

# Lagebericht 2011

Bericht über die Lage der  
Tourismus- und Freizeitwirtschaft  
in Österreich 2011



**Impressum:**

Herausgeber:

Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend  
Stubenring 1, 1011 Wien  
Sektion Tourismus und Historische Objekte

Für den Inhalt verantwortlich:

Sekretärin Mag. Elisabeth Udolf-Strobl

Layout: Herbert Stadler, 1060 Wien

Foto: BMWFJ/Hans Ringhofer

Coverbild: Kaisergrube bei Going in Tirol / Wilder Kaiser  
© Österreich Werbung/Niederstrasser

Druck: Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend

April 2012

# **Lagebericht 2011**

Bericht über die Lage der Tourismus- und  
Freizeitwirtschaft in Österreich 2011





## Vorwort

In Anbetracht der schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen war 2011 ein gutes Jahr für den österreichischen Tourismus. Insgesamt konnten 126 Millionen Nächtigungen verzeichnet werden, das sind um 0,9 Prozent mehr als im Jahr davor. Bei den Ankünften bedeuten die 34,6 Millionen Gäste in Österreich sogar einen neuen Rekord. Zugleich konnten auch die Umsätze auf hohem Niveau gehalten werden.

Neben den richtig justierten Rahmenbedingungen profitiert der Tourismus-Standort Österreich insbesondere von der Innovationskraft und der Leistungsfähigkeit seiner Unternehmen sowie dem großen Einsatz der Beschäftigten. Durch gelebte Gastfreundschaft, Eigeninitiative und Unternehmergeist schafft es die Tourismusbranche Jahr für Jahr, die Gäste in Österreich zufriedenzustellen.

Aufgabe der Tourismuspolitik ist es, gute Rahmenbedingungen für unternehmerisches Handeln zu sichern und zu schaffen. Dieser Bericht soll daher einen Überblick über die zahlreichen Aktivitäten und Initiativen geben, mit denen die Arbeit der Tourismuswirtschaft gezielt unterstützt wird.

Den Schwerpunkt unserer Arbeit bildet weiterhin die konsequente Umsetzung der Tourismusstrategie Österreich, die auf allen Ebenen gelebt werden muss. Die intensivere Zusammenarbeit im Tourismusmarketing, die klare Aufgabenverteilung bei den Tourismusförderungen durch die neue Förderpyramide, die verbesserte länderübergreifende Zusammenarbeit und die Stärkung der Innovationsbereitschaft unterstreichen, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Trotzdem dürfen wir uns auf den bisherigen Fortschritten nicht ausruhen, sondern müssen alle Potenziale ausschöpfen, um die internationale Konkurrenzfähigkeit der Destination Österreich weiter zu erhöhen.

In wirtschaftlich schwierigen Zeiten hat der Tourismus schon bisher seine Konstanz und Stärke bewiesen. Wenn wir weiterhin gemeinsam an der innovativen Weiterentwicklung des touristischen Angebots und der Wettbewerbsfähigkeit der heimischen Tourismusbranche arbeiten, werden wir auch die nächsten Jahre erfolgreich gestalten können.

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Reinhold Mitterlehner".

Dr. Reinhold Mitterlehner  
Bundesminister für Wirtschaft, Familie und Jugend

# Inhalt

<b>1 TOURISMUSPOLITIK . . . . .</b>	<b>5</b>
Tourismuspolitik . . . . .	6
Tourismusausschuss . . . . .	6
Strategieprozess . . . . .	7
Aktionsplan . . . . .	8
<b>2 TOURISMUSBILANZ 2011 . . . . .</b>	<b>11</b>
Jüngste Entwicklungstendenzen im österreichischen Tourismus . . . . .	12
Die internationale Entwicklung . . . . .	12
Die Situation in Österreich . . . . .	14
Internationaler Vergleich . . . . .	17
<b>3 ARBEITSMARKT . . . . .</b>	<b>23</b>
EURES-Aktivitäten . . . . .	25
Arbeitsmarktpolitisches Projektbeispiel „RegioVitalis“ . . . . .	26
Ausbildung und Beschäftigung im Tourismus . . . . .	26
Staatspreis Tourismus . . . . .	29
<b>4 THEMENFELDER . . . . .</b>	<b>31</b>
Projekt EDEN – European Destinations of ExcelleNce . . . . .	32
Ethik und CSR im Tourismus . . . . .	33
Europäische Donauraumstrategie . . . . .	33
Europäische Kulturstraßen . . . . .	35
Visapolitik . . . . .	35
Entzerrung der touristischen Reiseströme . . . . .	36
Mobilität im Tourismus . . . . .	36
Tourismus für Alle . . . . .	37
Der Gesundheits- und Wellnesstourismus in Österreich . . . . .	39
Alpenkonvention – 4. Alpenzustandsbericht „nachhaltiger Tourismus“ . . . . .	39
Radtourismus in Österreich . . . . .	40
Alpiner Sommer . . . . .	41
Alpiner Winter . . . . .	41
Klimawandel und Tourismus . . . . .	42
Rechtliche Neuerungen . . . . .	45
Broschürenservice des BMWFJ für die Tourismus-Branche . . . . .	47
Gastkommentar „Die Tagungsindustrie in Österreich“ . . . . .	48
Gastkommentar „Die Privatvermietung in Österreich“ . . . . .	50

<b>5 FÖRDERUNGEN FÜR DIE TOURISMUS- U. FREIZEITWIRTSCHAFT</b>	<b>55</b>
Betriebliche Tourismusförderung	57
Leuchtturmprojekte	61
Tourismusförderungen des BMWFJ	62
EU-Förderprogramme mit Kofinanzierung durch das BMWFJ	64
<b>6 WIRTSCHAFTLICHE LAGE DER BETRIEBE</b>	<b>67</b>
Die wirtschaftliche Lage der Hotellerie	68
Die wirtschaftliche Lage der Gastronomie	73
Investitionen/Finanzierung	74
<b>7 INTERNATIONALE BEZIEHUNGEN</b>	<b>79</b>
Europäische Union (EU)	80
Welttourismusorganisation (UNWTO)	83
Bilaterale Beziehungen	86
<b>8 ÖSTERREICH WERBUNG</b>	<b>87</b>





© ÖW\_Fankhauser

# Tourismuspolitik

## Tourismuspolitik

Eine offizielle Definition von Tourismuspolitik gibt es nicht, Versuche, das Phänomen Tourismuspolitik zu umschreiben, jedoch zahlreiche, wie die folgenden Beispiele belegen.

So schrieb Würzl 1992 „Fremdenverkehrspolitik ist konsequentes und zielbewusstes Handeln zur Gestaltung des Tourismus in einem Gemeinwesen“ (Skriptum „Fremdenverkehrspolitik, 1992) oder Kaspar 1996 „Tourismuspolitik ist die bewusste Förderung und Gestaltung des Tourismus durch die Einflussnahme auf die touristisch relevanten Gegebenheiten seitens von Gemeinschaften“ (Tourismuslehre im Grundriss, 1996). Abwandlungen von diesen Definitionen gibt es noch viele, sie unterscheiden sich oft nur im Detail oder der Semantik.

Vereinfacht kann man davon sprechen, dass Tourismuspolitik die Gestaltung der Rahmenbedingungen für den Tourismus ist. Denn in Österreich ist der Tourismus nicht zentral verordnet, sondern das Ergebnis unternehmerischer Eigeninitiative und des Zusammenspiels von zehntausenden Klein- und Mittelbetrieben.

Die Tourismusstrategie des Bundes ist der Ausdruck für die steigende Bedeutung der Tourismuspolitik und Anerkennung für diesen wichtigen Wirtschaftszweig, gleichzeitig aber auch das Eingeständnis, dass bei der komplexen Materie Tourismus nur gemeinsam Erfolge erzielt werden können.

## Tourismusausschuss



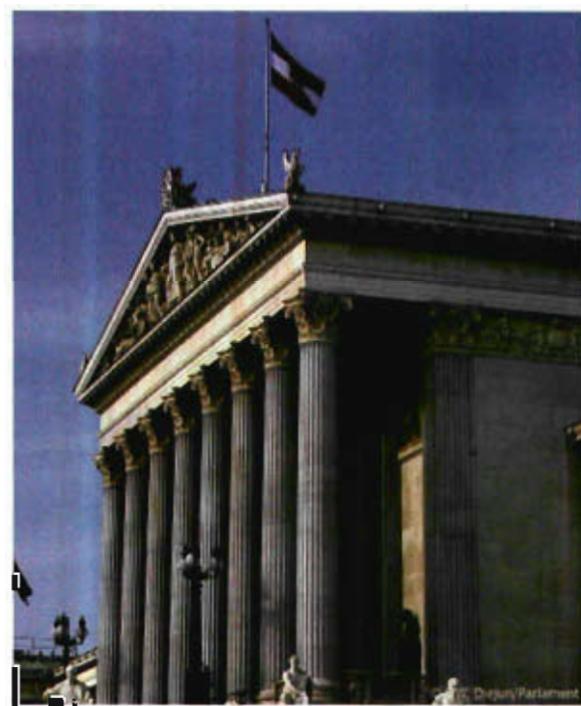
Ein Prinzip des parlamentarischen Verfahrens ist, dass einem Beschluss über einen Gegenstand im Plenum des Nationalrates eine Vorberatung in einem Ausschuss vorangeht. Das soll sicherstellen, dass fachkundige Abgeordnete in einem kleinen Kreis über Sachfragen diskutieren können. Zu den Beratungen können aber auch außenstehende Expert/innen eingeladen werden.

Für den Tourismusbereich wurde schon 2006 ein eigener Ausschuss eingesetzt, im Jahr 2011 tagte er dreimal. Es wurden nachfolgende Themen behandelt:

- ▶ Aussprache über aktuelle Fragen aus dem Arbeitsbereich der ÖW
- ▶ Bericht des Fachverbands Hotellerie in der WKO über den Stand der Harmonisierung der Hotelsterne
- ▶ Bericht des Bundesministers für Wirtschaft, Familie und Jugend über die Lage der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Österreich 2010
- ▶ Tätigkeiten des Verbands alpiner Vereine Österreichs

Folgende Entschließungsanträge wurden vom Ausschuss einstimmig angenommen:

- ▶ Europaweite Harmonisierung der Hotelsterne – Klassifizierungssysteme (1354/A(E))
- ▶ Nachhaltige Mobilitätsangebote für Touristen im Sinne der Tourismusstrategie (1550/A(E))
- ▶ Die touristische Bedeutung der alpinen Infrastruktur (1578/A(E))
- ▶ Wettbewerbsfähigkeit der österreichischen Tourismusbetriebe (1755/A(E))



- ▶ Erleichterungen bei familieninternen Betriebsübergaben im Bereich der Hotellerie und Gastronomie (1756/A(E))
- ▶ Weitere Maßnahmen zur Attraktivierung und Forcierung von Wintersportwochen in den Schulen und regionale Angebote für die Jugend" (1757/A(E))

Die Mitglieder des Tourismusausschusses sowie weitere Informationen über die Tätigkeiten des Ausschusses finden Sie auf der Homepage des österreichischen Parlaments unter: [www.parlament.gv.at](http://www.parlament.gv.at)

### Strategieprozess

Mit der Aufforderung „Gemeinsam im neuen Tourismus-Jahrzehnt“ startete im Februar 2010 die Umsetzung der neuen Tourismusstrategie des Bundes. Nach zwei Jahren wurden bereits zahlreiche Maßnahmen – gemeinsam mit den Bundesländern – erfolgreich umgesetzt oder in die Wege geleitet, die hier im Überblick dargestellt werden:

### Alpen

- ▶ Förderung der alpinen Infrastruktur (Schutzhütten und Wege) neu ausgerichtet
- ▶ Entwicklung eines Alpinen Wegeinformationsystems unterstützt
- ▶ Info-Projekt „Wandern mit der Familie“ realisiert
- ▶ Zusammenarbeit von Nationalparks und Tourismus gestärkt
- ▶ theALPS: tourismuspolitische Zusammenarbeit im Alpentourismus forciert
- ▶ Alpenzustandsbericht „Nachhaltiger Tourismus in den Alpen“ wird vorbereitet
- ▶ Wintersportwochen: Koordinationsstellen bei Bund und Ländern eingerichtet und eine Radiokampagne durchgeführt

### Donau/Flüsse/Seen

- ▶ Donau als Projektschwerpunkt bei EU-ko-finanzierten Projekten positioniert
- ▶ „EU-Donauraumstrategie“: EU-Projekt DanubeHIKE aufgesetzt
- ▶ Info-Projekt „Qualitätskriterien für Radrouten und -betriebe“ gestartet

- ▶ ÖW-Schwerpunkt 2012 „Urlaub am Wasser“ definiert
- ▶ BMWFJ-Studie „Seentourismus in Österreich“ beauftragt

### Städte/Kultur

- ▶ ÖW-Kulturthemen gesetzt: 2011: „Festspiele für alle Sinne“, 2012: „Leidenschaft für Tradition“
- ▶ Filmförderung FISA „Filmstandort Austria“ etabliert
- ▶ EDEN-Award mit Kulturschwerpunkt veranstaltet
- ▶ Handbuch für europäische Kulturstraßen erstellt

### Tourismuskonferenz

- ▶ Jährliche Abstimmung der Tourismuspolitik von Bund und Bundesländern
- ▶ Laufende Vernetzung in der Steuerungsgruppe und der EU-Koordinationsgruppe von Bund und Bundesländern
- ▶ Jährlicher Bericht des Expertenbeirats

### Marketing

- ▶ Strategische Koordination neu aufgestellt
- ▶ „Allianz Tourismus Marketing“ geschaffen
- ▶ Neuer ÖW Tourismustag etabliert
- ▶ ÖW-Finanzierung durch BMWFJ und WKO gesichert



BM Mitterlehner mit der ÖW-Geschäftsführerin und den Landestourismusdirektoren, Berlin, März 2012

### Innovationen

- ▶ Innovationsmillion: 2011 erstmals 6 Leuchtturmprojekte ausgewählt
- ▶ ÖW Innovationsworkshops in zahlreichen Destinationen veranstaltet
- ▶ EDEN Academy 2012 in Vorbereitung

- Österreichischer Innovationspreis Tourismus (ÖIT) wird 2012 erstmals ausgeschrieben

## Rahmenbedingungen

- Maßnahmen zur Attraktivierung der Beschäftigung im Tourismus verstärkt
- Bewusstsein für Tourismus für Alle erhöht, z. B. durch Workshopreihe und Informationsbroschüren
- Visa: Kooperation BMI, BMiA, Reisebürowirtschaft, ÖW funktioniert, z.B. konnten 13 neue Visaannahmestellen in Russland eingerichtet werden
- Kreditvertragsgebühr 2011 abgeschafft

## Infrastruktur & Mobilität

- Kooperation Bahn & Tourismus ausgebaut

Einen Bericht und Ergebnisse der 2. Tourismuskonferenz in Schladming am 26. April 2012 finden Sie unter:  
[www.bmwfj.gv.at/tourismus](http://www.bmwfj.gv.at/tourismus).



Steuerungsgruppe Tourismus, Jänner 2012

## Aktionsplan

Der bei der Tourismuskonferenz in Linz beschlossene Aktionsplan 2011 ist ein Bekenntnis zu einer engeren Abstimmung zwischen Bund und Bundesländern bei tourismuspolitischen Themen. Viele der im Aktionsplan beschlossenen Aktivitäten wurden in den letzten Monaten erfolgreich umgesetzt:

## Professionalisierung der Kooperation hinsichtlich Marke und Marketing

- ÖW-Marketingbeirat wurde mit Anfang 2012 reformiert und zur neuen „Allianz Tourismus Marketing“. In diesem neuen Gremium stimmen sich all jene Akteure ab, die Auslandsmarketing machen.
- Innerösterreichische Abstimmung passiert in bewährten und neuen Gremien wie der Allianz der 10, dem neu etablierten ÖW-Tourismustag und projekt- und themenbezogenen Plattformen.

## Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit durch gezielte Förderanreize

- Die Förderpyramide ist mit 19.1.2011 in Kraft getreten: Zuständigkeiten von Bund und Bundesländern sind nunmehr für Fördernehmer und -geber klar abgegrenzt.
- Bund-Länder-Aktion „Innovationsmillion“ hat sechs Projekte prämiert und unterstützt die Umsetzung dieser buchungsrelevanten innovativen Angebote.

- ▶ ERP-Fördermittel für den Sektor Tourismus konnten für das Jahr 2012 auf 50 Mio. EUR aufgestockt werden.

### **Forcierung der Innovationskultur im Tourismus**

- ▶ Bund und Bundesländer haben in den letzten Monaten eine gemeinsame Auszeichnung für Tourismusinnovation erarbeitet, die 2012 erstmals ausgelobt wird.

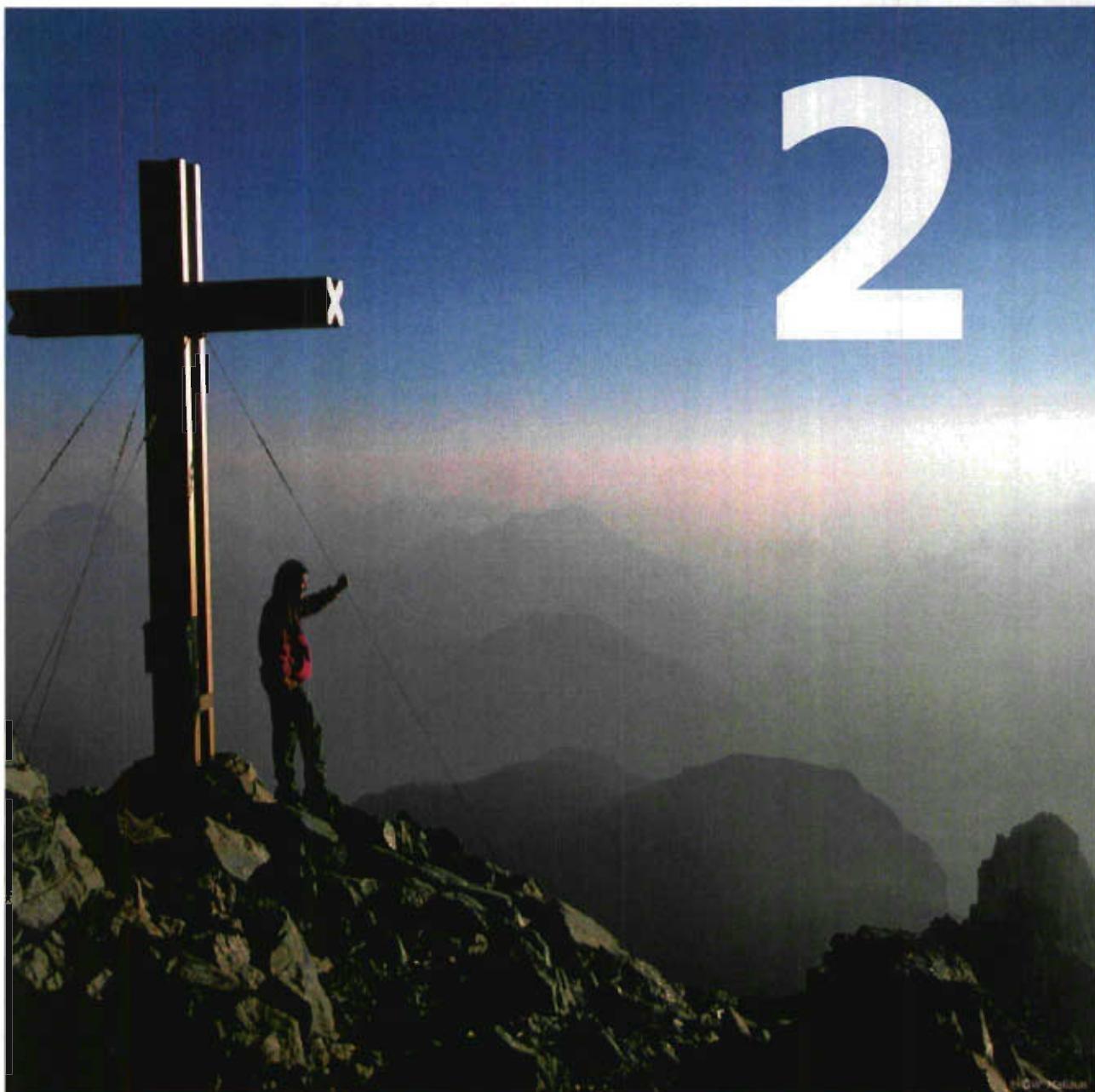
### **Bessere Abstimmung bei europäischen Tourismusthemen**

- ▶ Neue EU-Koordinationsgruppe von Bund und Bundesländern stimmt die österreichischen Interessen bei europäischen Tourismusthemen ab (bspw. in Hinblick auf Strukturfondsperiode 2014-2020).

### **Attraktivierung von Schulsportwochen**

- ▶ ÖW-Radiokampagne und Wintersportwochen für zehn Schulklassen.
- ▶ Neue Koordinationsstelle für Wintersportwochen des Bundes (WISPOWO) unterstützt Lehrer/innen, Eltern und Schüler/innen bei der Organisation von Schulskikursen.
- ▶ Koordinationsstellen für Schulskikurse wurden in den Bundesländern eingerichtet.





# Tourismusbilanz

Entwicklung der österreichischen Tourismus-  
und Freizeitwirtschaft  
im Jahr 2011

## Jüngste Entwicklungstendenzen im österreichischen Tourismus

Beitrag von Univ.-Prof. Dr. Egon Smeral/WIFO

### Die internationale Entwicklung

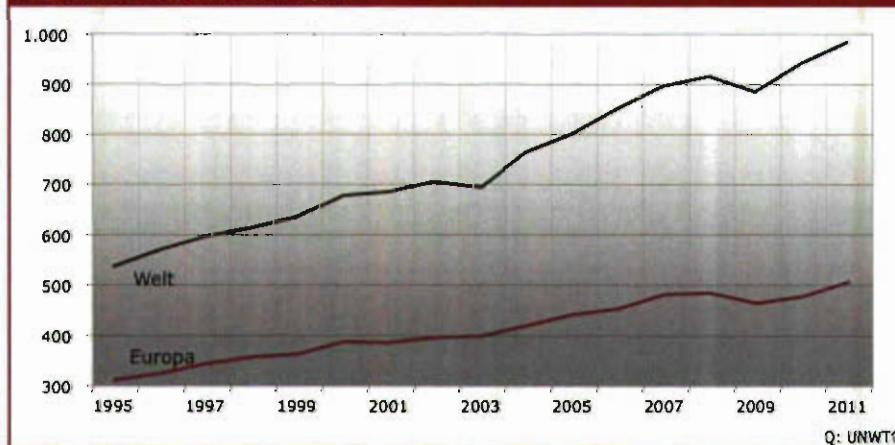
Im Laufe der 2. Jahreshälfte 2011 verschlechterte sich die internationale Konjunkturlage beträchtlich, wobei insbesondere der Euro-Raum durch die Zuspitzung der Staatsschuldenkrise in Mitleidenschaft gezogen wurde (OECD, 2011). Aufgrund der relativ kräftigen Dynamik in der 1. Jahreshälfte konnte der Euro-Raum im Jahresdurchschnitt 2011 mit +1,7% aber noch ein deutlich positives Wirtschaftswachstum realisieren.

Nachdem aufgrund der Schuldenkrise die Zinssätze für griechische, irische und portugiesische Staatsanleihen schon 2010 stark angestiegen sind, wurden im Sommer auch die großen Euro-Staaten Spanien und Italien von dieser Entwicklung erfasst (Schulmeister, 2012). Die Wirtschaftspolitik konnte diese einsetzende Negativ-Spirale weder durch die Ausweitung des Euro-Rettungsschirmes noch durch die Anleihenkäufe der EZB dauerhaft stoppen. Weiters zeigte sich, dass eine Währungsunion nur schwierig gemeinsam mit dem Festhalten an einer national eigenständigen Wirtschafts- und Fiskalpolitik umgesetzt werden kann.

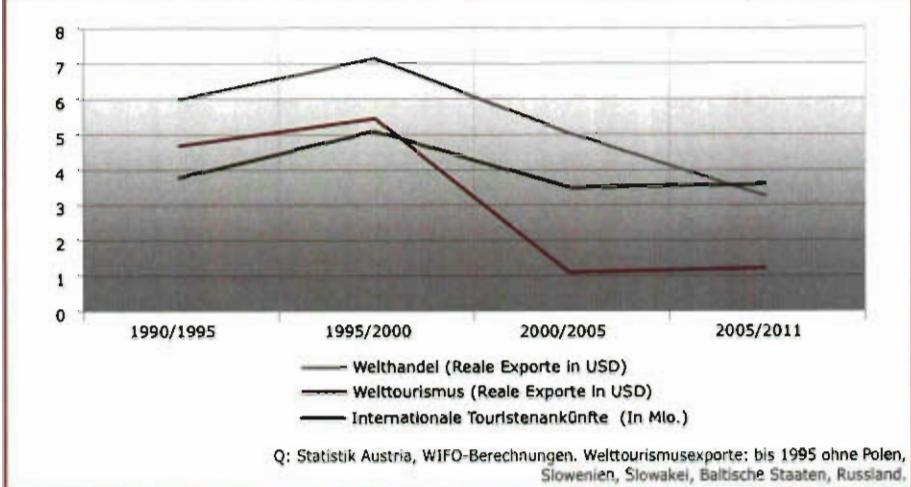
**Abb.1: Konsumentenvertrauen in der EU 27**



**Abb. 2: Entwicklung der internationalen Touristenankünfte weltweit und in Europa**



**Abb. 3: Reale Entwicklung des Welttourismus und Welthandels seit 1990 (in %)**



Durch die dramatische Vertiefung der Krise im Euro-Raum verschlechterten sich die Wirtschaftserwartungen von Unternehmen und Haushalten. Die Abbildung 1 zeigt auch, dass das Konsumentenvertrauen, obwohl schon im negativen Bereich, im Laufe des Jahres im Allgemeinen tendenziell noch weiter zurückging.

