, der Infrastruktur und der Umwelt bzw. die "**Qualität der Erlebnislogistik**" ein entscheidender Bestimmungsfaktor für die Wettbewerbsposition eines Ortes oder einer Region sein.*



Für die österreichische Tourismuspolitik bedeutet die zunehmende Erlebnisorientierung der

Freizeitkonsumenten und das rasche Wachstum der Erlebnismärkte eine Herausforderung:

In der Praxis wird es davon abhängen, wie gut die Komponenten des traditionellen betrieblichen Angebots mit der "Fun-Struktur" verbunden werden können. Beispiele hierfür sind:



**Kreation von internationalen Marken-**

**Veranstaltungen** im Sport- und Kulturbereich (Neusiedlersee Triathlon, Donau-Marathon, Alpenüberquerung mit dem Rad, City-Philharmoniker-Festivals, Jazzkonzerte, Trachten-treffen).



Schaffung von Attraktionen (z. B. Aquapark, Miniaturisierung des Donautales und/oder des Biedermeier-Wiens in Form von Themenparks, Simulation der Naturgewalten in Anlehnung an die Universal-Studios).



Organisation und Ansiedlung neuer Dienstleistungsformen (Shopping-, Unterhaltungs- und Kommunikationsberatung bzw. -führung, Fotografieren von Gästeaktivitäten, Packservice, Angebote für das gepäcklose Reisen).

Weiter können die Herausbildung von Förderungsschwerpunkten in den Bereichen Orts- bzw. Regionenmarketing (z. B. für die Donauregion) und die Forcierung der Förderung von Joint-Ventures oder Kooperationen zwischen den Betrieben des

Beherbergungs- und Gaststättenwesens und anderen Produktions- und Dienstleistungssparten (z.B. durch die Gewährung von "Vernetzungsprämien") als wichtige Elemente einer "NEUEN" Tourismuspolitik angesehen werden. Weiters wird angestrebt, den quantitativen und qualitativen Ausbau des Erlebnisgehalts des Tourismus- und Freizeitangebots als Aufgabe einer strategischen Differenzierungspolitik in den Jahren bis zur Jahrtausendwende zu einer wichtigen Leitlinie der österreichischen Tourismuspolitik zu erheben.

Ein wichtiger Impuls für die regionale Entwicklung würde sich durch einen EU-Beitritt Österreichs ergeben:

Durch den EU-Beitritt eröffnen sich zusätzliche Förderungsmöglichkeiten für Regionen eine wettbewerbsfähige Tourismus- und Freizeitwirtschaft aufzubauen bzw. diese weiterzuentwickeln. Die Mittelvergabe ist von der Förderungswürdigkeit der Region und den "Projektideen" bzw. der Qualität der eingereichten Projekte abhängig. Erst nach einem EU-Beitritt Österreichs kann verhandelt werden, welche Gebiete als förderungswürdig anzuerkennen sind.

HERAUSGEBER: Bundesministerium für wirtschaftliche Angelegenheiten,  
1010 Wien, Stubenring 1. FÜR DEN INHALT VERANTWORTLICH: Bundesministerium  
für wirtschaftliche Angelegenheiten. ERSCHEINUNGSORT: Wien.