Da der Tourismus im Allgemeinen zeitverzögert reagiert, zeigt sich die Verschlechterung der wirtschaftlichen Situation in Europa noch nicht in den internationalen Tourismusdaten des Jahres 2011. In diesem Sinn dürften im Jahresdurchschnitt 2011 die internationalen Touristenankünfte in Europa gegenüber dem Vorjahr um etwa 6% relativ kräftig angestiegen sein (UNWTO, 2012). Gegenüber dem Jahr 2010 hat sich damit die Wachstumsrate verdoppelt. Für 2012 wird in Europa rezessionsbedingt mit einer merkbaren Verlangsamung des Wachstums der internationalen Touristenankünfte gerechnet (UNWTO, 2012).

Die Steigerung im europäischen internationalen Tourismus fiel deutlich stärker aus als die weltweite Dynamik (+4,4%). Die internationalen Touristenankünfte erreichten 2011 ein Volumen von 980 Mio., für Europa belief sich die relevante Ver-

gleichszahl auf 503 Mio. (UNWTO, 2012; Abbildung 2).

Das Wachstum im Welttourismus fiel 2011 im Vergleich zum Welthandel schwächer aus: So stiegen – nach Ausschaltung der Preis- und Wechselkursverschiebungen – die Warenexporte weltweit um 6%, wogegen die globalen Tourismusexporte real um 3,7% zunahmen. Mittel- bis langfristig blieben die realen Tourismusexporte deutlich und in einem geringeren Ausmaß auch die internationalen Touristenankünfte hinter der Dynamik des realen Welthandels zurück. So betrug die Wachstumsdifferenz zugunsten des Welthandels seit 2000 etwa 3 Prozentpunkte pro Jahr (Abbildung 3).

Von den im Welttourismus wichtigen Länderblöcken stiegen die internationalen Touristenankünfte am stärksten in Europa (+6,0%), danach folgen Asien (inklusive pazifischem Raum; (+5,6%) sowie Amerika und Karibik (+4,2%; Übersicht 1; UNWTO, 2012). Die internationalen Touristenankünfte in Afrika stagnierten, im Nahen Osten sanken diese um 7,9% (UNWTO, 2012).

## Die Situation in Österreich

Die generelle Situation im österreichischen Tourismus lässt sich gegenwärtig derart beschreiben, dass sich die Tourismusnachfrage im Vergleich zu allen anderen wirtschaftlichen Aktivitäten wie Konsum, Ausrüstungsinvesti-

tionen und Warenexporte im Zuge des Konjunkturaufschwunges nach der Überwindung der Rezession 2009 nicht deutlich beleben konnte und damit die Tourismuswirtschaft gegenüber der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung immer mehr in Rückstand geriet.

**Übersicht 1: Entwicklung internationaler Touristenankünfte nach Länderblöcken 2008-2011**

	2008	2009	2010	2011
Veränderung in % p.a.				
<b>Welt</b>	+2,1	-3,8	+6,5	+4,4
<b>Europa</b>	+0,5	-4,9	+2,9	+6,0
<b>Asien und Pazifik</b>	+1,2	-1,6	+12,9	+5,6
<b>Amerika und Karibik</b>	+2,7	-4,9	+6,5	+4,2
<b>Afrika</b>	+3,4	+3,2	+6,7	+0,0
<b>Naher Osten</b>	+20,1	-4,6	+15,1	-7,9

Q: UNWTO

**Übersicht 2: Nächtigungen und Umsätze im österreichischen Tourismus 2000 – 2011**

	Nächtigungen				Umsätze			
	Inländer	Ausländer In 1.000	Gesamt	Binnenreiseverkehr	Exporte In Mio. EUR		Gesamt	
					Nominell	Real (Pr. 2000)	Nominell	Real (Pr. 2000)
<b>2000</b>	31.021	82.346	113.367	4.614	4.614	12.202	12.202	16.816
<b>2001</b>	31.335	83.468	114.802	4.811	4.687	12.791	12.494	17.602
<b>2002</b>	30.859	85.538	116.397	4.780	4.537	13.198	12.610	17.978
<b>2003</b>	31.561	86.276	117.837	4.949	4.586	13.528	12.610	18.477
<b>2004</b>	31.329	85.922	117.251	5.095	4.586	13.898	12.592	18.993
<b>2005</b>	31.501	87.741	119.242	5.389	4.731	14.701	12.974	20.090
<b>2006</b>	32.130	87.274	119.403	5.649	4.832	15.144	13.112	20.793
<b>2007</b>	33.008	88.443	121.451	5.834	4.822	15.485	13.056	21.319
<b>2008</b>	33.879	92.840	126.719	6.115	4.914	16.513	13.479	22.628
<b>2009</b>	34.443	89.864	124.307	6.107	4.871	15.375	12.409	21.482
<b>2010</b>	35.024	89.857	124.881	6.169	4.795	15.669	12.425	21.838
<b>2011</b>	35.297	90.706	126.003	6.392	4.782	16.180	12.296	22.572
<b>Veränderung zum Vorjahr in %</b>								
<b>2000</b>	...	...	...	...	...	...	...	...
<b>2001</b>	+1,0	+1,4	+1,3	+4,3	+1,6	+4,8	+2,4	+4,7
<b>2002</b>	-1,5	+2,5	+1,4	-0,6	-3,2	+3,2	+0,9	+2,1
<b>2003</b>	+2,3	+0,9	+1,2	+3,5	+1,1	+2,5	+0,0	+2,8
<b>2004</b>	-0,7	-0,4	-0,5	+2,9	+0,0	+2,7	-0,1	+2,8
<b>2005</b>	+0,5	+2,1	+1,7	+5,8	+3,2	+5,8	+3,0	+5,8
<b>2006</b>	+2,0	-0,5	+0,1	+4,8	+2,1	+3,0	+1,1	+3,5
<b>2007</b>	+2,7	+1,3	+1,7	+3,3	-0,2	+2,3	-0,4	+2,5
<b>2008</b>	+2,6	+5,0	+4,3	+4,8	+1,9	+6,6	+3,2	+6,1
<b>2009</b>	+1,7	-3,2	-1,9	-0,1	-0,9	-6,9	-7,9	-5,1
<b>2010</b>	+1,7	-0,0	+0,5	+1,0	-1,6	+1,9	+0,1	+1,7
<b>2011</b>	+0,8	+0,9	+0,9	+3,6	-0,3	+3,3	-1,0	+3,4

Q: Statistik Austria, OeNB, WIFO-Berechnungen. Inklusive Personentransport.

Nach den kräftigen Rückgängen der Gesamtumsätze im Jahr 2009 (real: -6,1 %), mussten 2010 trotz Konjunkturerholung weitere leichte Abnahmen (real: -0,3 %) in Kauf genommen werden. 2011 haben sich die umsatzmäßigen Rückgänge – entgegen der internationalen Entwicklung – noch etwas verstärkt (-3/4 %). Derzeit liegt das reale Umsatzniveau noch immer leicht unter dem Rezessionsniveau 2009 (Übersicht 2). Bezogen auf die Einnahmen im internationalen Reiseverkehr (Tourismusexporte) gingen die Auslandseinnahmen Österreichs 2011 real um ca. 1 % zurück, während in der EU ein Anstieg von real 5 % verzeichnet werden konnte.

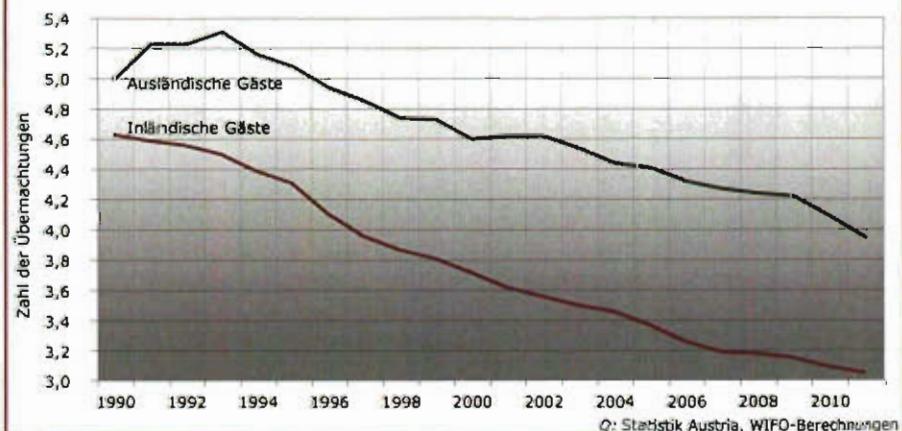
Auch ein Vergleich der realen Umsatzentwicklung mit der verständlicher kommunizierbaren Nächtigungsentwicklung lässt das Stagnationsbild nur um Nuancen günstiger erscheinen: So lag 2011 das Nächtigungsvolumen zwar um 1,3 % über dem Rezessionsniveau, konnte jedoch in keiner Weise mit der touristischen Entwicklung in Europa oder der nationalen und internationalen gesamtwirtschaftlichen Dynamik mithalten (siehe auch ETC, 2012; p.3). So sind laut Eurostat die Nächtigungen in der EU 2011 um 4 % gestiegen, wogegen Österreich mit einer Steigerungsrate von knapp 1 % zu den Ländern mit der schwächsten Entwicklung gehörte (travel tribune, 4/2012).

Weiters muss an dieser Stelle festgehalten werden, dass im Allgemeinen die Messung des Tourismus alleine mit Ankünften oder Nächtigungen nur Teilauspekte des Tourismus beleuchtet, da hier – im Gegensatz zur Messung in Umsatzgrößen – weitere wichtige ökonomische Faktoren wie Qualität, Preise oder Nebenausgaben nicht berücksichtigt werden, so dass der wahre ökonomische Umfang der Tourismusnachfrage und ihre Entwicklung in der Regel verzerrt wiedergegeben werden könnten. Andererseits ist jedoch zu beachten, dass in vielen Fällen Umsatzgrößen nicht verfügbar sind, so dass eben Ankünfte und/oder Nächtigungen als alleinige Messgrößen herangezogen werden müssen.

Das Jahr 2011 war durch einen weiteren deutlichen Rückgang der Aufenthaltsdauer gekennzeichnet (Abbildung 4). Mit Ausnahme der Entwicklung im Burgenland und in Oberösterreich zeigten sich in jedem Bundesland rückläufige Tendenzen.

Die Entwicklung nach der Herkunft zeigt, dass im Kalenderjahr 2011 insgesamt betrachtet die Nächtigungsnachfrage der inländischen Gäste mit +0,8 % zunahm, jene der ausländischen Gäste stieg um +0,9 % geringfügig stärker. Von den für Österreich wichtigen Herkunftsmarkten stiegen die Übernachtungszahlen der Russen (+25,6 %), der Schweizer (+12,6 %), der

**Abb. 4: Entwicklung der Aufenthaltsdauer in Österreich (in Mio.)**



Polen (+6,7%), der Ungarn (+6,0%), der Tschechen (+5,3%), der Belgier (+4,3%), der Rumänen (+3,7%) und der Franzosen (+2,7%) überdurchschnittlich. Nächtigungs-rückgänge ergaben sich für Großbritannien (-4,6%), Dänemark (-3,4%), die USA (-3,2%), die Niederlande (-1,9%), Deutschland (-1,6%) und Schweden (-1,1%). Die Nächtigungen der Italiener stagnierten in etwa.

Regional – insbesondere im Hinblick auf die Entwicklung in den einzelnen Bundes-

ländern sowie in städtischen und ländli-chen Gebieten – zeigten sich erhebliche Unterschiede. Dabei stechen deutlich die Entwicklungsunterschiede zwischen tou-rismusintensiven und tourismusextensi-ven Bundesländern hervor (Übersicht 3). So verzeichneten die tourismusextensiven Bundesländer (mit Ausnahme des Burgen-lands) relativ kräftige Zuwachsrate, wo-gegen die tourismusintensiven Länder (mit Ausnahme Kärntens) eher stagnative bzw. rückläufige Tendenzen zeigten.

### Übersicht 3: Nächtigungsentwicklung in den österreichischen Bundesländern 2001 – 2011

	Burgen-land	Kärnten	Nieder-österreich	Ober-österreich	Salzburg	Steier-mark	Tirol	Vorarl-berg	Wien	Öster-reich
Veränderung zum Vorjahr in %										
2001	+0,2	+1,3	-1,5	-1,2	+2,8	+2,9	+1,3	+0,9	-0,4	+1,3
2002	+1,3	+2,7	-3,9	-1,7	+2,2	+0,9	+2,5	+0,6	-0,6	+1,4
2003	+0,3	+1,0	+3,9	+0,7	+0,0	+2,1	+1,1	+0,9	+4,2	+1,2
2004	-3,3	-4,2	+4,0	-0,2	+1,1	-3,8	-1,2	-0,2	+6,2	-0,5
2005	+6,3	-1,3	+0,3	-0,1	+2,9	+2,1	+2,0	-0,1	+3,9	+1,7
2006	+1,4	-3,4	+4,0	+1,3	+2,0	+0,0	-1,5	-2,1	+6,7	+0,1
2007	+4,8	+4,0	+4,3	+1,6	+0,7	+3,1	+0,2	+2,6	+3,3	+1,7
2008	+4,0	+1,3	+3,1	+3,3	+4,7	+5,3	+4,8	+4,4	+6,0	+4,3
2009	+2,1	-1,6	-1,3	-1,2	-3,3	+0,8	-1,9	-1,7	-3,8	-1,9
2010	+1,5	-3,7	+0,5	-1,8	+0,6	+1,1	-0,5	+0,1	+10,3	+0,5
2011	+0,8	+1,2	+3,2	+3,4	+0,3	+1,8	-0,2	-2,4	+5,0	+0,9

Q: Statistik Austria

### Übersicht 4: Nächtigungsentwicklung in Österreichs Bundesländerhauptstädten 2001 – 2011

	Bregenz	Eisen-stadt	Graz	Inns-bruck	Klagen-furt	Linz	Salzburg	Sankt Pölten	Wien	BL-Haupt-städte gesamt	Österreich ohne BL-Hauptst.
Veränderung zum Vorjahr in %											
2001	+0,3	+10,8	-0,2	-1,7	+2,5	+0,6	+2,2	-2,5	-0,4	-0,0	+1,4
2002	+2,9	-7,0	+10,3	-2,6	-1,7	-0,7	-0,8	+6,9	-0,6	-0,2	+1,6
2003	+2,8	-3,0	+21,8	-2,2	+3,6	+0,8	+3,0	+4,1	+4,2	+4,2	+0,9
2004	+4,4	-8,3	-13,7	+4,6	-1,8	+10,9	+7,1	+3,1	+6,2	+4,8	-1,1
2005	-1,0	+17,4	+1,5	+2,9	+4,8	+6,1	+2,3	+6,9	+3,9	+3,6	+1,5
2006	+2,4	+6,4	+1,3	+0,6	+1,7	-0,3	+18,4	+8,5	+6,7	+7,0	-0,8
2007	+16,2	+14,1	+5,6	+4,9	-6,5	-1,4	-3,5	+8,8	+3,3	+2,4	+1,6
2008	-5,7	-6,6	+2,2	+2,5	+11,3	-0,2	-2,2	+0,2	+6,0	+3,9	+4,4
2009	-0,6	+10,2	-1,0	-9,9	-7,1	+9,5	-2,2	+5,7	-3,8	-3,3	-1,7
2010	+1,7	-3,0	+4,6	+13,4	+9,1	-6,2	+6,4	+6,2	+10,4	+8,7	-0,7
2011	+3,1	-0,8	+10,2	+0,6	+6,1	+7,1	+4,6	+4,1	+5,0	+4,9	+0,2

Q: Statistik Austria

Deutliche Wachstumsdifferenzen zeigten sich auch in Bezug auf die touristische Entwicklung in den Bundesländerhauptstädten und in ländlichen Gebieten (Übersicht 4). Obwohl sich die Wachstumsdifferenzen zugunsten der Städte gegenüber 2010 verkleinerten, betrugen diese 2011 noch immer rund 4 bis 5 Prozentpunkte (gegenüber etwa rund 9 Prozentpunkten im Jahr 2010). Von den einzelnen Städten ergaben sich insbesondere für Wien, Graz, Salzburg, Linz und Klagenfurt relativ kräftige Zuwachsraten.

Nach Saisonen differenziert zeigt sich, dass sich – ähnlich wie 2010 – die Sommersaison 2011 nächtigungsbezogen in Form von mäßigen Steigerungsraten günstiger entwickelte als die Wintersaison 2010/2011, die mit leicht rückläufigen Ergebnissen abschloss. Die Rückgänge in der Wintersaison sind auf die gesunkene Nachfrage ausländischer Tourist/innen zurückzuführen.

In Bezug auf die realisierten nominellen Umsätze zeigten sich im Prinzip ähnliche Entwicklungstendenzen wie bei den Nächtigungen, wenn auch die Umsätze in der Wintersaison – anstatt leicht zu sinken – gering anstiegen, jedoch deutlich hinter der nominellen Umsatzsteigerungsrate der Sommersaison zurückblieben.

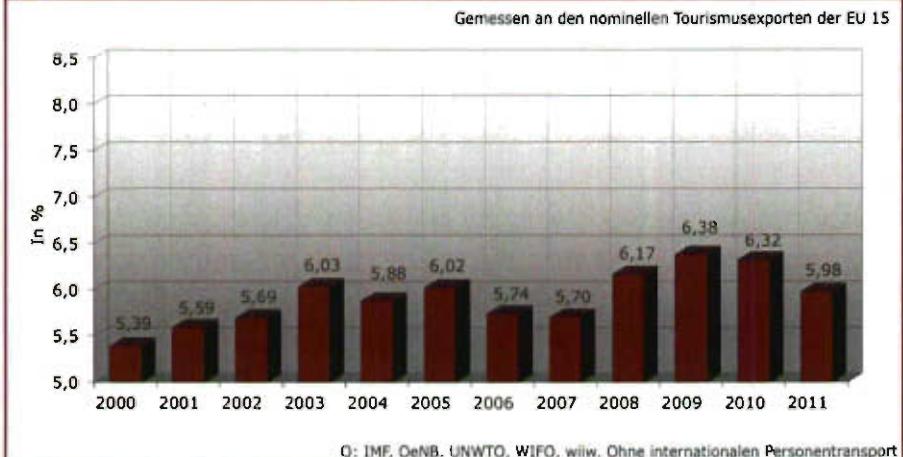
## Internationaler Vergleich

Im internationalen Vergleich zeigte sich, dass Österreich 2011 – gemessen an den nominellen Tourismusexporten der EU 15 – seinen Marktanteil nicht halten konnte. Während 2009 noch ein leichter Ausbau möglich war, mussten 2010 geringe Einbußen in Kauf genommen werden, die sich 2011 fortsetzten (Abbildung 5). Gegenwärtig liegt der österreichische Marktanteil bei 5,98 %.

Das relativ „günstige“ Abschneiden des österreichischen Tourismus im Jahr 2009 ging unter anderem auf seine „Nahmarktstärke“ zurück. Bei hohen Unsicherheiten über die zukünftige Einkommens- und Arbeitsmarktsituation tendieren die Tourist/innen dazu, nahe gelegene, mit dem Auto leicht erreichbare Urlaubsziele aufzusuchen. Dies minimiert mögliche Überraschungen bei Preisen und Produktqualität, da die Produktkenntnisse hier deutlich höher als bei Ferndestinationen liegen. Weiters reduziert der Besuch nahe gelegener Destinationen auch den zeitlichen Planungsaufwand.

Die Marktanteilsverluste seit der Rezession 2009 könnten zum Teil darauf zurückzuführen sein, dass wahrscheinlich in konjunkturellen Erholungsphasen der Geschäftstourismus relativ kräftig ansteigt, wovon Österreich aufgrund seines relativ geringen

**Abb.5: Österreichs Marktanteil am internationalen Tourismus**



Anteils weniger profitieren kann als andere typischere Business-Destinationen. Weiters könnte es auch der Fall sein, dass in Aufschwungs-/Erholungsphasen, gekennzeichnet mit zunehmendem Optimismus, eher neue Ziele/Destinationen aufgesucht werden und die traditionellen Destinationen damit Wettbewerbsnachteile haben. Anders ausgedrückt betont Letzteres die Wichtigkeit, neben der Bewerbung von traditionellen Angebotskomponenten auch „zeitgeistorientierte“ Segmente zu entwickeln und diese entsprechend an die relevanten Zielgruppen zu vermarkten. Da die Marketingstrategien großteils dieser Doppelorientierung folgen, lässt sich die These ableiten, dass die Pro-

bleme wohl nicht auf sub-optimal gesetzte Marketingstrategien zurückzuführen sind, sondern teilweise im Bereich der Produkt- bzw. Angebotsentwicklung liegen.

In Bezug auf die saisonale Differenzierung der touristischen Wettbewerbsfähigkeit Österreichs kann die quartalsweise Analyse wertvolle Hinweise liefern (Übersicht 5): So zeigt die langfristige Betrachtung seit 2000, dass die relativ starke Wintersportorientierung des österreichischen Tourismus zunahm (Maßgröße: Marktanteil im 1. Quartal/Marktanteil im Jahresdurchschnitt). Ein internationaler Vergleich zeigt, dass von den erfassten Ländern Österreich – gemessen an der Relation Marktanteil im I. Quartal

**Übersicht 5: Entwicklung des österreichischen Marktanteils nach Quartalen, 2000 – 2011, Gemessen an den nominellen Tourismusexporten der EU 15**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
	Anteile in %											
<b>I. Quartal</b>	10,8	10,6	12,1	12,3	12,1	12,7	12,3	11,5	12,8	12,9	13,2	12,6
<b>II. Quartal</b>	3,5	3,6	3,6	3,9	3,8	3,5	3,6	3,7	3,6	4,1	3,8	3,8
<b>III. Quartal</b>	4,6	4,6	4,6	4,9	4,7	4,4	4,2	4,2	4,4	4,7	4,7	4,5
<b>IV. Quartal</b>	4,1	4,7	4,7	4,9	4,6	5,3	5,2	5,5	6,1	6,0	5,7	.
<b>Jahr</b>	5,4	5,6	5,7	6,0	5,9	6,0	5,7	5,7	6,2	6,4	6,3	6,0

Q: IMF, OeNB, UNWTO, WIFO-Berechnungen. Ohne internationalen Personentransport.

**Übersicht 6: Vergleich der Marktanteile in der EU 15 nach Quartalen 2000 und 2010**  
Gemessen an den nominellen Tourismusexporten der EU 15

	Belgien u. Luxemburg		Dänemark		Deutschland		Finnland		Frankreich		Griechenland		Großbritannien	
	2000	2010	2000	2010	2000	2010	2000	2010	2000	2010	2000	2010	2000	2010
	Anteile in %													
<b>I. Quartal</b>	5	5,5	1,7	1,7	11,1	12,4	0,8	1,2	16,1	13,2	4	1,1	11,5	9,5
<b>II. Quartal</b>	4,1	5,1	1,9	2,1	10,2	11,7	0,7	0,9	19,7	17,7	5,1	4,3	11,5	10
<b>III. Quartal</b>	3,5	3,8	2,1	2	8,6	9,9	0,8	0,9	20,1	18,1	5,8	7,1	11,9	9,9
<b>IV. Quartal</b>	4,3	5,8	2,3	2	12,4	14,1	0,8	1	14,9	11,6	5	2,4	13,3	12,4
<b>Jahr</b>	4,1	4,9	2,0	2,0	10,3	11,8	0,8	1,0	18,1	15,7	5,1	4,2	12,0	10,4
	Irland		Italien		Niederlande		Österreich		Portugal		Schweden		Spanien	
	2000	2010	2000	2010	2000	2010	2000	2010	2000	2010	2000	2010	2000	2010
	Anteile in %													
<b>I. Quartal</b>	1,2	1,1	13	11,9	4,5	4,9	10,8	13,2	2,7	2,9	2,2	4,1	15,5	17,1
<b>II. Quartal</b>	1,5	1,5	16,6	14,6	4,2	4,4	3,5	3,8	2,6	3,2	2,2	3,7	16,3	17,1
<b>III. Quartal</b>	1,6	1,4	16,1	13,4	3,2	3,3	4,6	4,7	2,9	3,6	2,1	3,4	16,8	18,4
<b>IV. Quartal</b>	1,4	1,5	14	11,8	4,6	5,6	4,1	5,7	3,4	3,8	2,5	4,2	17,1	18,1
<b>Jahr</b>	1,4	1,4	15,2	13,1	4,0	4,4	5,4	6,3	2,9	3,4	2,2	3,8	16,4	17,8

Q: IMF, OeNB, UNWTO, WIFO-Berechnungen. Ohne internationalen Personentransport.

**Abb. 6: Marktanteilsgewinner im internationalen Tourismus 2011 (in %)**



zu Marktanteil im Jahresdurchschnitt – wegen seiner ausgeprägten Wintersportorientierung den höchsten Spezialisierungsgrad in der Wintersaison aufweist (Übersicht 6). Obwohl durch Kalendereffekte aufgrund wechselnder Osterfeiertage (I./II. Quartal) und die Nicht-Berücksichtigung der Weihnachtsfeiertage im IV. Quartal Unschärfen auftreten, bleibt die obige Grundaussage grundsätzlich bestehen.

Ein weiterer Vergleich auf internationaler Ebene lässt auch deutlich erkennen, dass kein Land außer Österreich bezogen auf die einzelnen Quartale einen ähnlich hohen Spezialisierungsgrad erreicht. Anders ausgedrückt haben die Sommerdestinationen Frankreich, Griechenland, Italien, Portugal oder Spanien – gemessen an der Relation Marktanteil im III. Quartal zu Marktanteil im Jahresdurchschnitt – einen weitaus geringeren Spezialisierungsgrad als Österreich im I. Quartal bzw. im Wintersport.

Die Marktanteilsentwicklung des österreichischen Tourismus nach Quartalen zeigt, dass nach den starken Verlusten bis 2000 der Anteil in der Wintersaison bis 2002 deutlich ausgebaut werden konnte, danach werden Stagnationstendenzen sichtbar (Übersicht 5). Seit 2000 bleiben die Marktanteile im II. und III. Quartal mehr oder weniger stabil, nur im IV. Quartal ist eine Aufwärtsbewegung sichtbar. Im Gegensatz zu den massi-

ven Marktanteilsverlusten im I., II. und III. Quartal konnte im längerfristigen Vergleich seit 2000 der Marktanteil im IV. Quartal sogar annähernd gehalten werden.

In einer globalen Betrachtung unter 38 Ländern<sup>1</sup> gehören Spanien, die Schweiz<sup>2</sup>, Russland, Schweden, Italien, Griechenland, Indien und Polen zu den Ländern mit den stärksten Gewinnen (Abbildung 6). Relativ starke Verluste mussten neben Österreich auch Kanada, Frankreich, Australien, Japan und China hinnehmen.

#### Literaturhinweise

- EC (European Commission), Joint Harmonised Business and Consumer Survey [http://ec.europa.eu/economy\\_finance/db\\_indicators/surveys/time\\_series/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/economy_finance/db_indicators/surveys/time_series/index_en.htm), Download am 9. Februar 2012.
- European Travel Commission (ETC), European Tourism 2011 – Trends & Prospects, Quarterly Report Q4/2011.
- OECD (Organization for Economic Co-Operation and Development), Economic Outlook, OECD, Paris, November 2011.
- Schulmeister, St., „Krise der europäischen Währungsunion dämpft weltweite Wachstumsdynamik – Mittelfristige Prognose der Weltwirtschaft bis 2016“, WIFO-Monatsberichte 1/2012, 37-49.
- travel tribune, Der Nachrichtendienst für die Tourismuswirtschaft, Frankfurt, Nr. 6, 2012.
- UNWTO (World Tourism Organization), World Tourism Barometer, 2012, Advance Release (January).

<sup>1</sup> Folgende Länder wurden erfasst: EU 27, Australien, Brasilien, China, Indien, Japan, Kanada, Norwegen, Russland, Schweiz, Türkei, USA.

<sup>2</sup> In Bezug auf die Schweiz erscheinen aufgrund der starken Aufwertung des Schweizer Frankens gegenüber dem Euro (2010: 8,5%; 2011: 10,7%) die ausgewiesenen Marktanteilsgewinne kaum realistisch. Hier besteht die Vermutung, dass die Entwicklung durch Geldströme, die eigentlich dem Kapitalverkehr zugerechnet werden müssten, verzerrt wurde.

### Arbeitsmarkt in der Tourismusbranche

ÖNACE 2008: Beherbergung und Gastronomie	Veränd. gegenüber Vorjahr		
	Absolut (in Mio. €)	Absolut (in Mio. €)	+/- in %
Unselbstständig Beschäftigte – Jahresdurchschnitt 2011	184.550	+3.587	+2,0
Anteil der im Tourismus Beschäftigten an den Gesamtbeschäftigten 2011 (in %)	5,4		
Vorgemerkt Arbeitslose – Jahresdurchschnitt 2011	33.000	+240	+0,7
Gemeldete offene Stellen – Jahresdurchschnitt 2011	4.981	+38	+0,8
Sofort verfügbare offene Lehrstellen – Jahresdurchschnitt 2011	1.720	+93	+5,7
Lehrlinge im Tourismus 2011	11.840	-712	-5,7

\* Veränderungen zum Vorjahr aufgrund von Bereinigungen in der Beschäftigungsstatistik derzeit nur bedingt aussagekräftig

Q: BMASK, WKÖ

### Die volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in Österreich (gemäß TSA) 2000-2011

Kalenderjahr	Ausgaben In- und ausländischer Gäste		Direkte und indirekte Wertschöpfung des Tourismus		Anteil am Bruttoinlandsprodukt (BIP) in %
	Absolut (in Mio. €)	+/- in %	Absolut (in Mio. €)	+/- in %	
2000	22.523	4,4	16.155	-	7,7
2001	23.450	4,4	16.766	3,8	7,7
2002	24.353	4,4	17.439	4,0	7,9
2003	24.878	2,2	17.797	2,1	7,9
2004	25.977	4,4	18.678	5,0	8,0
2005	27.110	4,4	19.526	4,5	8,0
2006	28.206	4,0	20.191	3,4	7,8
2007	29.027	2,9	20.652	2,3	7,5
2008	30.449	4,9	21.618	4,7	7,6
2009	29.017	-4,7	20.888	-3,4	7,6
2010	29.480	1,6	21.504	2,9	7,5
2011	30.586	3,8	22.276	3,6	7,4

Q: Statistik Austria/WIFO. 2000 – 2009: revidiert, 2010: vorläufig, 2011: Schätzung

### Ankünfte und Nächtigungen 2000 – 2011

Kalenderjahr	Ankünfte		Nächtigungen		Aufenthaltsdauer in Tagen
	Absolut (in 1.000)	+/- in %	Absolut (in 1.000)	+/- in %	
<b>2000</b>	26.378	3,6	113.686	0,8	4,3
<b>2001</b>	26.894	2,0	115.111	1,3	4,3
<b>2002</b>	27.360	1,7	116.804	1,5	4,3
<b>2003</b>	28.134	2,8	117.967	1,0	4,2
<b>2004</b>	28.466	1,2	117.251	-0,6	4,1
<b>2005</b>	29.337	3,1	119.242	1,7	4,1
<b>2006</b>	30.121	2,7	119.323	0,1	4,0
<b>2007</b>	31.141	3,3	121.451	1,7	3,9
<b>2008</b>	32.616	4,7	126.719	4,3	3,9
<b>2009</b>	32.317	-0,9	124.307	-1,9	3,8
<b>2010</b>	33.389	3,3	124.881	0,5	3,7
<b>2011</b>	34.629	3,7	126.003	0,9	3,6

Q: Statistik Austria

### Veränderung der Nächtigungen nach Bundesländern 2011

Bundesland	Nächtigungen	
	Absolut (in 1.000)	+/- in %
<b>Burgenland</b>	2.932	0,8
<b>Kärnten</b>	12.418	1,2
<b>Niederösterreich</b>	6.686	3,2
<b>Oberösterreich</b>	6.964	3,4
<b>Salzburg</b>	23.950	0,3
<b>Steiermark</b>	10.972	1,8
<b>Tirol</b>	42.714	-0,2
<b>Vorarlberg</b>	7.966	-2,4
<b>Wien</b>	11.400	5,0
<b>Österreich gesamt</b>	<b>126.003</b>	<b>0,9</b>

Q: Statistik Austria

### Veränderung der Nächtigungen nach wichtigen Herkunftsländern 2011

Herkunftsland	Nächtigungen	
	Absolut (in 1.000)	+/- in %
<b>Deutschland</b>	47.387	-1,6
<b>Österreich</b>	35.297	0,8
<b>Niederlande</b>	8.899	-1,9
<b>Schweiz (inkl. Liechtenstein)</b>	4.277	12,6
<b>Vereinigtes Königreich</b>	3.104	-4,6
<b>Italien</b>	3.014	-0,2
<b>Belgien</b>	2.565	4,1
<b>Tschechische Republik</b>	2.079	5,4
<b>Russland</b>	1.501	25,6
<b>USA</b>	1.203	-3,2

Q: Statistik Austria

### Reisebürobranche

Mit Stichtag 31.12.2011 übten 2.618 Betriebe das Reisebürogewerbe aus, 2.137 davon verfügen über eine unbeschränkte Reisebüroberechtigung.

Rund 700 dieser Reisebüros treten als Reiseveranstalter auf.

In den Reisebüros sind rund 10.150 unselbstständige Mitarbeiter/innen beschäftigt (Q: WKO Beschäftigungsstatistik in der Kammersystematik 2010, unselbstständige inkl. geringfügig Beschäftigte). Sie brachten einen Umsatzerlös von rund 4,1 Mrd. EUR. Incoming-Reisebüros tragen mit rund 24 Mio. gebuchten Nächtigungen und einem Umsatz von rund 1 Mrd. EUR zum Erfolg des heimischen Tourismus bei.

(Q: Fachverband der Reisebüros, März 2012; Leistungs- und Strukturstatistik 2010 – vorläufige Ergebnisse, Statistik Austria)





# Arbeitsmarkt

## Arbeitsmarkt

Beitrag des Bundesministeriums für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz

Im Jahresdurchschnitt 2011 waren 184.550 unselbstständig Beschäftigte im Tourismus tätig. Das sind um +2% mehr als im Vorjahr und entspricht einem Anteil von 5,6% an den aktiv unselbstständig Beschäftigten (gesamt: 3.323.325; +1,8%)<sup>1</sup>. Mit fast 2/3 weiblichen Beschäftigten (59% Frauen, 41% Männer) sind Tourismusbetriebe mehrheitlich Arbeitgeber/innen für Frauen. 2011 waren durchschnittlich 70.029 Ausländer/innen im Tourismus unselbstständig beschäftigt; ihr Anteil an den Beschäftigten ist mit 37,9% (gesamt: 14,3%) vergleichsweise hoch. Ein weiteres Charakteristikum der Beschäftigungsstruktur im Beherbergungs- und Gaststättenwesen stellt das überdurchschnittlich junge Personal dar. 23,7% (gesamt: 14,4%) der unselbstständig Beschäftigten sind unter 25 Jahre und 26,3% (gesamt: 36%) über 45 Jahre alt.

Im Jahr 2011 waren in der Tourismusbranche<sup>2</sup> im Durchschnitt 33.000 (2010: 32.760) Arbeitslose vorgemerkt, davon hatten 35,1% eine Einstellzusage für eine Arbeitsaufnahme. Die Arbeitslosenregisterquote lag 2011 im Tourismusbereich mit 15,2% weit über der gesamten Registerquote von 6,7%. 13,4% aller Arbeitslosen stammten im Jahr 2011 durchschnittlich aus der Tourismusbranche. Durchschnittlich belief sich die Dauer der Arbeitslosigkeit im Tourismus auf 77 Tage; 73% der Arbeitslosen waren weniger als drei Monate vorgemerkt.

Nachdem Bürger/innen aus den 2004 beigetretenen Mitgliedstaaten (EU-8) seit 1. Mai 2011 freien Arbeitsmarktzugang haben, sind die Saisonkontingente nunmehr auf Arbeitskräfte aus Drittstaaten sowie aus Rumänien und Bulgarien (Übergangsarrangement) beschränkt. Dementsprechend wurde das Sommertourismuskontingent von 4.117

(2010) auf 1.500 (2011) und das Wintertourismuskontingent von 6.320 (2010/11) auf 2.225 (2011/12) reduziert. Innerhalb der Kontingente werden rumänische und bulgarische Arbeitskräfte (Gemeinschaftspräferenz), aber auch Asylwerber bevorzugt bewilligt.

Überdies wurde mit 1. Juli 2011 die „Stammsaisonierregelung“ eingeführt: Arbeitskräfte, die zwischen 2006 und 2010 jeweils mindestens vier Monate im Rahmen von Kontingenzen beschäftigt waren, können sich registrieren lassen und ohne Arbeitsmarktplüfung bei jedem Arbeitgeber innerhalb der Branche beschäftigt werden. Inzwischen haben sich fast alle der 1.700 potentiellen Stammsaisoniers im Tourismus registrieren lassen. Der Tourismus gehört auch zu jenen Branchen, die den Liberalisierungseffekt genutzt und Stellen vermehrt mit Arbeitskräften aus den EU-8-Mitgliedstaaten besetzt haben.

Im Jahresdurchschnitt 2011 wurden dem AMS 4.981 sofort verfügbare offene Stellen in der Tourismusbranche gemeldet. Der Anstieg des Stellenangebots im Tourismus mit einem Plus von +0,8% ist im Vergleich zu allen sofort verfügbaren Stellen (+4,2%) moderat. Der Anteil der Stellen in dieser Branche an allen offenen Stellen ist leicht auf 15,4% zurückgegangen (2010: 15,9%). Im Jahresdurchschnitt 2011 standen in den Tourismusberufen 472 Lehrstellensuchenden (-38 bzw. -7,5% im Vorjahresvergleich) 1.720 offene Lehrstellen (+93 bzw. +5,7%) gegenüber.

In der Tourismusbranche wurde für insgesamt 732 Personen<sup>3</sup> eine Lehrstellenförderung seitens des AMS genehmigt. Davon entfielen 80% auf die Förderung von benachteiligten Jugendlichen.

Insgesamt wurden 35.980 (+3,3% geg. d. Vorjahr) Personen aus dem Tourismusbereich mit Mitteln der aktiven Arbeitsmarktpolitik unterstützt. 79,7% der Förderungen entfielen auf Qualifizierungen, 26,3% auf

<sup>1</sup> Quelle: Hauptverband der Sozialversicherungsträger  
<sup>2</sup> NACE Beherbergung und Gastronomie

<sup>3</sup> Personen mit einer im Jahr 2011 genehmigten Förderung

Unterstützungsmaßnahmen (darunter ist etwa die Kinderbetreuungsbeihilfe oder die Betreuung durch Beratungseinrichtungen zu verstehen) und 12,7 % auf Beschäftigungsförderungen. Mit dem Instrument der Eingliederungsbeihilfe konnten beispielsweise im Jahr 2011 2.531 Personen (65,2% Frauen) bei der (Re)Integration in den Arbeitsmarkt unterstützt werden.

Generell reichen die vom AMS finanzierten Qualifizierungen von Anlernkursen bis zu Vorbereitungskursen für den Lehrabschluss in Tourismusberufen. Über eine pilotierte modulare Ausbildungsschiene „Kompetenz mit System“ können Zeiten der Arbeitslosigkeit für Qualifikation und Weiterbildung mit dem Ziel des Lehrabschlusses zur Hotel- und Gastgewerbeassistent/in genutzt werden. Ebenso werden Weiterbildungs- bzw. Spezialisierungskurse für Fachpersonal (z. B. Ausbildungen mit Schwerpunkt Kaffee, Bar, Patisserie, Diätküche, Weinberatung oder Gästebetreuung) und Auffrischungskurse im Bereich Service und Systemgastronomie angeboten. Diverse Sprachkurse (Englisch, Italienisch, Französisch, aber auch bereits Sprachen der neuen EU Länder wie z.B. Ungarisch und Tschechisch) und Aus- und Weiterbildungen mit EDV-Schwerpunkten für Reisebüro und Rezeption (z. B. Buchungssysteme Amadeus und Fidelio etc.) runden das Schulungsangebot ab.

### **Lohnerhöhungen**

Mit Wirksamkeitsbeginn 1. Mai 2011 wurden im Hotel- und Gastgewerbe die Löhne und Gehälter sowie die Lehrlingsentschädigungen um 2,05 % erhöht.

### **Arbeitnehmerschutz**

Die Arbeitsinspektion führt im Rahmen der Österreichischen Arbeitsschutzstrategie von 2011 bis 2012 eine österreichweite Schwerpunktaktion im Hotel- und Gastgewerbe durch. Im Mittelpunkt dieser Schwerpunktaktion steht die Prävention von physischen und psychischen Fehlbelastungen.

Weitere Informationen finden sich auf der Website der Arbeitsinspektion unter [http://www.arbeitsinspektion.gv.at/AI/Gesundheit/gesundheit\\_im\\_betrieb\\_020.htm](http://www.arbeitsinspektion.gv.at/AI/Gesundheit/gesundheit_im_betrieb_020.htm).

### **EURES-Aktivitäten**

EURES (European Employment Services) – das europäische Jobnetzwerk der Arbeitsverwaltungen (Public Employment Services) des EWR und der Schweiz – zielt darauf ab, den europaweiten Stellenaustausch zu intensivieren und die Mobilität der Arbeitnehmer/innen zu erleichtern. Mobilitätsbereite Arbeitskräfte und Unternehmen werden bei der europaweiten Suche und dem Recruiting unterstützt.

Im Tourismus spielt die länderübergreifende Vermittlung über EURES eine wichtige Rolle – der Anteil an Stellen für die auch Personal aus Europa rekrutiert werden soll beläuft sich auf 8,8 % (durchschnittlich liegt der Anteil bei 6,5 %). Für die Wintersaison 2010/2011 wurden 1.076 EWR-Bürger/innen durch EURES-Aktivitäten vermittelt.

Eine besonders wichtige Rolle spielt EURES in Grenzregionen, d.h. in Gebieten, in denen große grenzüberschreitende Pendlerströme stattfinden. Derzeit bestehen mit Österreich drei EURES Grenzpartnerschaften („TransTirolia“ IT-AT-CH, „Pannonia“ HU-AT, „Bodensee“ DE-AT-CH-FL), die u.a. Dienstleistungen zum Ausgleich von saisonalen Arbeitskräfteüberhängen im Tourismus bzw. Informationen für Unternehmen, die grenzübergreifend tätig werden wollen, anbieten.

### **Arbeitsmarktpolitisches Projektbeispiel**

#### **Projekt „RegioVitalis“**

Als eine der wichtigsten Leitökonomien zwischen Österreich und Slowenien wird die Entwicklung des Gesundheitstourismus wesentlich über die Zukunft der Wirtschaft und Beschäftigung in der Region mitentschei-

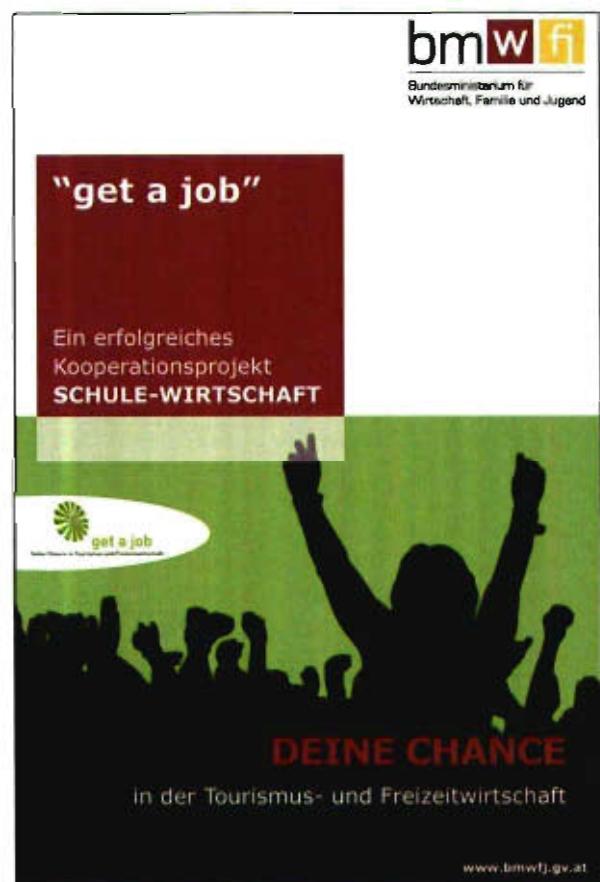
den. Das Ziel des im Oktober 2010 gestarteten Projektes Regio Vitalis ist daher, neue Impulse für den Gesundheitstourismus und seine Beschäftigten in der Steiermark und in den Regionen Podravje und Pomurje in Slowenien zu setzen. Dies erfolgt durch eine verstärkte Vernetzung und Zusammenarbeit aller Partner und Beteiligten in den Bereichen Qualifizierung, Personalmanagement, Landwirtschaft und Gastronomie, sowie Medizin und Tourismus. Die Verbindung von Medizin und Tourismus ermöglicht durch die Einbindung verschiedener Expert/innen und den stattfindenden Wissenstransfer neue Zugänge und Perspektiven in der Angebotsgestaltung.

Informationskampagnen und Ausbildungskooperationen für Jugendliche sowie die Unterstützung von Unternehmensgründer/innen erhöhen die Attraktivität und das Interesse am Arbeitsplatz Tourismus. Eine Konzentration auf regionale Produkte in der Gastronomie und in den Bereichen Therapie und Anwendung führt zu einer Stärkung der

regionalen Wertschöpfung und einer klaren touristischen Profilierung. Durch eine gemeinsame, zukunftsorientierte Zusammenarbeit wird die Zukunft der Region für Bewohner/innen, Beschäftigte und Betriebe aktiv mitgestaltet.

## Ausbildung und Beschäftigung im Tourismus

Der Tourismus ist ein wichtiger Jobmotor für die heimische Wirtschaft. Er bietet sichere Arbeitsplätze mit Standortgarantie vor allem in ländlichen Regionen. Der steigende Wettbewerbsdruck im Tourismus erhöht allerdings die Anforderungen an Service und Qualität der touristischen Leistungen. Der demografische Wandel der Gesellschaft bringt auch eine Veränderung des Arbeitsmarktes für touristische Berufe. Einigen dieser Berufe fehlt schon heute der Nachwuchs. Daher ist es der Politik und den Sozialpartnern ein wichtiges Anliegen, die Attraktivität der Tourismusberufe zu steigern und mit praktisch orientierten Aus- und Weiterbildungsangeboten noch mehr Lehrlinge für einen Job im Tourismus zu begeistern. Die Entschließung 125/E (XXIV. GP des Nationalrats vom 20. Oktober 2010 betreffend Maßnahmen zur Attraktivierung von (Lehr-)berufen im Tourismus) unterstreicht die Dringlichkeit, künftig verstärkt Projekte für die Jugend zu entwickeln.



## „get a job – deine Chance in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft“

„get a job“ ist ein interaktives, persönlichkeitsförderndes Berufsorientierungsprojekt, das an Hauptschulen, Neuen Mittelschulen, Polytechnischen Schulen und Fachschulen angeboten wird. Durch entsprechende Impulse, durch Berufsorientierungspädagog/innen sowie Informationen und Begegnungen mit Gastronomen und Hoteliers gelingt es, Jugendlichen einen praxisnahen Berufseinstieg und die Auseinandersetzung mit dem Wirtschaftssektor Tourismus zu ermöglichen.

„get a job“ wird von den Wirtschaftskammern Salzburg und Steiermark seit einigen Jahren mit steigendem Erfolg durchgeführt: die Lehrlingszahlen sind angestiegen, das Meinungsbild der Tourismusberufe hat sich verbessert und jede/r zweite Schüler/in kann sich vorstellen, eine Lehre oder eine schulische Ausbildung im Tourismus zu beginnen. Durch eine Initialförderung des BMWFJ und laufende Unterstützung konnte dieses Kooperationsprojekt mittlerweile in sechs Bundesländern (Salzburg, Steiermark, Niederösterreich, Kärnten, Oberösterreich, Burgenland) etabliert und gemeinsam mit den Wirtschaftskammern zu einer nachhaltigen Initiative zur Nachwuchskräfteförderung werden. Die Bilanz lässt sich sehen: Insgesamt wurden bisher 800 Workshops an 310 Schulen durchgeführt, 15.000 Schüler/innen und 1.100 Lehrkräfte waren eingebunden. Zudem gab es einige Informationsveranstaltungen für Multiplikatoren/innen sowie die Herausgabe eines „Leitfadens zur Lehrlingsaufnahme in Gastronomie & Hotellerie“ der Wirtschaftskammer Niederösterreich.

### **Informations- und Imagekampagne „Glücksbringer“**

Das BMWFJ unterstützt auch die im Jahr 2010 gestartete Informations- und Imagekampagne „Glücksbringer“ des Landes Tirol und der Sparte Tourismus und Freizeitwirtschaft der Wirtschaftskammer Tirol. Bei dieser medial auffällig und modern gestalteten Kampagne werden junge Menschen, Eltern, Lehrer/innen



und Unternehmer/innen durch verschiedene Maßnahmen, z. B. Lehrlingstage, Berufsinformationstage und Roadshows erreicht. Das Tiroler Modell „Glücksbringer“ soll nun auf alle Bundesländer ausgedehnt werden.

### **Auslandspraktika für Tourismuslehrlinge**

In der beruflichen Erstausbildung steht das Erlernen von Fachqualifikationen im Vordergrund. Sprachliche und interkulturelle Kompetenzen sowie internationale Mobilität werden aber immer wichtiger. Das BMWFJ hat daher in Kooperation mit dem Interna-



Bundesministerium für  
Wirtschaft, Familie und Jugend

### **Auslandspraktika für Tourismuslehrlinge**

Eine Initiative des  
Wirtschaftsministeriums

tionalen Fachkräfteaustausch (IFA) und der WKO Auslandspraktika speziell für Tourismuslehringe initiiert.

Seit 1. April 2011 haben Lehrlinge ab dem 2. Lehrjahr die Möglichkeit, 3- bis 5-wöchige fachspezifische Praktika in einem Tourismusbetrieb im Ausland zu machen und Erfahrungen zu sammeln. IFA übernimmt die Organisation von Reise, Praktikumsplatz, Unterkunft und Sprachkurs und schließt für den Zeitraum des Praktikums eine Unfall- und Privathaftpflicht- und Rücktransportversicherung ab. Die Praktika werden aus Mitteln des BMWFJ kofinanziert. Der Selbstbehalt für ein Auslandspraktikum liegt je nach Dauer und Land zwischen 150 EUR und 550 EUR. Die Tourismuslehringe bleiben während des Auslandspraktikums sozialversichert und beziehen weiterhin die Lehrlingsentschädigung.

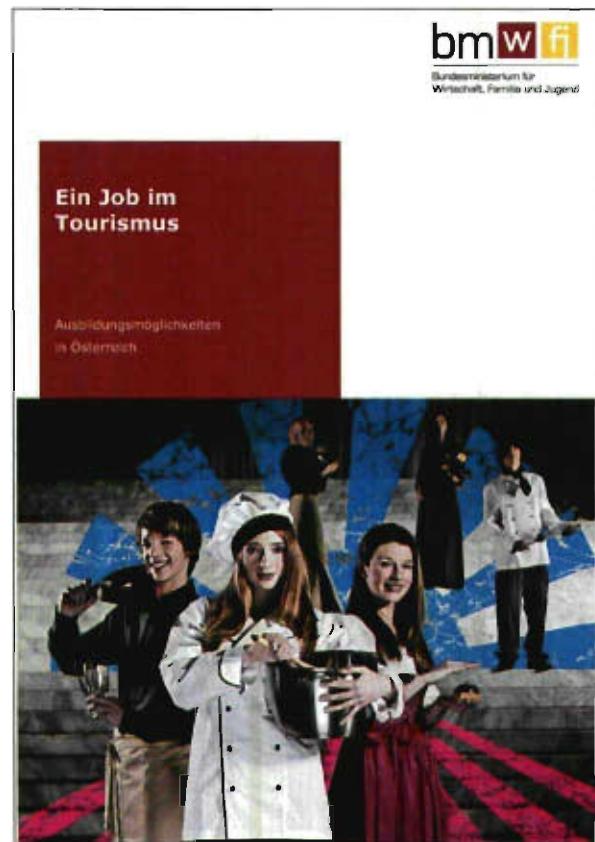
## Medienpaket

### Tourismus & Freizeitwirtschaft

Es ist dem BMWFJ ein besonderes Anliegen, dass Jugendliche über die Bedeutung der

Tourismus- und Freizeitwirtschaft erfahren und ihnen die Möglichkeiten und beruflichen Chancen, die diese Branche bietet, näher gebracht werden. Zu diesem Zweck legt das BMWFJ – gemeinsam mit der WKO und der Arbeitsgemeinschaft Wirtschaft und Schule – alle paar Jahre (1993, 1998, 2001, 2008) einen entsprechenden Unterrichtsbeiflyer für Lehrer/-innen, vorwiegend für die Sekundarstufe II in Gymnasien, auf. Das Medienpaket Tourismus & Freizeitwirtschaft enthält umfassende Sachinformationen mit vielen Beispielen aus der Tourismuspraxis. Besonders interessant ist der Didaktikteil mit Übungsblättern und Projektaufgaben samt Lösungsvorschlägen, mit Kopiervorlagen und Folien, die unmittelbar im Unterricht einsetzbar sind.

Das Medienpaket ist als Printausgabe bei der Arbeitsgemeinschaft Wirtschaft und Schule zu einem Preis von 10 EUR (plus Versandkosten) zu beziehen und steht zum kostenlosen Download zur Verfügung: auf der Homepage des BMWFJ [www.bmwfj.gv.at](http://www.bmwfj.gv.at) und unter [www.wko.at](http://www.wko.at).



## **Handbuch „Ein Job im Tourismus. Ausbildungsmöglichkeiten in Österreich“**

Die Tourismusausbildung in Österreich hat Weltruf. Einerseits findet man im internationalen Tourismus immer wieder österreichische Fachkräfte in Spitzenpositionen, andererseits kommen viele ausländische Schüler/innen sowie Student/innen nach Österreich, um hier eine fundierte Tourismusausbildung zu erhalten. Weltweit zählt der Tourismus zu den wachsenden Wirtschaftssektoren, und die Nachfrage von bestens ausgebildeten Fachkräften hält ungebrochen an.

Das Handbuch „Ein Job im Tourismus“ richtet sich an Jugendliche, Eltern, Lehrkräfte und Berufsorientierungspädagog/innen. Es informiert über die zahlreichen Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten in Österreich, über die acht touristischen Lehrberufe, über die Tourismusschulen und die Fachhochschul- oder Universitätsstudien.

### **Folder „Mit Stil zum Ziel“**

Gemeinsam mit dem Handbuch wird den Jugendlichen der Folder „Mit Stil zum Ziel. – Tipps für Ihre erfolgreiche Bewerbung im Tourismus“ zur Verfügung gestellt.

### **Verstärkte Vernetzung bei Berufsinformation**

Im Jahr 2011 wurde das Netzwerk der Jugendpolitik in Österreich für tourismusspezifische Berufsinformationen verstärkt genutzt.

### **Staatspreis Tourismus**



Der Bundesminister für Wirtschaft, Familie und Jugend verleiht alle zwei Jahre den Staatspreis Tourismus. Mit der Würdigung innovativer Projekte sollen der gesamten Branche wichtige, zukunftsweisende Impulse zur Stärkung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit des Tourismusstand-

ortes Österreich – unter Berücksichtigung ökonomischer, ökologischer und sozialer Standards im Sinne der Nachhaltigkeit – gegeben werden.

### **Staatspreis Tourismus 2011 „Innovative Mitarbeiterführung und -entwicklung in Tourismus und Freizeitwirtschaft“**

Gerade in einer dienstleistungsorientierten Branche wie dem Tourismus tragen gute, motivierte, engagierte und fachlich kompetente Mitarbeiter/innen maßgeblich zur Gästezufriedenheit und damit zum Erfolg des Betriebes bei. Der Staatspreis Tourismus 2011 wurde daher unter dem Thema „Innovative Mitarbeiterführung und -entwicklung in der Tourismus und Freizeitwirtschaft“ ausgeschrieben. Eine neunköpfige Fachjury beurteilte die eingereichten Projekte in ihrer Gesamtheit.

### **Staatspreissieger 2011**



#### **1. Kategorie: Betriebe bis 20 Mitarbeiter/innen**

Projekt „Das sonnige Team – an der Front, ein Uhrwerk in der Organisation, eine Kette im Zusammenhalt“, Sonnenhotel Zaibek, Kanzelhöhe, Kärnten

#### **2. Kategorie: Betriebe mit mehr als 20 Mitarbeiter/innen**

Projekt „Schwarz Inside – WIR für UNS – motivieren, fördern, entwickeln“  
Alpenresort Schwarz, Mieming, Tirol

**3. Kategorie:  
Überbetriebliche Kooperationen**  
Projekt „TraumArena Akademie“  
Tourismusverband TraumArena, Schönegg,  
Oberösterreich

### **Sonderpreisträger**

Projekt „Sinnzentrierte Unternehmensführung, von der Ressourcennutzung zur Potenzialentfaltung“, Kurbetriebe der Marienschwestern vom Karmel, Aspach, Bad Kreuzen, Bad Mühlacken, Oberösterreich  
Projekt „Empowerment von Mitarbeiter/-innen, Gästen & Partner/-innen“, Weltweitwandern GmbH, Graz, Steiermark

### **Broschüre: „Danke, lieber Gast! Vom Umgang mit Wünschen, Anregungen und Beschwerden“**

Die Broschüre gibt Hoteliers, Gastronomen und Mitarbeitern Tipps für den Berufsalltag und zeigt, wie man in schwierigen Situationen richtig reagiert, auf spezielle Gästewünsche eingeht oder Reklamationen professionell bearbeitet. Die Broschüre steht unter [www.bmwfj.gv.at](http://www.bmwfj.gv.at) zum Download zur Verfügung und kann bei der Tourismus-Servicestelle unter [tourism@bmwfj.gv.at](mailto:tourism@bmwfj.gv.at) kostenlos bestellt werden.





# Themenfelder

## Projekt EDEN – European Destinations of Excellence

### ► Auszeichnung von nachhaltigen Destinationen



Im Rahmen des EU-Projekts „European Destinations of Excellence“ wird seit 2007 jährlich ein Preis für herausragende, aufstrebende Tourismusdestinationen vergeben. Ziel des Projekts ist es, die Qualität und Vielfalt der europäischen Destinationen zu unterstreichen und nachhaltige Entwicklung (ökonomisch, ökologisch, sozial/kulturell) zu stärken.

### ► Auszeichnung zu wechselnden Themen



Die teilnehmenden Staaten organisierten nationale Auswahlprozesse zur Ermittlung je eines nationalen Siegers. In Österreich wurde diese Aufgabe von der Österreich Werbung (ÖW) mit Unterstützung des BMWFJ und einem Expertenteam übernommen.

### ► Österreich-Sieger des „EDEN-Awards“ 2011

Touristische Neuinszenierung historischer Strukturen: Künstlerstadt Gmünd (Kärnten). Weitere österreichische Finalisten waren „Carnuntum – Wiedergeborene Stadt der Kaiser“ (NÖ) und „Landlust – Urlaub für die Sinne“ (Stmk.).



EDEN Finalisten und Gewinner Österreich (DI Franz Rauhenberger/Stellisches Thermenland, Mag. Helga Bauer/Landlust, Andreas Friedrich/Landlust, Mag. Bernhard Schröder/Donau Niederösterreich Tourismus, Dr. Markus Wachter/Archäologischer Kulturpark Carnuntum, Dr. Erika Schuster/Künstlerstadt Gmünd, NR Josef Jury/Bürgermeister Gmünd, Heldemarie Penker/Künstlerstadt Gmünd)

Alle nationalen Sieger werden durch Informations- und Kommunikationsmaßnahmen der EK unterstützt und begleitet. Sie werden Mitglieder des europäischen EDEN-Netzwerks, das alle Gewinner-Destinationen der letzten fünf Jahre umfasst und sich zweimal pro Jahr trifft. Das Internetportal [www.edenineuropa.eu](http://www.edenineuropa.eu) ist die Präsentations- und Kommunikationsplattform des Netzwerks, das nunmehr europaweit aus rund 100 Destinationen besteht.



EDEN Preisverleihung Brüssel mit Österreich-Sieger 2011 (Schuster/Gmünd, Penker/Gmünd, NR Jury/Bürgermeister Gmünd)

Die ÖW unterstützt die österreichische Siegerdestination zusätzlich mit zahlreichen Leistungen aus ihrem Marketingportfolio. Für alle am Bewerb teilnehmenden Destinationen Österreichs veranstaltete das BMWFJ jedes Jahr eine Nachfolgeveranstaltung in der jeweiligen Gewinnerregion.

### ► Ausblick 2012/2013

Zukünftig wird der Preis nur mehr alle zwei Jahre vergeben werden. So ist der nächste Award für das Jahr 2013 geplant, voraussichtliches Thema ist „Barrierefreier Tourismus“.

In den Jahren zwischen den Awards – erstmals 2012 – soll die Netzwerkbildung zwischen EDEN-Teilnehmern gestärkt werden. Dazu wird von der ÖW mit Unterstützung des BMWFJ 2012 die „EDEN Academy“ ins Leben gerufen. Ziel ist die Professionalisierung der Destinationen.

## Ethik und CSR im Tourismus

### ► Globaler Ethikkodex für Tourismus

Der „Globale Ethikkodex für Tourismus“ der Welttourismusorganisation (UNWTO) gilt als wichtiger Handlungsrahmen für mehr soziale Verantwortung im Tourismus. Die UNWTO ist bemüht, diese Empfehlungen mit Hilfe des Weltkomitees für Tourismusethik unter freiwilliger Beteiligung möglichst vieler Akteur/innen weltweit umzusetzen. Bereits im Jahr 2004 hat das BMWFJ dazu eine Informationsbroschüre herausgegeben, die nun im Jänner 2012 neu aufgelegt wurde. Diese Broschüre wurde für vier unterschiedliche Zielgruppen aufbereitet: die Tourismuswirtschaft allgemein, Regionen und Destinationen, Hotellerie und Gastronomie sowie Reiseveranstalter und -büros.

### ► Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung im Tourismus



Der Teilbereich „Schutz der Kinder vor sexueller Ausbeutung im Tourismus“ wird vom BMWFJ als besonders wichtig erachtet, da weltweit rund 2 Millionen Kinder und Jugendliche ausgebeutet und zur Prostitution oder Pornographie gezwungen werden. Verstärkte Sensibilisierung und Bewusstseinsbildung aller am Reiseprozess beteiligten Personen sollen mithelfen, die Zivilcourage zu stärken und Sexualstraftaten nicht zu tolerieren. 2011 wurde die gemeinsame Kampagne von Österreich, Deutschland und Schweiz weitergeführt und neue Partner wurden gefunden. Kern der Kampagne ist ein Videospot, der Reisende mit der Botschaft „Nicht wegsehen“ sensibilisie-

ren soll. Der Film ist ein Aufruf an Urlauber/innen, Zivilcourage zu zeigen und diese Verdachtsfälle von Missbrauch weiterzugeben – und nicht wegzusehen. In Österreich können Reisende Hinweise an [meldestelle@interpol.at](mailto:meldestelle@interpol.at) schicken. Seit 1997 werden österreichische Staatsbürger, die ein Kind im Ausland sexuell missbrauchen, auch in Österreich strafrechtlich verfolgt. Eine breite Unterstützung erfährt die Kampagne durch die Wirtschaft. In Österreich zeigten und zeigen u.a. Austrian Airlines, Accor Hotels Österreich, y-doc Wartezimmerfernsehen, Infoscreen und zahlreiche Internetplattformen kostenlos den Film. Die laufende Kampagne wird auch vom Fachverband der Reisebüros der WKO und vom Österreichischen Reisebüroverband (ÖRV) unterstützt. Der ÖRV hat bereits 2001 den Verhaltenskodex zum Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung unterzeichnet.

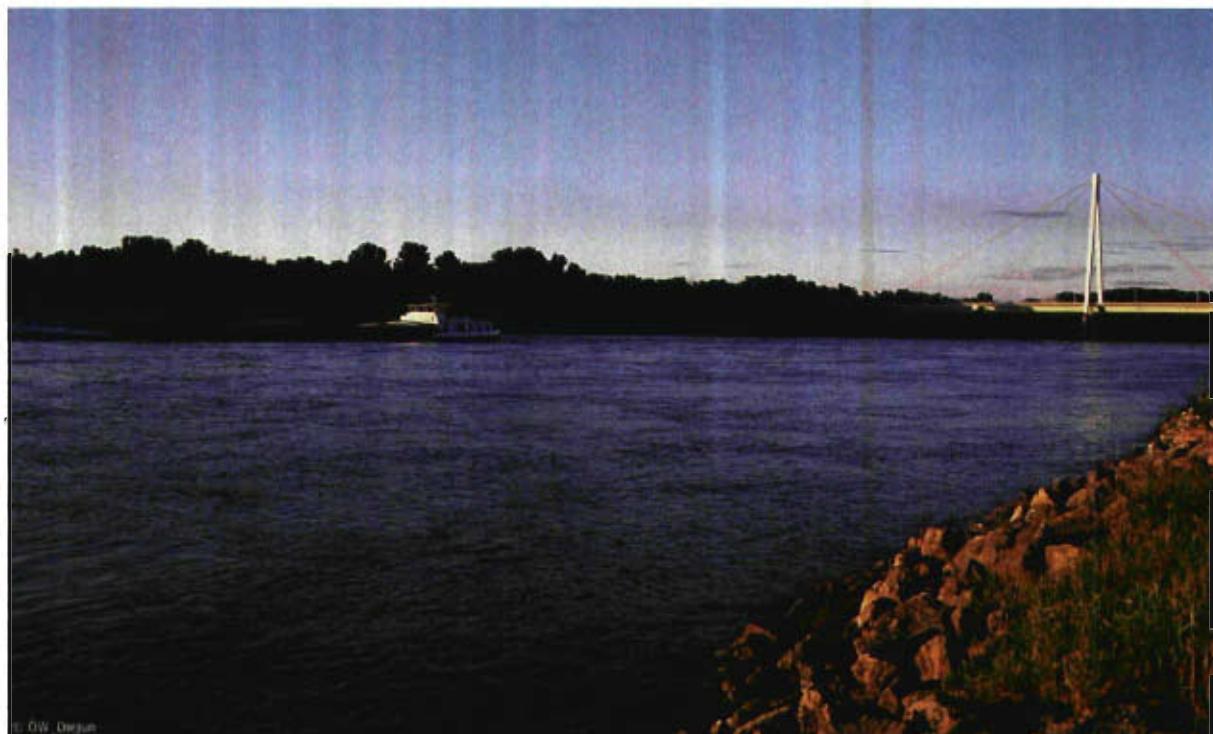
Parallel zur Kampagne wurden im EU-Projekt „OFFENDERS BEWARE – Bewusstseinsbildung, Kapazitätsaufbau und Motivation zu verstärktem Schutz der Kinder vor sexueller Ausbeutung im Tourismus“ weitere Maßnahmen wie „Train-the-trainer“ Programme gesetzt.

### ► Corporate Social Responsibility

Im Rahmen der Ferienmesse Wien 2012 fanden die 2. CSR-Tage statt, die sich dem Thema gesellschaftliche Unternehmensverantwortung (Corporate Social Responsibility) widmeten. Ein vom BMWFJ beauftragter CSR-Leitfaden für den Tourismus wird im Frühjahr 2012 publiziert. Informationen und Broschüren können unter [tourismusethik@bmwfj.gv.at](mailto:tourismusethik@bmwfj.gv.at) angefordert werden.

## Europäische Donauraumstrategie

2009 wurde der Europäischen Kommission (EK) ein Mandat zur Erarbeitung einer EU-Strategie für den Donauraum (EUSDR, auch als „Donauraumstrategie“ bezeichnet) erteilt (zweite makro-regionale EU Strategie



nach der Ostseestrategie). Im Dezember 2010 legte die EK ihre Mitteilung zur EUSDR samt Aktionsplan vor. Ziele der EUSDR sind, das große Wirtschaftspotenzial dieser Makroregion zu entwickeln und die Umweltbedingungen in der Region zu verbessern. Die Annahme der EUSDR durch den Europäischen Rat (ER) und damit offizieller Startschuss für die Umsetzung erfolgte am 14. Juni 2011.

In geographischer Hinsicht umfasst die Donauraumstrategie acht EU-Mitgliedstaaten<sup>1</sup>, vier potentielle und aktuelle Beitrittskandidatenländer<sup>2</sup> und zwei Drittstaaten<sup>3</sup>.

### ► Tourismus – stark verankert

Tourismus konnte in der EUSDR als wesentlicher Bestandteil der Strategie verankert werden, als Bereichskoordinatoren fungieren Bulgarien und Rumänien. Das BMWFJ vertritt Österreich in einem Lenkungsausschuss, der im Jahr 2011 zwei Mal tagte. Das BMWFJ ist in laufendem Kontakt mit den relevanten österreichischen Akteuren des Donautourismus

sowie Mitglied des österreichischen EUSDR Koordinationsgremiums unter Federführung des Bundeskanzleramtes.

### ► Ziele der EU Donauraumstrategie im Tourismus

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

Konkrete Zielsetzungen:

1. Entwicklung einer Marke „Donau“ für die gesamte Region.
2. Umsetzung eines harmonisierten Monitoring Systems, das vergleichbare statistische Daten in allen Ländern bereit stellt.
3. Entwicklung neuer und Unterstützung bereits bestehender Kulturrouten in der Donauregion.
4. Entwicklung von „grünen“ Tourismusangeboten in der Donauregion.
5. Schaffung eines „Blue Books“ zur kulturellen Identität der Donauregion.
6. Instandhaltung des kulturellen Erbes der

<sup>1</sup> Deutschland, Österreich, Tschechien, Slowakei, Slowenien, Ungarn, Rumänien und Bulgarien

<sup>2</sup> Kroatien, Serbien, Bosnien-Herzegowina und Montenegro

<sup>3</sup> Ukraine, Republik Moldau

Donauregion durch die Entwicklung von Netzwerken von Museen sowie Besucherzentren.

7. Förderung des Austausches und des Netzwerkaufbaus im Bereich zeitgenössischer Kunstformen der Donauregion.

### ► Projekte bringen Leben in die Donauraumstrategie

Das BMWFJ hat basierend auf den österreichischen Erfolgsbeispielen Donausteig (Oberösterreich) und UNESCO Welterbesteig Wachau (Niederösterreich) das grenzüberschreitende, EU ko-finanzierte Projekt DanubeHIKE initiiert. Ziel des Projekts DanubeHIKE ist – nebst dem schon erfolgreichen Radtourismus – den Wandertourismus als zweites nachhaltiges Standbein in allen Donauländern auszubauen. Das Projekt wird von den Naturfreunden Internationale (NFI) mit Sitz in Wien koordiniert, die Umsetzung in Österreich betreut die Werbegemeinschaft Donau Oberösterreich. Um den österreichischen Donauwanderweg durchgängig zu machen, sind Anstrengungen aller Donaubundesländer notwendig, die sich in der ARGE Donau Österreich zusammengeschlossen haben. Internationale Partner des Projekts sind Deutschland, Slowakei, Serbien und Bulgarien, wobei schon weitere Donauländer ihr Interesse am Projekt bekundet haben.

### Europäische Kulturstraßen

Besonders für Regionen abseits bekannter touristischer Zentren bietet Kulturtourismus ein beachtliches Potenzial.

Seit 1997 zertifiziert der Europarat historisch, künstlerisch und sozial bedeutsame transkontinentale Wegführungen, die „Europäischen Kulturstraßen“. Von derzeit 29 Kulturstraßen gibt es vier mit österreichischer Beteiligung, die „Europäischen Mozart-Weg“, die „Transromanica“, die „Zentraleuropäische Eisenstraße“ und die „Europäische Friedhofsroute“.

Eine europäische Kulturstraße ist nicht ausschließlich auf die kulturelle oder touristische Nutzung ausgelegt, sondern sie fördert den kulturellen Zusammenhalt Europas, sie stärkt regionale Identität, sie unterstützt den Austausch und die Vernetzung unterschiedlicher Akteure und führt so zu neuen Formen der Begegnung.



Podium Kulturveranstaltung (Fischer/Via Regia, Spitz/Mozartwege, Izzo/EK, Häfele/Moderatorin, Denu/Europarat, Dockendorf/Europäischen Institut für Kulturstraßen, Udolf-Strobl/BMWfJ, Atzler/BMeIA)

Im Rahmen der Informationsveranstaltung im BMWFJ am 30.11.2011 konnten sich die rund 80 Teilnehmer/innen über die Möglichkeiten und den Nutzen einer Zertifizierung informieren, sie konnten die Dienstleistungen und Angebote des „Europäischen Instituts für Kulturstraßen“ kennenlernen und sich über mögliche Kooperationen mit bestehenden Kulturstraßen austauschen. Die Präsentationen der Veranstaltung sowie weitere Unterlagen und Dokumente zu den Europäischen Kulturstraßen können auf der Homepage des BMWFJ unter [www.bmwfj.gv.at/tourismus/veranstaltungen](http://www.bmwfj.gv.at/tourismus/veranstaltungen) abgerufen werden.

### Visapolitik

Das BMWFJ ist Mitglied der ständigen Arbeitsgruppe „Visaadministration“ (BMeIA, BMI, BMWFJ, WKO Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft, FV der Reisebüros sowie ÖW), deren Ziel die Abstimmung sicherheitspolitischer Überlegungen mit wirtschaftlichen Interessen der Tourismuswirtschaft ist.

Ein erfolgreiches Beispiel dieser Abstimmung ist der vom BMiA im Sommer 2011 gestartete outsourcing Prozess, der eine Auslagerung von Visaantragstellen (Visa Application Center) in wichtigen Quellmärkten vorsieht. Dies entspricht dem Wunsch vieler Tourist/innen, Visaanträge auch in den Regionen zu stellen und dem Wunsch der Tourismuswirtschaft, touristische Hoffnungsmärkte besser zu erschließen. Der outsourcing Prozess startete im Sommer in Südafrika und sieht bis Sommer 2012 die Errichtung weiterer Visaantragstellen in den wichtigen touristischen Quellmärkten Russland (13 Städte), Ukraine, Saudi Arabien, VAE, Türkei und China vor.

Österreich (BMWFJ) setzt sich auch auf europäischer Ebene für die verstärkte Berücksichtigung der wirtschaftlichen und tourismuspolitischen Interessen im Bereich EU-Visapolitik ein. Der für den Tourismus zuständige EU-Kommissar Tajani sagte 2011 eine diesbezügliche Diskussion innerhalb der EK zu und hat mittlerweile die Gründung einer Arbeitsgruppe angekündigt.

## Entzerrung der touristischen Reiseströme

Die Konzentration von Ferienzeiten und damit verbundenen Reiseströmen auf wenige Wochen im Jahr führt in Österreich, wie auch in anderen alpinen Regionen, zu Problemen. Bedingt durch den Ziel- und Transitverkehr der Urlauber/innen kommt es zu hohen Frequenzen auf den Straßen und gleichzeitig zu Nachfragespitzen bei Tourismusbetrieben und touristischen Infrastrukturen. Die damit einhergehenden Auswirkungen auf Tourismuswirtschaft, (Verkehrs-)infrastrukturen, Umwelt und Bevölkerung haben auf nationaler, bilateraler und EU-Ebene bereits zu verschiedenen Initiativen geführt, die bisher allerdings nur mäßig zu einer besseren Koordinierung der Reiseströme beitragen konnten.

Nach einer intensiven innerösterreichischen Abstimmung fand im Rahmen eines bilateralen Workshops am 1. Dezember 2011 im BMWFJ ein gemeinsamer Erfahrungs- und Informationsaustausch von österreichischen und deutschen Expert/innen aus den Bereichen Tourismus, Bildung und Verkehr statt. In Anerkennung des Handlungsbedarfes für eine verstärkte Koordinierung der Reiseströme in Europa soll auch künftig ein Austausch zwischen den Bereichen erfolgen und Handlungsmöglichkeiten diskutiert werden. Auch in allen EU Foren wird weiterhin auf die Notwendigkeit von Lösungen hingewiesen.

## Mobilität im Tourismus

In der Entschließung des Nationalrates vom 15. Juni 2011 betreffend nachhaltige Mobilitätsangebote für Touristen im Sinne der Tourismusstrategie wurden die Bundesregierung und insbesondere der Bundesminister für Wirtschaft, Familie und Jugend ersucht, sich besonders im Zusammenwirken mit den tourismus- und verkehrspolitisch Verantwortlichen auf allen Ebenen hinsichtlich des Themenfelds „Mobilität“ dafür einzusetzen:

- ▶ Infrastruktur für nachhaltige Mobilität zeitgemäß zu gestalten,
- ▶ Informationsstrategien zu gezielten Bewusstseinsbildung und Motivation für potenzielle Nutzer/innen zu erarbeiten,
- ▶ Schnittstellen in der Verkehrs- und Kommunikationstechnologie auszubauen und Kooperationen zu unterstützen, die nachhaltige Mobilität erleichtern sowie dem Wirtschaftsstandort Österreich als Tourismusland und der Wettbewerbsfähigkeit der österreichischen Tourismus- und Freizeitwirtschaft förderlich sind.

Per Ministerratsvortrag vom 5. Oktober 2011 haben Bundesminister DI Nikolaus Berlakovich, Bundesministerin Doris Bures und Bundesminister Dr. Reinhold Mitterlehner

die Koordinierungsstruktur zum Thema Elektromobilität sowie die Errichtung der entsprechenden Gremien (Steuerungsgruppe, Beirat) der Bundesregierung zur Kenntnis gebracht. Im Rahmen dieser interministeriellen Initiative wurden in zehn themenspezifischen Arbeitsgruppen konkrete Maßnahmen ausgearbeitet. Der Tourismus war in der Arbeitsgruppe 3 „Nutzer/innen (Nutzerinteressen/Nachfrage) der E-Mobilität in Österreich“ vertreten. Auf Basis der Ergebnisse aus den Arbeitsgruppen soll in der ersten Hälfte des Jahres 2012 eine Gesamtdokumentation vorliegen.

Die Mobilitätsanforderungen in Tourismus-Destinationen lauten:

Unkompliziert und schnell, leistbar, nachhaltig.

Gute Beispiele für sanfte Mobilität in den Alpen sind die vier „Alpine Pearls“: Werfenweng, Mallnitz, Neukirchen am Großvenediger und Hinterstoder. Sanfte Mobilität (SAMO) heißt Urlaub vom Auto und trotzdem mobil sein. SAMO in Werfenweng organisiert die Anreise mit der Bahn und bietet Mobilitätsgarantie vor Ort mit Elektrofahrzeugen, Pferdekutschen u. a. m.

Die Urlaubsregion Schladming-Dachstein hat im Mai 2011 ein 200 km langes Radwege-Netz mit Verleih von E-Bikes und Ladestationen gelegt.

Menschen. Die wachsende Zahl mobilitäts- oder aktivitätseingeschränkter Menschen stellt nicht nur neue Herausforderungen an die Tourismusbranche, sondern birgt auch ein enormes wirtschaftliches Potenzial. Dem BMWFJ ist es daher ein Anliegen, dass alle Personenkreise und Generationen die touristischen Angebote entlang der gesamten Dienstleistungskette nutzen können – eine Reihe von Initiativen werden dafür gesetzt:

### **1. Der Wettbewerb: „Tourismus für Alle – Regionale Initiativen für barrierefreies Reisen“**

Dieser Wettbewerb konzentrierte sich auf regionale touristische Initiativen, die sich bereits mit den Themen Barrierefreiheit und familienfreundliche Mehrgenerationenangebote vorbildlich befassen und entsprechende innovative Angebote entwickelt haben.

Die hochkarätig besetzte Jury kürte aus 15 Einreichungen den Naturparkverein Kaunergrat in Tirol zum Wettbewerbssieger, welcher bei einer feierlichen Veranstaltung am 24. November 2011 geehrt wurde.

Ausschlaggebend für den Sieg waren die umfassende Ausrichtung und Realisierung eines barrierefreien Angebots in einer hochalpinen Landschaft.

Der Wettbewerbssieger darf sich über eine Förderung des BMWFJ von 40.000 EUR für die barrierefreie Gestaltung des Piller-Moors – ein beliebtes Ausflugsziel in der Region – freuen.

Neben dem Wettbewerbssieger und den Sonderpreisträgern wurden vier Einreichungen mit einer „Wettbewerbsnominierung“ ausgezeichnet. Ihnen wurden themenspezifische Beratungen zur Weiterentwicklung ihres Angebotes – gefördert vom BMWFJ – zur Verfügung gestellt.

Nominiert wurden:

- der Naturparkverein Markt Neuhodis im Burgenland aufgrund der touristischen Attraktionen für alle Menschen;

## **Tourismus für Alle**

### **Barrierefreies Reisen für alle Generationen**

Barrierefreie Tourismusangebote sind der Schlüssel zu einem erholsamen Urlaub für alle Menschen – für Ältere ebenso wie für Familien mit Kleinkindern oder Menschen mit Behinderung.

In Zeiten steigender Lebenserwartung und sinkender Geburtenraten verschiebt sich die Altersstruktur deutlich hin zu den älteren

- ▶ die Alpenvereinsjugend des österreichischen Alpenvereins aufgrund ihrer Vorreiterrolle sowie des persönlichen Engagements;
- ▶ die Salzburger Seenland Tourismus GmbH aufgrund ihres innovativen Engagements;
- ▶ der Verein Strudengau 2000 plus gemeinsam mit dem Verein Friedensstift Waldhausen in Oberösterreich aufgrund des umfassenden barrierefreien Urlaubsangebots und der professionellen Gästebetreuung. Sonderpreisträger sind die Region Schladming-Dachstein als Sitz der gemeinnützigen Vereine „Special Olympics Österreich“, „Para-Special Outdoorsports“ aufgrund ihres langjährigen Engagements im Bereich des betreuten Urlaubens und das Hotel Masatsch in Kaltern in Südtirol, das einen barrierefreien Leitbetrieb darstellt und – da der Wettbewerb auf das Bundesgebiet beschränkt war – außer Konkurrenz teilnahm.
- ▶ beim Kongress des Österreichischen Heilbäder- und Kurorteverbandes – im November 2011 in Bad Tatzmannsdorf
- ▶ beim Österreichischen Fremdenführerkongress im November 2011 in Wien

#### **4. Permanenter Workshop „Barrierefreies Reisen für Alle“**

Bereits im Jahr 2008 entwickelte das BMWFJ in Zusammenarbeit mit der Bundespartei Tourismus- und Freizeitwirtschaft der WKO den Workshop „Barrierefreies Reisen für Alle – Eine Chance für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft“. Neben regelmäßigen Treffen im Plenum diskutieren die Teilnehmer/innen in vier Arbeitskreisen (AK), in denen Themen wie bauliche Grundkriterien für Barrierefreiheit (AK 1), Ausbildung und guter Umgang mit dem Gast (AK 2), Darstellung barrierefreier Angebote im Internet und barrierefreie Gestaltung der Homepages (AK 3) und barrierefreie Freizeitangebote (AK 4) behandelt werden, die Voraussetzungen für barrierefreie Tourismus- und Freizeitangebote und erarbeiten Maßnahmen und Strategien. Am 24. November 2011 fand im Marmorsaal des Regierungsgebäudes in Wien der Abschlussworkshop statt.

Zum Thema „Tourismus für Alle“ sind folgende Printprodukte entstanden:

- ▶ Tourismus für Alle – Barrierefreies Planen und Bauen in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft



#### **3. Informationsarbeit bei diversen Veranstaltungen**

Die Tourismus-Servicestelle informiert regelmäßig durch Vorträge bei unterschiedlichsten Veranstaltungen zum Thema „Tourismus für Alle“ – im Jahr 2011 beispielsweise bei

- ▶ der Fachtagung der Lebenshilfe Wien – im September 2011

- ▶ Tourismus für Alle – Orientierungshilfe für barrierefreie Naturangebote
- ▶ Tourismus für Alle – Barrierefreies Reisen – ein Leitfaden zum Umgang mit dem Gast
- ▶ Tourismus für Alle – Barrierefreie Kunst- und Kulturvermittlung – Inklusiv und Innovativ
- ▶ Tourismus für Alle – regionale Initiativen für barrierefreies Reisen (Wettbewerbsbroschüre)

## Der Gesundheits- und Wellness-tourismus in Österreich

Aufgrund der Bedeutung des Gesundheitstourismus in Österreich wurde die con.os tourismus.consulting gmbh vom BMWFJ beauftragt, die angebots- und nachfrageseitige Ausprägung des Gesundheitstourismus und seiner Segmente zu untersuchen.

Neben der Darstellung des Status Quo enthält die Studie Empfehlungen für die Weiterentwicklung des Angebots, z.B.:

- ▶ konsequente Umsetzung der gewählten Profilierung (Authentizität) im Hinblick auf die konzeptive und thematische Gestaltung von gesundheitstouristischen Betrieben
- ▶ Verankerung eines stärkeren medizinischen Schwerpunktes (vor dem Hintergrund der demografischen Entwicklung)
- ▶ Internationalisierung der Nachfrage
- ▶ Definition neuer Potenzial-Zielgruppen
- ▶ Analyse der spezielle Bedürfnisse der potentiellen Herkunftsmärkte • Produktentwicklung
- ▶ Förderung der sprachlichen (interkulturellen) Kompetenz der Mitarbeiter/innen vor allem im medizinisch/therapeutischen Bereich
- ▶ Gezielte Förderanreize zur qualitativen Profilierung
- ▶ Schwerpunkt auf Forschung und Entwicklung sowie Mitarbeiter/innenqualifikation
- ▶ medizinisch fundierte Produktentwicklung

und Vermarktung anerkannter Qualitäts-gütesiegel

Der Bericht ist unter [www.bmwfj.gv.at/tourismus](http://www.bmwfj.gv.at/tourismus) abrufbar.

## Alpenkonvention – 4. Alpenzustandsbericht „nachhaltiger Tourismus“



Seit 2007 veröffentlicht die Alpenkonvention im Zweijahresrhythmus Alpenzustandsberichte zu ausgewählten Themen, die über ökologische, wirtschaftliche und soziale Entwicklungen im Alpenraum informieren und Anhaltspunkte für die Erarbeitung von Strategien und Maßnahmen enthalten.

Die bisherigen Berichte befassten sich mit „Verkehr und Mobilität“ (2007), „Wasserhaushalt und Gewässerbewirtschaftung“ (2009) und „Nachhaltiger ländlicher Entwicklung und Innovation“ (2011). Die Berichte sind auf der Website der Alpenkonvention unter [http://www.alpconv.org/soia/soia03\\_de.htm](http://www.alpconv.org/soia/soia03_de.htm) abrufbar.

Der vierte Alpenzustandsbericht widmet sich dem Thema „nachhaltiger Tourismus“. Der Bericht wird die IST-Situation des nachhaltigen Tourismus in den Alpen darstellen, wobei Stärken und Schwächen identifiziert und künftige Herausforderungen analysiert werden sollen. Die Erarbeitung der österreichischen Beiträge erfolgt durch das Umweltbundesamt (beauftragt vom Lebensministerium) in Kooperation mit dem BMWFJ, sowie den österreichischen Bundesländern mit Alpenanteil. Der Bericht soll auf der XII. Alpenkonferenz in Poschiavo (Schweiz) im September 2012 präsentiert werden.



## Radtourismus in Österreich

2010 wurde unter der Leitung des BMWFJ die Arbeitsgruppe „Radtourismus“ als Plattform eingesetzt, um gemeinsame Aktivitäten/Projekte zu entwickeln und Marketingaktivitäten abzustimmen. Nach drei von der ÖW organisierten Innovations-Workshops zum Thema „Radtourismus“ standen die Sitzungen der Arbeitsgruppe im Jahr 2011 im Zeichen zweier wichtiger Themen:

### Thema „Radwegbeschilderung in Österreich“

Eine einheitliche Beschilderung der österreichischen Radrouten und Radwege über Bundesländergrenzen hinweg ist ein vielfach geäußerter Wunsch unserer Gäste und somit auch zu einem zentralen Diskussionspunkt in der Arbeitsgruppe geworden. In einer Österreichkarte wurden die derzeit verwendeten Formate zur Radwegweisung grafisch dargestellt, um die Vielfalt in der Beschilderung augenscheinlich zu machen. Die Arbeitsgruppe setzt sich dafür ein, dass

zukünftig einheitlich die Richtlinien und Vorschriften für das Straßenwesen (RVS) verwendet werden.

### Thema „Qualitätskriterien für Radwege und Radbetriebe in Österreich“

Klare Qualitätskriterien für Radrouten und Radbetriebe in Österreich sind erforderlich, um das radtouristische Angebot national und international besser vermarkten zu können. Hierzu wurde im Auftrag des BMWFJ von der Kondeor Marketinganalysen GmbH eine Studie mit der Analyse von rund 50 Kriterienkatalogen bzw. Qualitätsmanagementansätzen erstellt. Daraus werden in der Folge zwei ausführlich kommentierte Kataloge mit empfohlenen Standardkriterien entwickelt und jeweils in einem Leitfaden für Radrouten bzw. Radbetriebe zusammengefasst und benutzerfreundlich aufbereitet werden.

Aktuelle Informationen zum Thema Radtourismus sind auf der Webseite des BMWFJ abrufbar.

## Alpiner Sommer

### „Wandern mit der Familie“

Gemeinsam mit der Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft, dem Fachverband der Seilbahnen der WKO sowie dem Österreichischen Kuratorium für Alpine Sicherheit erarbeitete das BMWFJ eine Broschüre.

Wandern ist eine wichtige Freizeitaktivität im Alpenraum und bereitet allen Generationen Spaß. Eine Wanderung mit Kindern muss allerdings bereits im Vorfeld gut geplant werden. Der Folder „Wandern mit der Familie“ im Hosentaschenformat enthält konkrete Tipps zur richtigen Kleidung und Ausrüstung, Empfehlungen zu Proviant und Erste-Hilfe-Utensilien, Anleitungen zur Tourenplanung und Zeitberechnung inklusive Hinweisen auf spezielle Bedürfnisse von Kindern und Informationen zu deren Belastbarkeit sowie die Telefonnummern von Wetter- und Rettungsdiensten.

Der Informationsfolder wurde in einer Auflage von 450.000 Stück gedruckt und an die Regionen, die LTO, den VAVÖ, den ÖAV, die

Naturfreunde, die Bergrettung, die Wanderhotels und Wanderdörfer, das Hilfswerk, den Zivilschutzverband, die Familien- und Kinderhotels und an die ÖW zur Verbreitung verteilt.

## Alpiner Winter

Das BMWFJ unterstützt seit Jahren Marketing- und Imagekampagnen zur Förderung des Wintersports und zur Erhöhung der Sicherheit auf Österreichs Skipisten.

Die Vernetzung mit der Servicestelle Wintersportwochen auf Bundesebene ist dabei essenziell.

### Engagement des BMWFJ in der Servicestelle Wintersportwochen

Die Servicestelle Wintersportwochen (WIS-POWO) hat als zentrale Zielsetzung, Wintersportwochen an den Schulen zu fördern. Als Informationsdrehscheibe für Lehrer/innen, Schüler/innen und Eltern werden Unterstützungsangebote der Wirtschaft koordiniert, mitentwickelt und verbreitet.



So realisierte die WISPOWO in Zusammenarbeit mit der ÖW, der Bundessparte Tourismus- und Freizeitwirtschaft in der WKO, dem Fachverband Seilbahnen sowie dem BMWFJ eine österreichweite Info-Kampagne, um Wintersportwochen für Lehrer/innen und Schüler/innen wieder attraktiver zu machen. Diese Kampagne umfasste Leporellos in Scheckkartenformat mit Informationen, Tipps und rechtlichen Grundlagen sowie Wintersportwochen-Kalender für Lehrer/innen und Wintersportwochen-Kalender für Schulklassen im Poster-Format. Für zusätzliche Bekanntmachung der Servicestelle Wintersportwochen wurden auf Anfrage USB-Sticks mit detaillierten Informationen zur WISPOWO verschickt.

### **„Spaß im Schnee“ – ein B2C-Produkt**

Die Begeisterung für den Wintersport und die Bewegung im Schnee kann bei jungen Menschen nicht früh genug geweckt werden. Daher hat das BMWFJ gemeinsam mit dem Fachverband der Seilbahnen und der Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft der WKO, der WISPOWO sowie dem Österreichischen Kuratorium für Alpine Sicherheit den Informationsfolder „Spaß im Schnee“ für Familien mit Kindern herausgegeben.

Auf diesem Folder im Hosentaschenformat werden u.a. Tipps zur richtigen Ausrüstung und Bekleidung gegeben, was in welchem Alter den Kindern zuzutrauen ist sowie die wichtigsten Regeln für die Rodel- und Skipiste.

Ein Malwettbewerb unter dem Titel „Mein schönstes Erlebnis im Schnee!“ für Kinder der 1. und 2. Volksschulklassen zog besondere Aufmerksamkeit auf sich. Der Wettbewerb wurde vom Verband der Sportartikelhersteller und Sportausrüster Österreichs (Intersport Austria) sowie Blaguss Touristik mit Preisen unterstützt. Jedes teilnehmende Kind hat Gutscheine erhalten. Die beiden Einzelsieger konnten zwischen einer Ski- oder Snowboardausrüstung wählen,

die siegreiche Klasse erhielt für jedes Kind Skibrille und Mütze sowie einen Skitag.

Der Informationsfolder wurde in einer Auflage von 400.000 Stück gedruckt und größtenteils an die 1. und 2. Volksschulklassen österreichweit verteilt. Weitere Exemplare erhielten die ÖW, die Bergrettung, der Zivilschutzverband sowie Mitglieder der Arbeitsgemeinschaft „Safer Snow – More Fun“.

### **Klimawandel und Tourismus**

Der Klimawandel gehört zu den größten Herausforderungen unserer Zeit, er betrifft alle Lebensbereiche und natürlich auch den Tourismus. Das BMWFJ setzt sich daher seit Jahren verstärkt mit dem Thema Klimawandel und damit verbundenen Risiken und Chancen für den Tourismus auseinander. So wurden im Rahmen des österreichischen Klimaforschungsprogramms StartClim und auch in anderen Studien aktuelle Fragestellungen aufgegriffen, wie zum Beispiel:

Klimawandel und Reiseverhalten, Klimasensitivität im Sommertourismus, Gefährdungspotenzial für Alpintourist/innen und Infrastruktur durch Gletscherrückgang und Permafrostveränderungen und zuletzt Auswirkungen von Hitzetagen auf den Städte-tourismus.

### **„Hot town, summer in the City“**

Das BMWFJ ließ die Auswirkungen von Hitzetagen auf das Freizeit- und Erholungsverhalten sowie das Besichtigungsprogramm von Städtetouristen/innen, dargestellt am Beispiel Wiens, untersuchen.

Die Verstärkung des Wärmeinseleffekts durch den Klimawandel in Städten beeinflusst sowohl die Stadtbevölkerung als auch den Städte-tourismus. Dieser hat in den Sommermonaten Juli und August die höchste Anzahl an Tourist/innen zu verzeichnen. Ein wachsender Anteil der Tourist/innen gehört der Gruppe der 60- bis 79-Jährigen an, die im Allgemeinen besonders hitzeempfindlich sind. Sowohl

die Tourist/innen selber als auch Tourismuswirtschaft, Stadtverwaltung und Stadtplanung müssen sich daher Adoptionsstrategien für Hitzetage überlegen.

Maßnahmen im Bereich der Tourismus-Architektur (z.B. Dach- und Fassadenbegrünung, helle Baumaterialien), Maßnahmen in der Stadt-, Raum- und Landschaftsplanung (z.B. Freihaltung von Grünzügen und Frischluftschneisen, Einsatz von Verdunstungskühlung durch bewegtes Wasser), infrastrukturelle Maßnahmen (z.B. Trinkbrunnen, beschattete Sitzgelegenheiten) sowie organisatorische Maßnahmen (z.B. Hitzewarnsysteme, Öffnen von „Abkühlungsorten“) können zur Anpassung beitragen.

Basierend auf allen Ergebnissen wurden in Form eines Management Letters Grundlagen für Maßnahmen für die Adoptionsstrategien des Städte Tourismus erarbeitet, die den Verantwortlichen der Tourismuswirtschaft, Stadtverwaltung und Stadtplanung helfen sollen, geeignete Anpassungsmaßnahmen zu erarbeiten.

## **www.studien.at**

Auf der Datenbank [www.studien.at](http://www.studien.at) (1994 auf Initiative vom BMWFJ eingerichtet und von der WU Wien betreut) stehen alle tourismusrelevanten Studien zur Verfügung.

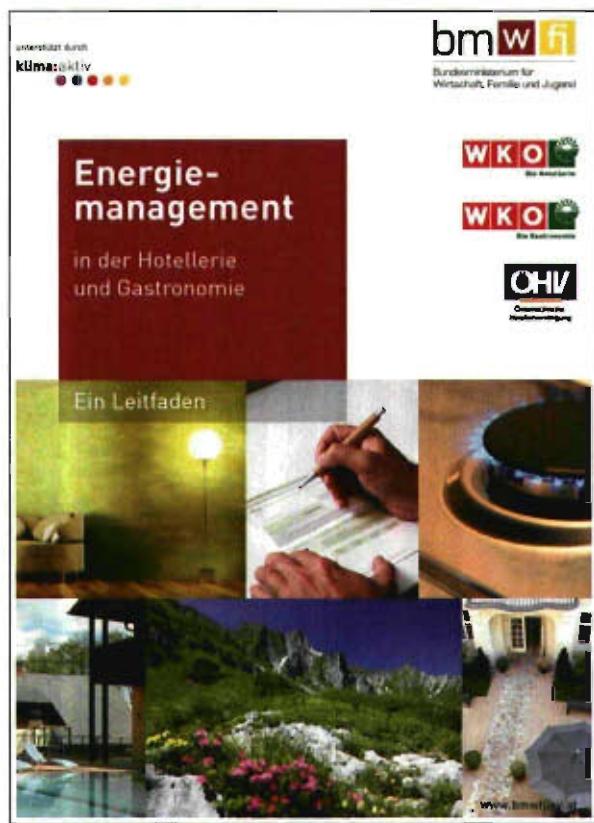
## **Österreichische Klimawandelanpassungsstrategie**

Der 2007 gestartete Prozess zur Entwicklung der Anpassungsstrategie an den Klimawandel ist in der Abschlussphase. Unter der Beteiligung von rund 100 Organisationen wurden schrittweise Handlungsempfehlungen für 14 Aktivitätsfelder – darunter das Aktivitätsfeld Tourismus – erarbeitet. Die Strategie soll nach einer abschließenden Kommentierungs runde in der ersten Hälfte des Jahres 2012 den Ministerrat und die Landesumweltreferentenkonferenz passieren.

Die Strategie wird in der ersten Hälfte des Jahres 2012 dem Ministerrat und der Landesumweltreferentenkonferenz vorgelegt.



Management Letter „Hot Topic: Summer in the City“



## Energiemanagement im Tourismus

Intelligentes Energiemanagement ist auch in Tourismusbetrieben ein Gebot der Stunde. Dadurch spart ein Betrieb langfristig Geld und leistet einen wichtigen Beitrag zum Klimaschutz. Das BMWFJ hat im Herbst 2009 gemeinsam mit den Fachverbänden Hotellerie und Gastronomie der WKO sowie der Österreichischen Hoteliervereinigung den 80-seitigen Leitfaden „Energiemanagement in der Hotellerie und Gastronomie“ herausgegeben. 2011 wurde der Leitfaden in Zusammenarbeit mit der Österreichischen Energieagentur aktualisiert und neu aufgelegt. Dieser enthält nun auch Informationen zu alternativen Antrieben und neue Good-Practice-Beispiele. Besonders wichtig ist, dass konkrete Wege zur Umsetzung im Tourismusbetrieb – einschließlich der Finanzierungsmöglichkeiten – aufgezeigt werden.

## Österreichischer Innovationspreis Tourismus (ÖIT)

Im Aktionsplan Tourismus 2011 vereinbarten Bund und Bundesländer ein Konzept für eine gemeinsam getragene Auszeichnung für Tourismusinnovation.

Innovationen sind ein wichtiger Erfolgsfaktor zur Sicherstellung einer nachhaltigen Wettbewerbsfähigkeit des österreichischen Tourismus und wichtiger Motor für einen langfristigen wirtschaftlichen Erfolg. Mit diesem Preis soll innovativen und wegweisenden Projekten, denen Vorbildcharakter für die heimische Tourismuslandschaft zukommt, eine geeignete Bühne geboten werden. Er soll alle zwei Jahre vergeben werden.

Thema des ersten Österreichischen Innovationspreises Tourismus werden „Innovative, buchbare Produkte/Angebote der österreichischen Tourismus- und Freizeitwirtschaft“ sein. Der ÖIT 2012 wird in zwei Kategorien zur Verleihung kommen. Der Sieger in der jeweiligen Kategorie erhält ein Preisgeld in der Höhe von 10.000 EUR welches zu gleichen Teilen vom BMWFJ und vom Bundesland des Siegers zur Verfügung gestellt wird. Siehe auch Kapitel 5 „Leuchtturmprojekte“ auf Seite 61.

## FISA – Filmstandort Österreich

Für den Tourismus und das Image eines Landes werden Filmproduktionen immer wichtiger. Nicht zuletzt deshalb hat das BMWFJ 2010 das Fördermodell „FISA – Filmstandort Österreich“ eingeführt.

Ziel der Förderung ist die Stärkung der österreichischen Filmwirtschaft und deren internationaler Wettbewerbsfähigkeit sowie Stärkung des Filmproduktionsstandortes Österreich. Eine zentrale Voraussetzung für eine Förderung ist, dass der österreichische Anteil mindestens 20 Prozent der Gesamtherstellungskosten beträgt bzw. den Bestimmungen eines zwischenstaatlichen Filmabkommens entsprechen muss. Die maximale Unterstützung für ein Einzelprojekt liegt bei 25 Prozent der förderfähigen Herstellungskosten bzw. bei 15 Prozent des jährlichen Budgets von „Filmstandort Österreich“. Vorbild für diese Regelung war das deutsche Rabattmodell (DFFF).

Bis zum Jahr 2012 wurden insgesamt 20 Mil-

lionen EUR zur Verfügung gestellt, davon 5 Mio. EUR für 2010 und jeweils 7,5 Mio. EUR für 2011 und 2012.

Der Fördergeber ist der Bund, vertreten durch den Bundesminister für Wirtschaft, Familie und Jugend, der sich zur Abwicklung der Fördermaßnahme der Location Austria, einer Abteilung der Austrian Business Agency (ABA) und der Austria Wirtschaftsservice GmbH (aws) bedient.

Bis dato wurden 23 Spielfilme und 15 Dokumentarfilme mit einer Gesamtfördersumme von 10,9 Mio. EUR genehmigt. Unter den genehmigten Projekten waren unter anderem „ATMEN“, „Ludwig II“, „360“ und „Die Vermessung der Welt“.

## Rechtliche Neuerungen

### Novellierungen der Tourismus-Statistik-Verordnung und der Tourismus-Nachfragestatistik Verordnung

Auf Grund der Erlassung der Verordnung (EU) Nr. 692/2011 über die europäische Tourismusstatistik waren die Tourismus-Statistik-Verordnung und die Tourismus-Nachfragestatistik-Verordnung des BMWFJ zu novellieren.

In der Tourismus-Statistik-Verordnung ergeben sich Änderungsnotwendigkeiten bezüglich der Angabe der neuen EU-Rechtsgrundlage, bezüglich Anpassungen von Verweisen und Begriffen, bezüglich des Entfalls der bisherigen Erhebungsmerkmale „Vorname“ und „Geburtsjahr“ sowie bezüglich einer marginalen Senkung der Höhe des Kostenersatzes für die Erhebung für Privatquartiere.

In der Tourismus-Nachfragestatistik-Verordnung ergaben sich Änderungsnotwendigkeiten bezüglich der Angabe der neuen EU-Rechtgrundlage, des Wegfalls der Erhebungsmerkmale „Wohnsitzbundesland“, „Gemeindegröße“, „Familienstand“ und „Staatsbürgerschaft“, bezüglich der zusätzlichen Erhebung von „Hauptgrund für die Nichtteilnahme am Tourismus aus persönlichen

Gründen“, bezüglich der genaueren Spezifizierung der Art der Reisebuchung, bei Reisen aus persönlichen Gründen, Art des Zielortes und Anzahl der mitreisenden Kinder, bezüglich der Angabe der Erhebungsarten, der Qualitätserfordernisse sowie durch die Datenverwendungen von Registerdaten.

Die Novellierungen wurden am 26.01. 2012 im BGBI. publiziert (Tourismus-Statistik-Verordnung: BGBI. II, Nr. 24/ 2012, Tourismus-Nachfragestatistik Verordnung: BGBI. II, Nr. 25/2012).

### Flugverkehr und CO<sub>2</sub>-Emissionshandel

Ab 1. Jänner 2012 ist der Flugverkehr innerhalb sowie von und nach Europa in den Europäischen Emissionshandel (European Emission Trading Scheme - EU ETS) einbezogen. Die Rechtsgrundlage für den CO<sub>2</sub>-Handel bildet die Richtlinie 2008/101/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 19.11.2008 zur Änderung der Richtlinie 2003/87/EG zwecks Einbeziehung des Luftverkehrs in das System für den Handel mit Treibhausgasemissionszertifikaten in der Gemeinschaft. In Österreich erfolgte die Umsetzung per Bundesgesetz BGBI. I Nr. 89/2009, mit dem das Emissionszertifikatsgesetz und das Bundesgesetz über den zwischenstaatlichen Luftverkehr 2008 geändert wurden. Die für die Abwicklung des Emissionshandels nach dem Emissionszertifikatsgesetz zuständige Behörde ist das Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft.

Prinzip: Mit der erstmaligen Einbeziehung des Flugverkehrs in den Europäischen Emissionshandel (European Emission Trading Scheme – EU ETS) ab 1. Jänner 2012 bekommen die Fluglinien nicht mehr alle benötigten Emissionsmengen gratis zugeordnet, jedoch immerhin 97 % der Zertifikate. Darüber hinaus müssen Emissionsrechte zugekauft werden. Auswirkungen auf die Ticketpreise und die Attraktivität der europäischen Flughäfen für Interkontinental-

flüge sowie ein Ausweichen auf Flughäfen ohne EU-ETS-Verpflichtung (insbesondere Schweiz, Kroatien, Ukraine) werden befürchtet.

### **CO<sub>2</sub>-Kompensation:**

Flugpassagiere haben die Möglichkeit zur Entrichtung eines freiwilligen Beitrags in Relation zum verursachten CO<sub>2</sub>-Ausstoß. Die CO<sub>2</sub>-Emissionen können zwar dadurch nicht verhindert, sollen jedoch an anderer Stelle eingespart werden. Mit den Kompensationsbeiträgen werden internationale Klimaschutzprojekte unterstützt. Anbieter für CO<sub>2</sub>-Kompensation sind: [www.climateaustria.at](http://www.climateaustria.at) (Österreich), [www.atmosfair.de](http://www.atmosfair.de) (Deutschland), [www.myclimate.org](http://www.myclimate.org) (Schweiz).

### **Flugabgabegesetz (FlugAbgG)**

Mit 1.1.2011 trat das Flugabgabegesetz (Art. 57 im BGBI. I Nr. 111/2010) in Kraft. Die Flugabgabe bemisst sich nach der Lage des Zielflugplatzes und beträgt je Passagier für Abflüge mit einem Zielflugplatz innerhalb der Kurzstrecke 8 EUR, innerhalb der Mittelstrecke 20 EUR und für die Langstrecke 35 EUR. Diese Abgabe wird seit 1. April 2011 eingehoben. Begründet wird die Flugabgabe damit, dass der Flugverkehr bisher steuerlich stark begünstigt war und somit einen Wettbewerbsvorteil gegenüber umweltfreundlicheren Verkehrsmitteln wie Bahn und Bus hatte. Es konnten keine gravierenden Auswirkungen auf das Buchungsverhalten festgestellt werden.

### **Klimaschutzgesetz**

Ziel des am 21. November 2011 in Kraft getretenen Gesetzes ist die Aufteilung des unionsrechtlich vorgeschriebenen Treibhausgasreduktionsziels für 2020. Die Verantwortlichkeit zur Führung von Verhandlungen über Maßnahmen zur Einhaltung der Sektorziele in den jeweiligen Sektoren obliegt den gemäß Bundesministeriengesetz zuständigen Bundesministern. In den folgenden Unter-

sektoren sollen bis März 2012 Maßnahmen zur Einhaltung der Ziele erarbeitet werden: Energie und Industrie (inkl. Gewerbe), Verkehr, Landwirtschaft, Gebäude (Raumwärme und Dienstleistungen), Abfallwirtschaft, Fluorierte Gase. Mit dem Klimaschutzgesetz haben sich Bund und Länder zu einer koordinierten und gemeinsamen Vorgehensweise im Klimaschutz verpflichtet.

### **Reiseerleichterung von Frequent-Travellers aus Drittstaaten**

An den Außengrenzen der EU erfolgen alljährlich rund 700 Millionen Grenzübertritte von EU-Bürgern und Drittstaatangehörigen. Diese Zahl wird sich voraussichtlich noch beträchtlich erhöhen: Schätzungen zufolge wird allein die Zahl der Reisenden an den Flughäfen der EU bis zum Jahr 2030 um 80% zunehmen<sup>4</sup>.

Die EK will beim Grenzmanagement im Rahmen der Initiative „Smart Borders“ durch den Einsatz moderner Technologien Reiseerleichterungen für sogenannte „frequent travellers“ aus Drittstaaten erzielen, ohne dabei die hohen Standards in der europäischen Grenzsicherheit zu beeinträchtigen. Das Maßnahmenpaket wurde im Oktober 2011 von der EK angenommen und nun mit dem Europäischen Parlament, dem Rat und dem Europäischen Datenschutzbeauftragten erörtert.

### **Visabefreiung für Reisende aus Taiwan**

Seit dem 11. Jänner 2011 sind Inhaber von taiwanesischen Reisepässen von der Visumpflicht befreit. Damit können sie sich bis zu einer maximalen Dauer von 90 Tagen binnen 180 Tagen in den Schengenländern aufhalten. Nähere Informationen zur Visafreiheit sind auf der Webseite des Bundesministeriums für europäische und interna-

<sup>4</sup> Konkret wird erwartet, dass die Zahl der Grenzübertritte von Reisenden und der damit erforderlichen Personenkontrollen an den EU-Flughäfen von 400 Millionen im Jahr 2009 bis zum Jahr 2030 auf 720 Millionen ansteigen wird (siehe die aktuelle langfristige Vorhersage von Eurocontrol vom 17. Dezember 2010).

tionale Angelegenheiten zu finden ([www.bmeia.gv.at](http://www.bmeia.gv.at)).

### **Pauschalreise Richtlinie**

Im europäischen Pauschalreiserecht stehen grundlegende Änderungen an. Die EK will spätestens Ende 2012 den Entwurf einer neuen Pauschalreise-Richtlinie vorstellen. Diese wird voraussichtlich einen breiteren Geltungsrahmen haben, insbesondere die weitverbreitete Nutzung des Internets und der weiter zunehmende Trend zu dynamischen Pauschalangeboten soll verstärkt berücksichtigt werden.

### **Broschürenservice des BMWFJ für die Tourismus-Branche**

#### **Serviceprodukte für Hotellerie und Gastronomie:**

- ▶ facebook, Twitter & Co. – Erfolgreiches Online-Marketing in der Gastronomie
- ▶ facebook, Twitter & Co. – Erfolgreiches Online-Marketing in der Hotellerie
- ▶ Servicebroschüre „Danke, lieber Gast – Vom Umgang mit Wünschen, Anregungen und Beschwerden“
- ▶ Energiemanagement in der Hotellerie und Gastronomie – Ein Leitfaden (2. Auflage)

#### **Aus- und Weiterbildung, Beschäftigung im Tourismus**

- ▶ Handbuch „Ein Job im Tourismus. Ausbildungsmöglichkeiten in Österreich“, 4. Auflage
- ▶ Auslandspraktika für Tourismuslehrlinge – Eine Initiative des BMWFJ in Kooperation mit der WKO, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft und dem IFA-Internationalen Fachkräfteaustausch
- ▶ get a job – deine Chance in Tourismus und Freizeitwirtschaft
- ▶ Staatspreis Tourismus 2011 „Innovative Mitarbeiterführung und -entwicklung in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft“ (Wettbewerbsbroschüre)

### **Tourismus für Alle – eine Chance für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft**

Informationsbroschüren rund um das Thema Barrierefreiheit

- ▶ Tourismus für Alle – Barrierefreies Planen und Bauen in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft
- ▶ Tourismus für Alle – Orientierungshilfe für barrierefreie Naturangebote
- ▶ Tourismus für Alle – Barrierefreies Reisen – ein Leitfaden zum Umgang mit dem Gast
- ▶ Tourismus für Alle – Barrierefreie Kunst- und Kulturvermittlung – Inklusiv und Innovativ
- ▶ Tourismus für Alle – regionale Initiativen für barrierefreies Reisen (Wettbewerbsbroschüre)

### **Alpiner Sommer und Alpiner Winter Familientouristische B2C-Produkte**

- ▶ Leporello „Spaß im Schnee“ – Informationsfolder des BMWFJ in Kooperation mit dem Fachverband der Seilbahnen sowie der Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft der WKO, der Servicestelle Wintersportwochen und dem Kuratorium für Alpine Sicherheit
- ▶ Leporello „Wandern mit der Familie“ – Informationsfolder des BMWFJ in Kooperation mit der Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft sowie dem Fachverband der Seilbahnen der WKO und dem Kuratorium für Alpine Sicherheit

Alle Broschüren sind in der Tourismus-Servicestelle unter [tourism@bmwfj.gv.at](mailto:tourism@bmwfj.gv.at) oder telefonisch unter 01/71100 5597 erhältlich.

## Die Tagungsindustrie in Österreich

Beitrag von Präsident Christian Mutschlechner und Geschäftsführerin Petra Bauer-Zwinz, Austrian Convention Bureau

### Wirtschaftliche Bedeutung von Kongressen und Tagungen

Das Austrian Convention Bureau (ACB) und die Österreich Werbung (ÖW) präsentierten im April 2011 die bislang umfangreichste und detaillierteste statistische Untersuchung der heimischen Tagungsindustrie. Nach den ersten statistischen Erhebungen 2009 sind 2010 mehr als doppelt so viele Daten abgegeben, respektive recherchiert worden. Die Tagungsstatistik 2010 liefert somit ein deutlich repräsentativeres Ergebnis. Dennoch muss man sich bewusst sein, dass sich die Österreichische Tagungsstatistik in der Aufbauphase befindet und eine Ableitung von Marktentwicklungen noch nicht möglich ist. Erst auf Basis einer konstanten Statistik können Aussagen über die Wirtschaftlichkeit der Tagungsindustrie getätigt werden. In der Datenbank der Österreichischen Tagungsstatistik sind österreichweit rund 2.100 Tagungslokalitäten erfasst. Rund die Hälfte hat 2010 mindestens eine Veranstaltung organisiert.

Die Ergebnisse im Überblick: Insgesamt wurden im Jahr 2010 rund 6.000 Kongresse und Firmentagungen mit mehr als 860.000 Teilnehmern abgehalten. Statistisch betrachtet fanden damit pro Tag 16,7 Kongresse statt. Durch Kongresse und Firmen- tagungen wurden über 2 Millionen Nächtigungen erzielt. Der Nächtigungsanteil der Tagungswirtschaft betrug 2010 mehr als 10 % im Städtetourismus und knapp 2 % am gesamten österreichischen Tourismus- markt. Die Österreichische Kongressstatistik 2010 liefert interessante Erkenntnisse über nationale und internationale Kongresse. So bleibt ein internationaler Teilnehmer rund 4,5 Nächte. Durch einen nationalen Kongressgast können im Durchschnitt 1,2 Nächte generiert werden.

Dies unterstreicht die Bedeutung von internationalen Kongressen. Dennoch darf man nicht vergessen, dass Großkongresse mit mehr als 1.000 Teilnehmern eher selten stattfinden. Der Anteil beträgt rund 2,6 %. Der Großteil der Kongresse in Österreich hat zwischen 101-500 Teilnehmer. Kleinere nationale Kongresse machen das Volumen der österreichischen Tagungsindustrie aus. Aufschluss über die wirtschaftlichen Effekte von Kongressen und Tagungen gibt die Wiener Tagungsstatistik, die seit vielen Jahren vom Vienna Convention Bureau erhoben wird. Die jährlichen Berichte lassen keinen Zweifel offen – die wirtschaftliche Bedeutung geht weit über das reine Nächtigungsaufkommen hinaus. Die durchschnittlichen Tagesausgaben eines Kongressteilnehmers betragen in Wien 475 EUR. Im Vergleich dazu gibt ein Freizeittourist in Wien nur rund 270 EUR pro Tag aus. Neben der Kaufkraft des Tagungssegmentes ist auch die antizyklische Saisonalität ein bedeutender Faktor.

### Die Kongress- & Tagungswirtschaft boomt!

Die Wiener Tagungsstatistik liefert den Beweis, dass Kongresse und Tagungen boomen. Die Anzahl der Kongresse ist seit Jahren steigend. Ebenso erreichte die Wertschöpfung im Jahr 2010 einen Höchststand. Verwunderlich erscheint zunächst die rückgängige Nächtigungszahl. Doch dahinter verbirgt sich ein Entwicklungstrend, der sich schon länger abzeichnet. Kongresse werden kürzer, dafür wird der einzelne Tag intensiver ausgenutzt. Kongresse gelten mehr denn je der beruflichen Weiterbildung. Rahmenprogramme dienen heutzutage vorwiegend dem Networking mit anderen Teilnehmern. Ebenso wird der Aufenthalt immer seltener verlängert. Dennoch sind wir uns sicher, dass durch die positiven Eindrücke einer Kongressdestination der Teilnehmer zu einem späteren Zeitpunkt wieder kommt um die touristische Vielfalt Österreichs zu genießen.

## **Österreich und Wien im internationalen Vergleich auf Top Platzierungen**

International gesehen gibt es zwei Organisationen, die eine jährliche Statistik erstellen. ICCA und UIA erfassen das Kongressaufkommen von Ländern und Städten weltweit. In der Statistik der ICCA (International Congress and Convention Association) verteidigt Wien gegen Paris und Barcelona seit vielen Jahren den ersten Platz. Österreich nimmt im ICCA Länderranking 2010 den 14. Platz ein und liegt damit hinter Kanada und den Niederlanden. Im Bericht der UIA (Union of International Associations) aus dem Jahr 2010 nimmt Wien den 4. Platz ein. Österreich befindet sich auf Platz 10. Dabei sollte man bedenken, dass den statistischen Erhebungen der beiden Organisationen unterschiedliche Erfassungskriterien zu Grunde liegen.

## **Landeshauptstädte unter der Lupe**

Auch in der Österreichischen Kongressstatistik werden die Landeshauptstädte einer genaueren Untersuchung unterzogen. Das Städteranking 2010 wird von Wien angeführt. Die Stadt Salzburg folgt dahinter und den 3. Platz belegt Innsbruck. Bei den Firmentagungen dreht sich die Reihung um und Innsbruck liegt vor Salzburg. Auf den weiteren Plätzen folgen Graz, Linz, Bregenz, Klagenfurt, St. Pölten und Eisenstadt.

## **Tagungslocations im Vergleich**

Die Tagungslocations sind in der Österreichischen Kongressstatistik in fünf Gruppen eingeteilt. Die beliebtesten Austragungsorte von Kongressen waren 2010 Universitäten und Bildungseinrichtungen. Sie verzeichneten einen Anteil von rund 25 %. Knapp dahinter folgen Kongresszentren mit 24 % und Hotels mit 23 %.

## **Nächtigungen durch Kongresse und Firmentagungen**

Insgesamt wurden durch Kongresse und Firmentagungen über zwei Millionen Nächtigungen erzielt. Würden die Nächtigungen der Kongressbranche wegfallen, so bräuchte Österreich einen neuen touristischen Herkunftsmarkt, dessen Volumen doppelt so groß wie Russland ist. Insgesamt wurden 1,7 % der Nächtigungen durch die Kongress- und Tagungsbranche generiert. Betrachtet man nur die Landeshauptstädte, so fällt der Prozentsatz weit höher aus.

Mehr als 10 % der Nächtigungen in den Städten sind auf Kongresse und Firmentagungen zurückzuführen.

## **Green Meetings – eine angebotsseitige Innovation**

Mit dem österreichischen Umweltzeichen für Green Meetings wurde ein flexibles Werkzeug für nachhaltige Tagungen entwickelt. Dabei liegt der Fokus erstmals auf einer Veranstaltung, die zertifiziert wird. Veranstalter werden direkt in die Pflicht genommen, ökologisch Verantwortung zu übernehmen. Der Multiplikationseffekt bei Kongressen und Tagungen ist enorm. Insgesamt wurden schon mehr als 11.000 Teilnehmer bei zertifizierten Veranstaltungen mit dem Thema nachhaltiges Tagen konfrontiert. Durch aktive Vermarktung und intensive Kommunikation im Kundenkontakt muss das Gedankengut des Green Meetings noch weiter verbreitet werden.

Unter den derzeit 15 Lizenznehmern befinden sich 6 ACB-Mitglieder – Austropa Interconvention, Congress Salzburg, Festspielhaus Bregenz, Congress und Messe Innsbruck, Congress Centrum Alpbach sowie das Vienna Convention Bureau. Das ACB als Initiator geht mit gutem Beispiel voran und organisiert alle Veranstaltungen nach den Vorgaben des Umweltzeichens. Seit Juni 2010 konnten insgesamt 24 Kongresse und Tagungen mit dem Umweltzeichen zertifiziert werden. Darunter die access, die Leitmesse der österreichischen Tagungsindustrie und die jährliche ACB Convention4u.

## Der Blick in die Zukunft

Betrachtet man das Tagungsangebot in Österreich so zeigt sich eines klar, die Angebote und Standards werden immer einheitlicher. Somit geht der Fokus weg von der Hardware hin zu der Software, die wichtiger denn je ist. Bei der Software geht es um eine optimale Betreuung und Unterstützung des Veranstalters vom ersten Beratungsgespräch bis zur tatsächlichen Durchführung des Kongresses. Was hier so einfach klingt, entpuppt sich als harte Arbeit, die von den Mitarbeitern tägliche Höchstleistungen erfordert. Professionalität und gelebte Dienstleistungsqualität sind die entscheidenden Parameter für den Erfolg der österreichischen Tagungsindustrie.

## Austrian Convention Bureau

Das Austrian Convention Bureau (ACB), der Dachverband der österreichischen Kongress- und Tagungswirtschaft, verbindet alle Akteure, die am Geschehen der Veranstaltungsbranche beteiligt sind. Das ACB vertritt branchenspezifische Interessen gegenüber öffentlichen Stellen und ist bestrebt die Bedeutung der Kongressbranche zu verbreiten. Immer am Puls der Zeit, setzt das ACB neue Initiativen und treibt die Entwicklung der Branche voran.

## Die Privatvermietung in Österreich

Beitrag von Bundesobmann Thomas Schanzer, Privatvermieter Verband Österreich

### Bundesverbandsbericht

Der vorliegende Bericht soll einen Überblick über die Privatvermietung in Österreich und deren Bedeutung für den heimischen Tourismus geben. Untermauert wird dies durch aktuelle Zahlen der Tourismusstatistik 2011. Zudem werden der neu geschaffene Dachverband, dessen neues Erscheinungsbild sowie die maßgeblichen Zielsetzungen vorgestellt.

## 1. Die IST-Situation der Privatvermietung in Österreich

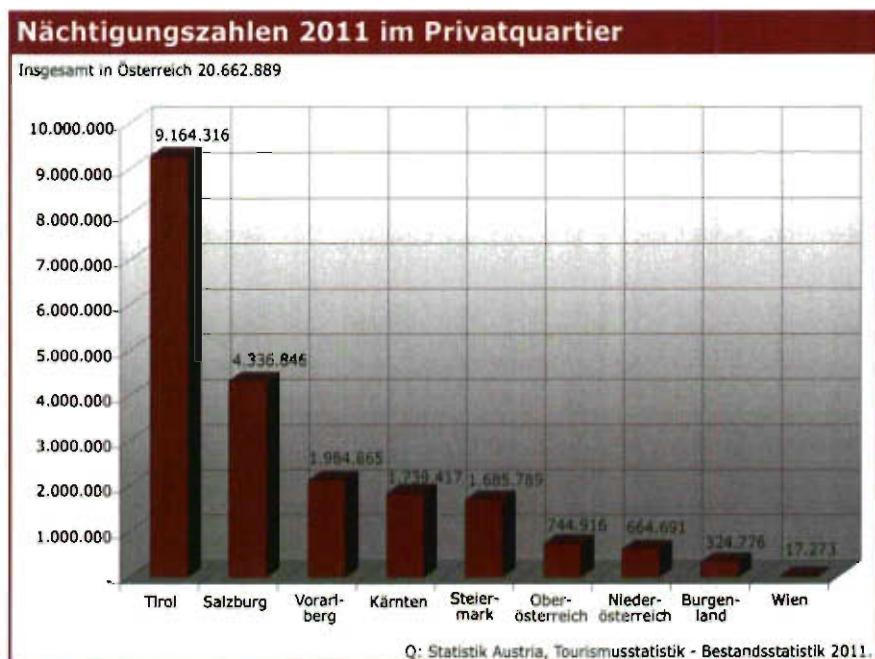
Innerhalb der „Kategorie“ der Privatvermietung in Österreich ist im Bereich der Angebotstypen über die letzten 20 Jahre eine Strukturänderung zu erkennen: Neben dem klassischen Angebot „Zimmer mit Frühstück“ („Bed & Breakfast“) geht der Trend eindeutig in Richtung eines vermehrten Angebots von Ferienwohnungen und -appartements, die den heutigen Standards und Gästebedürfnissen Genüge tun. Dies geht auch mit einer deutlichen Professionalisierung der Vermieter und einer Erhöhung der Angebots- und Servicequalität einher.

Zudem ist eine Aufbruchstimmung spürbar: die Privatvermietung, der traditionell ein eher „verstaubtes Image“ nachgesagt wird, präsentiert sich heute professioneller, kreativer und flexibler als jemals zuvor. Ein gemeinsamer Auftritt und die Bündelung der Kräfte unter einem neuen Dachverband ist daher eine logische Konsequenz im Sinne einer zukunftsorientierten Ausrichtung dieser tragenden Säule des heimischen Tourismus. In der Außenwirkung gilt es nunmehr unter dem neuen Dachverband eine Imagekorrektur anzustoßen: Ziel ist es, die große Bedeutung der österreichischen Privatvermieter in den jeweiligen Tourismusorganisationen, zuständigen Kammern und Ministerien sowie in den Köpfen der heimischen Bevölkerung zu verankern – denn eines steht fest: Die Privatvermietung hat noch nicht den Stellenwert innerhalb der Tourismusbranche, der ihr angesichts der nachfolgend präsentierten Geschäftszahlen zusteht.

### Zahlen, Daten, Fakten

Im Jahr 2011 generieren die Privatvermieter österreichweit knapp 21 Millionen Nächtigungen (20.662.889), was 16,40 % der Gesamtnächtigungen (126.002.551) entspricht.<sup>5</sup> Insgesamt gibt es in Österreich 41.191 Privatquartiere. Ein Blick in die Sta-

<sup>5</sup> Q: STATISTIK AUSTRIA, Tourismusstatistik - Bestandsstatistik 2011



tistiken der einzelnen Bundesländer von West nach Ost im direkten Vergleich:

Die 4.139 Privatvermieter in Vorarlberg sind mit 1,98 Mio. Nächtigungen für über ein Viertel (ca. 25%) der Nächtigungen verantwortlich.

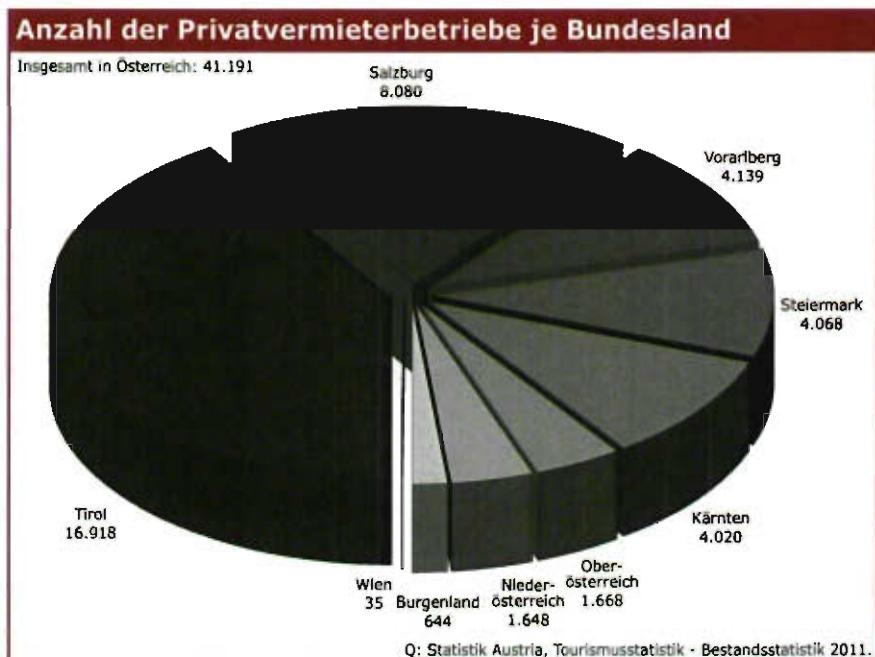
► Tirol ist das tourismusintensivste Bundesland Österreichs und trägt mit über 42,7 Mio. Nächtigungen p.a. ein Drittel zum gesamten Nächtigungsaufkommen in Österreich bei. 21,5% aller Nächtigungen in Tirol (9,16 Mio.) entfallen auf die insgesamt 16.918 Privatquartiere.

► In Salzburg generieren die 8.080 Privatvermieter mit 4,33 Mio. Nächtigungen ca. 18,1 % des gesamten Salzburger Nächtigungsaufkommens.

► 4.020 Beherberger in Kärnten sind Privatvermieter und tragen mit 1,74 Mio. Nächtigungen ca. 14 % zu den Gesamtnächtigungszahlen bei.

► In Oberösterreich entfallen 10,7% aller Nächtigungen (= 0,74 Mio.) auf Privatquartiere.

► Die Privatvermietung in Niederösterreich schlägt mit 9,9% und 0,66 Mio. Nächtigungen zu Buche.



- In der Steiermark sind die 4.068 privaten Betriebe für insgesamt 1,69 Mio. Nächtigungen verantwortlich, das sind 15,4 % der Gesamtnächtigungen.
- Im Burgenland erwirtschaften die 644 Privatvermieter 11,1 % aller Nächtigungen (0,32 Mio.).
- Wien stellt einen Sonderfall dar: folgt man der Statistik, so scheint die Privatvermietung in der Bundeshauptstadt nicht so eine große Rolle zu spielen. Nur 35 Privatvermieter scheinen in der Statistik auf, diese sind für 9.029 Nächtigungen verantwortlich. Als einzige Millionenstadt Österreichs lebt Wien rein vom Städte tourismus, der vorwiegend von der Stadthotellerie abgedeckt zu sein scheint.

## Der Privatvermieter Verband Österreich

Am 19. Oktober 2011 ist es beim Bundes treffen der Privatvermieterorganisationen im Salzburger Elixhausen erstmals gelungen, alle neun Bundesländer zu einem gemeinsamen Auftritt zu gewinnen. Die Vertreter der einzelnen Bundesländer-Verbände haben dabei einstimmig beschlossen, künftig unter einem Dachverband als einheitliche Marke und unter einem gemeinsamen Namen aufzutreten.



Historisches Votum beim Bundestreffen der Privatvermieterorganisationen am 9.10.2011 in Elixhausen (v.l.n.r.): Mag. Rainer Ribing (WKO), KR Johann Schenner (WKO), Peter Höbarth (NÖ), Edith Grlli (OÖ), Liselotte Reich-Matterey (Wlen), Thomas Schanzer (Landesobmann Tirol & Bundesobmann), Herbert Krainer (Kärnten), Bernhard Steiner (Stiermark), Isabella Bischofsberger (Vorarlberg), Mag. Ulrike Tschach-Sauerzopf (Bgl.), Andrea Ponleitner (NÖ), Franz Katherl (Salzburg).

Künftig werden Österreichs Privatvermieter unter dem neuen, verkürzten Namen „Privatvermieter Verband Österreich“ firmieren. Zudem wurde der Tiroler Landesobmann Thomas Schanzer zum geschäftsführenden Obmann dieses erweiterten Privatvermieter Verbandes Österreich bestätigt.

## Neuer Außenauftritt



Erstmals wird ein einheitliches Corporate Design samt Logo sowie bis Sommer 2012 ein gemeinsamer Internetauftritt der österreichischen Privatvermieter präsentiert. Im Sinne der Vereinheitlichung sind die Landesverbände dazu angehalten, im Rahmen von Vollversammlungen Namensänderungen zur Anpassung an die Namensgebung des Dachverbandes zu beschließen.

## Zielsetzungen des Bundesverbandes

Neben der Vereinheitlichung des Außenauftrittes der österreichischen Privatvermieter verfolgt der Bundesverband folgende Zielsetzungen:

- Bundesweit sollen einheitliche Qualitätskriterien für die Klassifizierung der privaten Beherbergungsbetriebe festgeschrieben werden.
- Lobbying: Als die neue Stimme der Privatvermietung in Österreich setzt sich der Bundesverband für die Interessenvertretung ein.
- Neuerstellung der Internetpräsenz „bed and breakfast“: die bereits bestehende Internet-Plattform „bed and breakfast“, die dem Bundesverband gehört, soll wieder aktiviert werden. Ein fulminanter Start der Website ist vorprogrammiert, da beim Launch der Seite bereits mehrere tausend prädi katierte Privatvermieter präsentiert werden können.
- Zudem wird 2012 auch ein gemeinsames österreichweites Privatvermieter-Magazin erscheinen.

## Der neue Bundesobmann



Der Tiroler Landesobmann Thomas Schanzer wurde bereits im April 2011 einstimmig zum neuen Bundesobmann gewählt und gilt als treibende Kraft hinter dem bundesweiten Zusammenschluss der Privatvermieter – hat er dieses Kunststück doch zuvor schon in Tirol höchst erfolgreich zustande gebracht: „In Tirol konnten wir eine Neupositionierung des Landesverbandes bereits erfolgreich umsetzen. Auf diese Erfahrungen können wir nun zurückgreifen und gemeinsam auf den Bundesverband umlegen. Für die Privatvermieter in Österreich gibt es nun ein einheitliches Sprachrohr, eine Interessensvertretung auf Bundesebene, und ich sehe optimistisch in die Zukunft. Mein Motto lautet: ‚Das Ganze wiegt mehr als die Summe seiner Teile‘. Genau diese neue Gemeinsamkeit war sichtbar und spürbar bei der Bundesversammlung im Oktober 2011. Nun gilt es, den eingeschlagenen Erfolgsweg zusammen weiterzugehen.“

Betriebe und Betten in der Wintersaison 2010/11 <sup>1)</sup>										
Unterkunftsart <sup>2)</sup>	Burgenland	Kärnten	Nieder- österreich	Ober- österreich	Salzburg	Steiermark	Tirol	Vorarlberg	Wien	Österreich
5/4 Stern-Betriebe	B 7.324	19.721	15.918	12.666	45.792	21.695	75.550	15.711	30.708	245.085
F 58	220	152	134	463	241	808	209	170	2.455	
3-Stern-Betriebe	B 4.872	20.156	16.284	14.328	39.951	25.860	58.079	11.815	14.858	206.203
F 150	628	436	337	1.014	816	1.408	312	148	5.249	
2/1-Stern-Betriebe	B 2.871	8.216	9.847	11.880	13.909	8.585	42.280	6.701	4.714	109.003
F 124	523	487	549	576	464	1.784	333	70	4.910	
1 Hotels und ähnliche Betriebe zusammen	B 15.067	48.093	42.049	38.874	99.652	56.140	175.909	34.227	49.534	560.291
F 332	1.371	1.075	1.020	2.053	1.521	4.000	854	388	12.614	
2 Gewerbliche Ferienwohnungen/-häuser zusammen	B 969	10.282	688	1.843	19.836	7.141	32.563	3.553	128	
F 45	411	58	111	686	277	1.794	155	6	3.543	
3 Übrige <sup>3)</sup>	B 1.389	6.467	10.334	10.256	19.781	12.529	12.882	5.781	2.874	82.293
F 22	153	198	230	309	307	402	231	11	1.863	
Gewerbliche Beherbergungsbetriebe	B 17.425	17.425	64.842	53.071	50.973	139.269	75.810	221.354	43.561	51.838
F 399	1.935	1.331	1.361	3.048	2.105	6.196	1.240	405	18.020	
4 Privatquartiere	B 2.768	6.034	7.515	5.457	18.896	14.436	37.658	5.488	255	98.507
F 355	1.065	1.049	815	2.645	2.041	5.303	810	35	14.118	
5 Ferienwohnungen/-häuser	B 1.786	17.200	3.392	5.354	41.926	12.717	79.938	21.299	0	183.612
F 289	2.955	599	853	5.435	1.998	11.615	3.329	0	27.073	
Private Beherbergungsbetriebe-Betten	B 4.554	4.554	23.234	10.907	10.811	60.822	27.153	117.596	26.787	132
Private Vermieter										
Anzahl der Betriebe										
Betten insgesamt	B 21.979	21.979	88.076	63.978	61.784	200.091	102.963	338.950	70.348	51.970
Betriebe insgesamt	F 1.043	1.043	5.955	2.979	3.029	11.128	6.144	23.114	5.379	440
Prozentanteil Private Vermieter <sup>4)</sup> in Q	61,74	61,74	67,51	55,32	55,07	72,61	65,74	73,19	76,95	7,95
Nächtigungen 2011 insgesamt	2.932.034	12.418.146	6.686.406	6.964.217	23.949.914	10.972.299	42.713.582	7.965.907	11.400.046	126.002.551
Nächtigungen 2011 im Privatquartier	324.776	1.739.417	664.691	744.916	4.336.846	1.685.789	9.164.316	1.984.865	17.273	20.662.889

Q: STATISTIK AUSTRIA, Tourismusstatistik - Bestandsstatistik 2011 - 1) Ohne Campingplätze und Zusatzbetten - 2) Nov. 2010 bis April 2011 - 3) F= Betriebe, B= Betten - 4) Kurheime, Jugendherbergen, Schutzhütten, Kinder- und Jugendherbergsheime, Matratzenlager.



© OW Weinhäupl

# Förderungen für die Tourismus- und Freizeitwirt- schaft

## **Förderungen für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft**

Die österreichische Tourismus- und Freizeitwirtschaft muss aufgrund der sich dynamisch ändernden wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen sowie der umweltbezogenen Herausforderungen laufend Anstrengungen unternehmen, um ihre gute Position im europäischen und internationalen Wettbewerb zu behaupten.

Das BMWFJ unterstützt die Wirtschaft dabei nach folgenden Zielsetzungen:

- ▶ **Sicherung der Zukunftsfähigkeit des touristischen Angebotes**
- ▶ **Gewährleistung der Funktionsfähigkeit der touristischen Dienstleistungskette**
- ▶ **Erhalt und Schaffung von Beschäftigung im touristischen Umfeld**

Die Budgetmittel für Förderungsmaßnahmen im touristischen Bereich waren im Jahr 2011 im Teilheft zum Bundesvoranschlag beim Kapitel „Wirtschaft“, Untergliederung 40, veranschlagt.

Ein beträchtlicher Teil der Förderungsmittel wird für die betriebliche Tourismusförderung des Bundes zur Verfügung gestellt, die von der Österreichischen Hotel- und Tourismusbank Gesellschaft m.b.H. (ÖHT) abgewickelt wird. Dem BMWFJ kommt dabei die Schnittstellenfunktion zu, die im Wesentlichen die Ausarbeitung der Rechtsgrundlagen (Abwicklungsvertrag und Tourismusförderungsrichtlinien des Bundes) und Kontrolle ihrer Einhaltung, Teilnahme an der Entscheidungsfindung sowie die Sicherstellung des Mittelflusses umfasst. Wichtigste Maßnahmen sind die Investitionsförderung, die Jungunternehmerförderung und die Übernahme von Haftungen. Für die Jahre 2009 und 2010 wurden zudem verstärkte Maßnahmen für den Tourismusstandort Österreich gesetzt, um den Auswirkungen der Wirtschaftskrise auf den Tourismus zu

begegnen. Diese intensivierten Förderungsaktivitäten waren 2011 noch abzuarbeiten und schlagen sich damit auch in der Bilanz dieses Jahres nieder. Daher ist auch 2011 eine Steigerung des unterstützten Projektvolumens und der Zahl der positiv erledigten Anträge zu verzeichnen. 2011 konnte ein gefördertes Gesamtinvestitionsvolumen von rund 880 Mio. EUR erreicht werden, welches über dem Vorjahresergebnis liegt.

Überdies vergibt das BMWFJ auf Grundlage der „Allgemeinen Rahmenrichtlinien für die Gewährung von Förderungen aus Bundesmitteln (ARR 2004)“, BGBI. II Nr. 51/2004 in der jeweils geltenden Fassung, zuletzt geändert durch BGBI. II Nr. 317/2009 – teilweise auch in Verbindung mit EU-Kofinanzierungsmitteln – direkt Förderungsmittel für touristische Projekte.

Die Aktivitäten des BMWFJ reichen dabei im Einzelnen von der Erarbeitung der strategischen Grundlagen, über die Beratung der Förderungswerber im Vorfeld der Einreichung, Prüfung, Entscheidung und Vertragsgestaltung bis hin zur Belegsprüfung und Abrechnung der vergebenen Förderungen.

Die Austria Wirtschaftsservice Gesellschaft mit beschränkter Haftung (aws) wickelt in Ausnahmefällen Förderungsaktionen – vor allem im Haftungsbereich – ab, die auch dem Tourismus zugutekommen können (Auslandsprojekte, Haftungen mit einem Volumen von mehr als vier Millionen EUR).

Im Rahmen des ERP-Jahresprogramms werden vom ERP-Fonds auch für die Einräumung von ERP-Krediten an die Tourismuswirtschaft jährlich Mittel bereitgestellt, damit Tourismusprojekte mit günstigen ERP-Krediten finanziert werden können. Die ERP-Fachkommission für Agrar- und Tourismuskredite, Sektor Tourismus, ist beim BMWFJ angesiedelt. Sie entscheidet über die Vergabe von ERP-Fondsmitteln an die Tourismuswirtschaft, die über die ÖHT als Treuhänderin des ERP-Fonds angesprochen werden können.

## Betriebliche Tourismusförderung

Die im Februar 2010 präsentierte Tourismusstrategie des Bundes sieht eine Weiterentwicklung im Förderbereich vor. Die Neuausrichtung der Tourismusförderung erfolgte im Laufe des Jahres 2010 unter intensiver Einbindung der Bundesländer sowie weiterer Stakeholder. Die neuen Tourismus-Förderungs-Richtlinien wurden von Bundesminister Dr. Reinhold Mitterlehner am 19. Jänner 2011 in Kraft gesetzt.

Kernpunkt der neugestalteten Investitionsförderung ist die „Förderungspyramide“, die eine klare Schnittstelle zum Förderungswesen in den Bundesländern schafft. Projekte unter 100.000 EUR Investitionskosten werden von den Bundesländern gefördert. Der höchstmögliche geförderte ÖHT-Kredit, der bisher in der Regel mit 2 Mio. EUR begrenzt war, liegt nunmehr bei 5 Mio. EUR. Der Anteil der geförderten Finanzierung an Projekten, die beispielsweise die Erhöhung der Bettenkapazität bestehender Beherbergungsbetriebe oder die Schaffung von Zusatzeinrichtungen wie Seminarräume betreffen, ist damit erheblich erhöht worden.



Diese klare Trennung der Zuständigkeiten hilft, Verwaltungskosten zu reduzieren, einfachere Zugänge zu Förderungen herzustellen und Doppelgleisigkeiten zu vermeiden. Die Einführung der Förderungspyramide wurde gut kommuniziert, 2011 wurden bei der ÖHT nur rund 100 Ablehnungsfälle auf-

grund einer Projektgröße unter 100.000 EUR verzeichnet. Die beteiligten Bundesländer unterstützten 2011 insgesamt rund 570 Projekte mit förderbaren Kosten unter 100.000 EUR. Die wirksame Kooperation zwischen Bund und Bundesländern führte zu einem Anstieg des durchschnittlichen Kreditvolumens der Bundesförderungen um 13 % auf 1,67 Mio. EUR. Das durchschnittliche Investitionsvolumen der vom BMWFJ unterstützten Projekte konnte um 7 % auf 2,65 Mio. EUR erhöht werden. Da im Jahr 2011 jedoch noch viele Ansuchen aus dem Vorjahr erledigt wurden, bilden sich die Effekte der Förderungspyramide in der Jahresbilanz 2011 noch nicht im vollen Ausmaß ab.

## TOP-Tourismus-Förderung

Mit dem Angebot der TOP-Tourismus-Förderung soll die Tourismus- und Freizeitwirtschaft dabei unterstützt werden, sich den sich rasch ändernden Rahmenbedingungen – sowohl im Hinblick auf die baulichen Gegebenheiten als auch im Hinblick auf Aspekte der Betriebsführung – laufend anpassen zu können. Dies steht im Einklang mit dem Ziel der Europäischen Union, durch eine verstärkte Förderung der kleinen und mittleren Unternehmen das Beschäftigungsvolumen, die Innovationskraft und die Dynamik der Wirtschaft zu erhöhen.

Zur Umsetzung dieses Ziels kommen in der TOP-Tourismus-Förderung folgende Förderschienen (Teile) zum Einsatz:

- ▶ **Teil A: TOP – Investition**
- ▶ **Teil B: TOP – Jungunternehmer**
- ▶ **Teil C: TOP – Kooperation**
- ▶ **Teil D: TOP – Restrukturierung**

## Teil A: TOP – Investition

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

- ▶ In der TOP-Tourismus-Aktion 2011 wurden insgesamt 101 Ansagen mit einem Kreditvolumen von rund 162 Mio. EUR genehmigt.
- ▶ Zusammen mit ERP-Krediten in Höhe von rund 43,4 Mio. EUR, die sich auf 28 genehmigte Ansagen verteilten, konnten geförderte Finanzierungsmittel in Höhe von rund 205,3 Mio. EUR bereitgestellt werden. Damit wurden Tourismusprojekte mit einem Gesamtinvestitionsvolumen von rund 372,8 Mio. EUR unterstützt.

Die Schwerpunkte im Rahmen der Zuschussförderung lagen bei der Modernisierung, der Betriebsgrößenoptimierung und der Qua-

litätsverbesserung der Betriebe. Lediglich 4,21 % des Investitionsvolumens betraf Infrastrukturprojekte. Diese werden aufgrund ihrer Größe vornehmlich mit ERP- bzw. TOP-Krediten finanziert.

## Teil B: TOP-Jungunternehmer

Ziele der Jungunternehmerförderung sind die Unterstützung der Gründung und Übernahme von Unternehmen, die Stärkung der Innovationskraft, die Sicherung und Schaffung von Beschäftigung sowie die Erleichterung der Kapitalaufbringung.

Bei den 257 erledigten Jungunternehmer-Fällen liegen die Schwerpunkte bei der Modernisierung des Bestandes und den materiellen Investitionen zur Ingangsetzung des Betriebes. Bei den positiv erledigten Fällen wurden insgesamt 994 Arbeitsplätze (1.251 inklusive der Jungunternehmer) geschaffen. Weiters wurden die Neugründer auch mit Haftungen unterstützt, wobei insgesamt 10 Ansagen mit einem Investitionsvolumen von rund 3 Mio. EUR bewilligt wurden.

## Teil C: TOP – Kooperation

Im Zuge der Neuausrichtung der Tourismusförderung wurde ab 2011 die Möglichkeit ge-

### TOP-Tourismus-Kredite (Vorhaben > 1.000.000 EUR)

#### Antragsübersicht 2011

eingereichte Kreditanträge	163
erledigte Anträge gesamt (inkl. Anträge aus Vorjahren)	101

#### Ergebnisübersicht

Gesamtinvestitionskosten der erledigten Fälle	288 Mio. EUR
bewilligtes TOP-Kreditvolumen	162 Mio. EUR
bewilligte Zuschüsse	17,9 Mio. EUR

Q: ÖHT

### TOP-Tourismus-Zuschüsse (Vorhaben < 1.000.000 EUR)

#### Antragsübersicht 2011

eingereichte Anträge	566
erledigte Anträge gesamt (inkl. Anträge aus Vorjahren)	1.170

#### Ergebnisübersicht (Basis: erledigte Anträge lt. Antragsübersicht)

Gesamtinvestitionskosten der erledigten Fälle	417 Mio. EUR
bewilligte Zuschüsse	15,8 Mio. EUR

Q: ÖHT

schaffen, Kooperationen entlang der touristischen Wertschöpfungskette zu unterstützen. Neu ist, dass sich neben Unternehmen der Tourismus- und Freizeitwirtschaft auch andere Branchen an solchen Projekten beteiligen können. Somit werden die Gründung und die Weiterentwicklung von nachhaltigen vertikalen und horizontalen Kooperationen gefördert.

Ein bedeutendstes Ziel der Förderung stellt nach wie vor die Angebots- und Auslastungsverbesserung dar, wobei hier vor allem Marketing-, Vertriebs- und Kommunikationsaktivitäten im Vordergrund stehen. In den Mittelpunkt der Bemühungen rückte auch die Saisonverlängerung bzw. das Bewerben der zweiten Saison und die Ansprache neuer Zielgruppen und Zielmärkte insbesondere in den CEE-Ländern. Weiters wurden Anstrengungen zur Qualitätssicherung und -steigerung, insbesondere bei der Weiterentwick-

lung von bestehenden Kooperationen, durch Einführung von Qualitätssicherungsmodellen, intensiviert.

2011 wurden 15 Anträge im Rahmen dieser Förderaktion eingereicht und nach entsprechender Koordinierung mit den Ländern konnten im Rahmen der TOP-Kooperationsförderung 10 Anträge mit Förderzuschüssen i.H.v. rund 496.000 EUR positiv erledigt werden.

In Summe konnten dabei rund 25.300 Betten zusammengeschlossen werden, was in etwa 4,51 % der in Österreich gewerblich angebotenen Betten entspricht.

#### Teil D: TOP – Restrukturierung

Die Restrukturierungsförderung umfasst Maßnahmen zur Verbesserung der wirtschaftlichen Stabilität und Finanzstruktur von Unternehmen der Hotellerie und Gastronomie.

#### Unternehmensneugründungen und -übernahmen

##### Antragsübersicht 2011

eingereichte Anträge	184
erledigte Anträge (inkl. Anträge aus Vorjahren)	257
<b>Ergebnisübersicht (Basis: erledigte Anträge)</b>	
Gesamtkosten (materielle und immaterielle Kosten)	47,6 Mio. EUR
davon förderbare materielle Kosten	39,8 Mio. EUR
davon Zuschuss im Rahmen Tell A TOP-Zuschuss-Aktion (für materielle Kosten)	1,95 Mio. EUR
davon förderbare immaterielle Kosten	0,88 Mio. EUR
davon Zuschuss im Rahmen Unternehmensneugründungen und -übernahmen (für immat. Kosten)	0,22 Mio. EUR
geschaffene Arbeitsplätze	994
Q: ÖHT	

#### TOP-Restrukturierungsmaßnahmen

##### Antragsübersicht 2011

eingereichte Anträge	20
positiv erledigte Anträge (inkl. Anträge aus den Vorjahren)	10
aktuell verhandelte Anträge (inkl. Anträge aus den Vorjahren)	20
Bilanzsumme der eingereichten Anträge	55,4 Mio. EUR
Gesamtumsatz der eingereichten Anträge	14,0 Mio. EUR
Gesamtverbindlichkeiten der eingereichten Anträge	67,8 Mio. EUR
<b>Ergebnisübersicht 2011</b>	
erzielter Schuldennachlass gesamt	8,4 Mio. EUR
Zufuhr von Eigenkapital	2,5 Mio. EUR
Langzeittdarlehen mit Zinsstützung aus der Restrukturierungsaktion	4,4 Mio. EUR
ausbezahlte Zuschüsse 2011	0,5 Mio. EUR
Q: ÖHT	

Die Unterstützung ist grundsätzlich in dreifacher Form vorgesehen:

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

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

Jene Betriebe, die 2011 in der TOP-Restrukturierungsaktion angesucht haben, erzielten im abgelaufenen Bilanzjahr Umsätze von rund 24 Mio. EUR und beschäftigten 409 Mitarbeiter. Die Verschuldung dieser Unternehmen betrug insgesamt rund

67,8 Mio. EUR und somit durchschnittlich etwa das 2,8-fache ihres Jahresumsatzes. Durch die Verhandlungen der ÖHT gelang es, im Rahmen der umgesetzten 10 Sanierungskonzepte bei den finanziierenden Hausbanken Forderungsverzichte über insgesamt 5,4 Mio. EUR zu erzielen. Diese Verhandlungen erstrecken sich üblicherweise über einen längeren Zeitraum, da die Zustimmung aller beteiligten Gläubiger erlangt werden muss. Zusätzlich wurde Eigenkapital in Höhe von 2,5 Mio. EUR seitens der Unternehmerfamilien zugeführt. Die Eigenkapitalbasis der Betriebe wurde somit um rund 8,4 Mio. EUR verbessert. Bei den Restverbindlichkeiten gelang es in der Regel, die Verzinsung auf eine unter dem ursprünglich vereinbarten Zinssatz liegende Kondition abzusenken. Richtliniengemäß wurden Teile der Restverbindlichkeiten für Zinsstützungen im Rahmen der Restrukturierungsaktion vorgeschlagen.

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

Die Zielsetzungen der Haftungs-Richtlinie entsprechen im Wesentlichen jenen der TOP-Tourismus-Förderung. Richtliniengemäß

<b>Übernahme von Haftungen für Tourismus- und Freizeitbetriebe</b>	
<b>Antragsübersicht 2011</b>	
Zahl der Anträge	68
Antragsvolumen	56 Mio. EUR
<b>Ergebnisübersicht (Basis: erledigte Anträge)</b>	
positive Erledigungen	32
genehmigtes Volumen	14,4 Mio. EUR
besichertes Investitionsvolumen	28,9 Mio. EUR
Beschäftigte in Betrieben, die eine Haftung erhielten	438
	Q: ÖHT

<b>ERP-Kredite</b>	
<b>Antragsübersicht 2011</b>	
eingereichte Kreditanträge	163
erledigte Anträge gesamt (inkl. Anträge aus Vorjahren)	28
<b>Ergebnisübersicht</b>	
Gesamtinvestitionskosten der erledigten Fälle	84,8 Mio. EUR
bewilligtes ERP-Kreditvolumen	43,4 Mio. EUR
	Q: ÖHT

können Haftungen zur Finanzierung von Investitionen, auch im Zusammenhang mit der Gründung und Übernahme von Unternehmen, übernommen werden. Weiters besteht die Möglichkeit einer Haftungsübernahme für ERP-Kleinkredite.

Die Haftungen wurden 2011 überwiegend für die Finanzierung von Investitionen, vor allem für Qualitätsverbesserungen, Neugründungen und Betriebsgrößenoptimierungen, herangezogen.

Im Jahr 2011 wurden insgesamt 32 Fälle mit einem Haftungsvolumen von rund 14,4 Mio. EUR bewilligt und ein Investitionsvolumen in Höhe von rund 28,9 Mio. EUR unterstützt.

### **ERP-Kredite für die Tourismuswirtschaft**

Im Jahr 2011 wurden von der ERP-Fachkommission für Kredite auf dem Agrar- und Tourismussektor, Sektor Tourismus, insgesamt rund 43,4 Mio. EUR ERP-Kreditmittel für 28 Projekte vergeben.

Mit der Kreditvergabe wurden sehr ähnliche Ziele wie in der TOP-Tourismus-Förderung (Verbesserung der Angebotsqualität und der Wettbewerbsfähigkeit, Unterstützung des Aktiv- und Erlebnisurlaubs, touristische Entwicklung benachteiligter Regionen) verfolgt. Zusammen mit TOP-Mitteln in Höhe von rund 162 Mio. EUR, die sich auf 101 genehmigte Ansuchen verteilten, konnten geförderte Finanzierungsmittel in Höhe von rund 205,3 Mio. EUR bereitgestellt werden. Damit wurden Tourismusprojekte mit einem Gesamtinvestitionsvolumen von rund 372,8 Mio. EUR unterstützt.

### **ERP-Kleinkredite für die Tourismuswirtschaft**

Im Jahr 2009 und 2010 wurden zur Unterstützung von Klein- und Kleinstunternehmen der Tourismus- und Freizeitwirtschaft zinsgünstige ERP-Kleinkredite als ergänzendes Instrument zur Entschärfung der durch die Kreditkrise hervorgerufenen Liquiditätsprobleme sowie zur Konjunkturbelebung vergeben. Das Ziel war die Förderung einer Erweiterung und Modernisierung von Unternehmen sowie der Aufbau neuer oder substanzialer Erweiterungen bestehender Dienstleistungen und Geschäftsfelder. Als zusätzliches Förderinstrument wurden hierfür auch Haftungen in Höhe von bis zu 80 % des ERP-Kleinkredites bereitgestellt. Auch im Jahr 2011 stand dieses Fördermodell zur Verfügung.

### **Leuchtturmpunkte**

Anlässlich der Tourismuskonferenz 2011 in Linz wurde die Aufbringung einer „Bund-Länder-Innovationsmillion“ für Leuchtturmpunkte im Tourismus beschlossen. Damit setzen das BMWFJ und die acht an der Aktion beteiligten Länder in den Jahren 2011 bis 2013 gezielte Innovationsanreize für die Branche. Die neue Förderinitiative richtet sich an Kooperationen aus Unternehmen der Tourismus- und Freizeitwirtschaft, aber auch mit ihnen zusammenarbeitende andere Unternehmen und Organisationen. Eingereicht werden können Vorhaben, die die Konzeption, Entwicklung und Umsetzung kreativer und buchungsrelevanter innovativer Angebote durch überbetriebliche Kooperationen entlang der touristischen Wertschöpfungskette.

### **ERP-Kleinkredite**

#### **Antragsübersicht 2011**

eingereichte Anträge	166
----------------------	-----

erledigte Anträge gesamt	144
--------------------------	-----

#### **Ergebnisübersicht**

Gesamtinvestitionskosten der erledigten Fälle	7,9 Mio. EUR
---	--------------

bewilligtes ERP-Kleinkreditvolumen	7,1 Mio. EUR
------------------------------------	--------------

Q: ÖHT

ketten in österreichischen Tourismusdestinationen zum Inhalt haben.

Einreichungen für das Jahr 2011 waren bis zum 30. September 2011 bei den Tourismusförderstellen der teilnehmenden Bundesländer möglich. Mehrheitlich tragen die eingereichten Projekte durch Schaffung lückenloser Dienstleistungsketten und Vernetzung von Kooperationspartnern zur Attraktivierung von Destinationen bei.

Eine Fachjury – Dr. Petra Stolba (ÖW), Ass.-Prof. Dr. Birgit Pikkemaat (IFIT), Prof. (FH) Mag. Christian Maurer (FH Krems) – wählte am 25. Oktober 2011 sechs der insgesamt 23 eingereichten Projekte aus, die aufgrund ihres stimmigen Innovationskonzeptes überzeugten:

- ▶ „Wanderdestination Information & Vermarktung Bad Kleinkirchheim“ der Bad Kleinkirchheimer Tourismus Marketing GmbH (Kärnten)
- ▶ „Dirndltaler Kreativwerkstatt“ der ARGE Dirndltaler Kreativwerkstatt (Niederösterreich)
- ▶ „Culinary Art Tourism Project“ des Vereins Hotspots – Die Linzer Gastronomie und Hotellerie (Oberösterreich)
- ▶ „Ganzjahresdestination Hohe Tauern Health“ der ARGE Ganzjahresdestination Hohe Tauern Health (Salzburg)
- ▶ „CRM Zillertal“ der ARGE CRM Zillertal (Tirol)
- ▶ „Touristische Inwertsetzung der Gestaltungskompetenz der Region Bregenzerwald“ der ARGE Handwerk-Architektur-Tourismus Bregenzerwald (Vorarlberg)

## **Förderungen und Förderungseffekte ÖHT – Zusammenfassung**

Folgende Zahlen skizzieren das Jahr 2011 im Bereich der Tourismus- und Freizeitwirtschaft:

- ▶ 1.774 Förderungsfälle mit einem bundeseitigen Förderbarwert von rund 40,4 Mio. EUR wurden positiv erledigt. Bei mehr als 99 % der Förderungsempfänger handelt es sich um KMUs.

- ▶ 257 Jungunternehmer konnten unterstützt werden. Weitere 31 Neuprojekte wurden im Rahmen der ERP-Kleinkredit-Aktion gefördert. Im Rahmen dieser Projekte wurden Investitionen im Umfang von insgesamt rund 49,2 Mio. EUR umgesetzt.
- ▶ Das gesamte geförderte Investitionsvolumen beläuft sich auf rund 880,4 Mio. EUR.
- ▶ Hotelunternehmen mit rund 116.000 Betten wurden im Hard- bzw. Software-Bereich qualitativ verbessert. Das sind mehr als 20 % des gesamten gewerblichen Bettenangebotes Österreichs.
- ▶ Alle unterstützten Unternehmen werden nach Durchführung der geplanten Maßnahmen etwa rund 2,825 Mrd. EUR an Umsatz erzielen und rund 37.300 Mitarbeiter beschäftigen. Sie werden damit rund 19 % der Arbeitnehmer des Bergungs- und Gaststättenwesens anstellen.<sup>1</sup>
- ▶ Der Mitteleinsatz auf Bundesebene betrug (als Bruttosubventionsäquivalent) rund 40,4 Mio. EUR oder rund 0,27 % der direkten Wertschöpfung des Tourismus (lt. TSA, Prognose für 2009).<sup>2</sup>

Weitere Informationen zu den 2011 durchgeführten Förderungsmaßnahmen finden sich auf der Homepage der ÖHT unter [www.oeh.at](http://www.oeh.at).

## **Tourismusförderungen des Wirtschaftsministeriums**

Durch das BMWFJ direkt gefördert werden touristische Vorhaben, an deren Durchführung ein öffentliches Interesse besteht, die einen Beitrag zum wirtschaftlichen Fortschritt leisten und über den Interessensbereich eines einzelnen Bundeslandes hinausgehen. Der Budgetmitteleinsatz im Jahr 2011 betrug rund 3,1 Mio. EUR.

<sup>1</sup> Tourismus in Zahlen, WKO, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft, 47. Ausgabe, März 2011, S.14

<sup>2</sup> Tourismus in Zahlen, WKO, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft, 47. Ausgabe, März 2011, S.56

Das BMWFJ unterstützte damit Projektträger bzw. Projekte wie den Bundesverband des Österreichischen Bergrettungsdienstes, den Bundesverband für Urlaub am Bauernhof in Österreich sowie die WGD Tourismus GmbH (Werbegemeinschaft Donau).

## Förderung der alpinen Infrastruktur

Das BMWFJ unterstützt bereits seit 1981 die Erhaltung von alpinen Schutzhütten und Wegen, die von den im Verband alpiner Vereine Österreichs (VAVÖ) zusammengeschlossenen Vereinen (z.B. Österr. Alpenverein, Naturfreunde Österreich, Österr. Touristenklub) mit rund 577.000 Mitgliedern betreut werden. Eine 2010 vom Institut für Sportökonomie durchgeführte Evaluierung bestätigt, dass die mit der Förderung verbundenen Investitionen österreichweit Wertschöpfungseffekte generieren sowie dezentral Arbeitsplätze in alpinen Regionen erhalten und schaffen.

Die 12 Mitgliedsvereine des VAVÖ betreuen 475 Schutzhütten mit fast 25.000 Schlafplätzen sowie 50.000 km Wege und Steige. Jährlich gibt es etwa eine Million Übernachtungen auf den betreuten Schutzhütten, die von rund 3 Mio. Personen im Jahr besucht werden. Die Erhaltungskosten des Hüttennetzes betragen jährlich rund 12 Mio. EUR. Das BMWFJ verfolgt mit dem Programm zur „Förderung der alpinen Infrastruktur“ das in der Tourismusstrategie des Bundes festgehaltene Ziel der Erhaltung und Weiterentwicklung der alpinen Infrastruktur und setzt damit Vorgaben aus dem Regierungsprogramm der XXIV. Regierungsperiode (Tourismus – Weiterführung des alpinen Schutzhüttenprogramms) um.

Im Rahmen der Tourismuskonferenz in Linz wurde mit dem VAVÖ eine Rahmenvereinbarung für die Jahre 2011-2013 abgeschlossen, die auf die tourismuspolitische Bedeutung der alpinen Infrastruktur hinweist und als Förderungsziele den Erhalt und die qualitative Weiterentwicklung der alpinen Infrastruktur nennt. In Zusammenarbeit mit den

österreichischen alpinen Vereinen wurden die Schwerpunktsetzungen für die nächsten Jahre, wie die Qualitätsverbesserung und Substanzerhaltung oder die weitere Ökologisierung von Schutzhütten, definiert. Besonderes Augenmerk soll auch auf Knowhow-Transfer im Schutzhüttenbau und die Unterstützung von Innovationen gelegt werden. Der eingeschlagene Weg zur Sicherung der österreichischen alpinen Schutzhütten und Wege wird durch die Entschließung des Nationalrates Nr. 169/E vom 15. Juni 2011 betreffend „die touristische Bedeutung der alpinen Infrastruktur“ bestätigt und unterstützt. Der von allen Parlamentsparteien einstimmig angenommene Entschließungsantrag lautet: „*Die Bundesregierung und insbesondere der Bundesminister für Wirtschaft, Familie und Jugend werden aufgefordert, der großen Bedeutung der alpinen Schutzhütten und Wege sowie der damit verbundenen Leistungen der alpinen Vereine für den österreichischen Tourismus weiterhin Rechnung zu tragen und entsprechende planbare Rahmenbedingungen für die bedarfsgerechte Förderung der Erhaltung und Weiterentwicklung dieser Basis-Infrastruktur sicher zu stellen. Das oberste Ziel ist dabei die Forcierung einer ökologisch verträglichen alpinen Infrastruktur als wichtige Ressource für den Tourismus.*“

Die Umsetzung des Entschließungsantrags ist auf Basis der neuen Rahmenvereinbarung gut durchführbar.

Die maximale Höhe der jährlichen Förderung wird vom BMWFJ nach Maßgabe der im jeweiligen Bundesfinanzgesetz bereitgestellten Mittel festgesetzt und mit dem VAVÖ in einem jährlich abzuschließenden Förderungsvertrag vereinbart. Im Jahr 2010 wurden aus Mitteln des BMWFJ (2,25 Mio. EUR) 73 Objekte gefördert, die geförderten Gesamtinvestitionskosten betrugen rund 6 Mio. EUR. Im Jahr 2011 betrug die Förderung des BMWFJ 2 Mio. EUR, damit wurden 49 Schutzhütten unterstützt.

Weitere Aktivitäten des VAVÖ im Jahr 2011 waren die Herausgabe einer Broschüre zum

Thema „Rechtliche Probleme der Wegebetreuung durch alpine Vereine“, in der unter anderem Haftungsfragen und Nutzungskonflikte thematisiert werden. Die seit Jahren stattfindenden Seminare zur Ausbildung von Wanderführern wurden 2011 auf Initiative der OÖ Touristik und im Auftrag des Österreichischen Integrationsfonds um ein Wanderführerseminar für 17 Migranten ergänzt. Ziel dieser Aktion ist es, dass bereits länger in Österreich lebende Migranten anderen Zuwanderern die neue Heimat zeigen und so sprachliche und kulturelle Barrieren und Ängste von Migrantinnen und Migranten umgehen werden können.

### **Wegehandbuch**

Die Alpenvereine haben auf Basis des mit allen großen Vereinen abgestimmten und 2010 beschlossenen neuen Wegekonzepts im Jahr 2011 ein Handbuch für Wegewarte zum Bau und Erhaltung der alpinen Wege herausgegeben. Es enthält verpflichtende und empfohlene Kriterien für diese Tätigkeit. Neben den handwerklichen Tipps gibt es auch ein Kapitel über die mit dem Wegebau in Zusammenhang stehenden Rechtsfragen. Die Entwicklung und Herstellung dieser Arbeitsmappe wurde wesentlich vom BMWFJ gefördert und wird allen alpinen Vereinen und interessierten Tourismusgemeinden zur Verfügung gestellt.

### **Leitfaden für Umweltgerechte Hüttentechnik**

Im Zuge des Projektes „Integrale Evaluierung der Ver- und Entsorgungsprojekte von Schutzhütten“ wurden insgesamt 100 Hütten im Ostalpenraum untersucht und auf die Funktionalität und Effektivität der vorhandenen Energie- und Trinkwasserversorgungsanlagen, sowie der Abwasserbehandlung und der Müllentsorgung geprüft. Die Erkenntnisse aus dem mehrjährigen Projekt wurden zu einem Leitfaden für Hüttenbetreiber zusammengefasst und als kompaktes Buch gemeinsam von DAV und OeAV

herausgegeben. Ziel der Publikation ist es, unnötige Kosten durch Fehlentscheidungen und Fehlplanungen zu vermeiden.

### **Projekt AWIS-GIP**

Das BMWFJ begleitet seit mehreren Jahren die Initiative „Alpines Wegeinformationsystem (AWIS)“, die zwei Zielsetzungen verfolgt: die Schaffung einer zeitgemäßen Grundlage für eine österreichweite digitale Wegeinformation (Navigation, Routing, etc.) und damit Sicherheit und Komfort für den österreichischen Wandergast sowie die Etablierung eines Wegeverwaltungssystems zur Erhaltung und Sicherung des österreichischen Wander- und Bergwegenetzes.

Die Implementierung dieses Informationssystems soll in der Graphenintegrationsplattform (GIP), einem einheitlichen digitalen Verkehrsgraph von Bund und Ländern, im Rahmen des Projekts „AWIS.GIP“ erfolgen.

2011 wurde der GIP.AWIS-Web Client, die Software für die digitale Erfassung der Wege Daten, im Auftrag der alpinen Vereine und gefördert vom BMWFJ programmiert, der ab 2012 auch den Wegehaltern im Wirkungsbereich der Länder zur Verfügung stehen wird. D.h. insbesondere örtliche und regionale Tourismusverbände werden damit die von ihnen betreuten Wanderwege standardisiert erfassen sowie verwalten und das gesamte dargestellte Wanderwegenetz für ihre Zwecke nutzen können.

### **EU-Förderprogramme mit Kofinanzierung durch das BMWFJ**

Wie bereits in den Vorperioden setzt das BMWFJ auch in der EU-Programmperiode 2007–2013 Tourismus-Förderungsmittel für die nationale Kofinanzierung von europäischen Projekten mit besonderer touristischer Bedeutung ein.

Im Bereich der EU-kofinanzierten Förderungen werden vor allem nicht betriebliche Projekte mit nachhaltigen, überregionalen Wirkungen, die Vorbildcharakter aufweisen

und Synergien im touristischen Bereich erzeugen, unterstützt. Der Budgetmitteleinsatz 2011 im Bereich EU-Kofinanzierungen betrug insgesamt rund 0,6 Mio. EUR.

### **Europäischer Fonds für regionale Entwicklung (EFRE)**

Im Rahmen der EU-Regionalpolitik werden Projektvorhaben in den Zielen „Konvergenz“, „Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung“ sowie „Europäische Territoriale Zusammenarbeit“ unterstützt. Als EU-Finanzierungsinstrument steht der „Europäische Fonds für regionale Entwicklung“ (EFRE) zur Verfügung.

### **Ziel „Konvergenz“ – Phasing Out Burgenland 2007-2013 (EFRE)**

Im Jahr 2011 konnten im Rahmen des Operationellen Programms „Phasing Out Burgenland 2007-2013 (EFRE)“ zwei Projekte mit einer Kofinanzierung aus Tourismus-Förderungsmitteln des BMWFJ von 60.000 EUR bewilligt und damit EU-Mittel in Höhe von rund 0,5 Mio. EUR ausgelöst werden.

### **Ziel „Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung“**

In allen Bundesländern (außer Burgenland) bestehen operationelle Programme zum Ziel „Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung“, touristische Maßnahmen sind dabei – mit Ausnahme von Wien und Oberösterreich – förderbar. Tourismus-Förderungsmittel des BMWFJ werden in den Bereichen Innovation und wissensbasierte Wirtschaft vor allem für betriebliche Investitionen in Verbindung mit der TOP-Tourismus-Förderung durch die ÖHT eingesetzt.

Im Jahr 2011 war die EFRE-Mittelbindung in einzelnen Programmen bereits weit fortgeschritten. Im Rahmen von EU-kofinanzierten Projekten wurden zwei Ansuchen in der TOP-Zuschussaktion (Zuschussvolumen rund 83.000 EUR seitens des BMWFJ) sowie 5 ERP-Kredite (Kreditvolumen 8,8 Mio. EUR)

vergeben. Insgesamt wurden mit diesen bundesweit unterstützten Projekten rund 3,3 Mio. EUR an EFRE-Mittel ausgelöst.

### **Ziel „Europäische Territoriale Zusammenarbeit“ – grenzüberschreitende Zusammenarbeit („INTERREG IVA“) und transnationale Zusammenarbeit („INTERREG IVB“)**

Österreich ist an sieben grenzüberschreitenden Programmen (Deutschland/Bayern-Österreich, Alpenrhein-Bodensee-Hochrhein, Österreich-Italien, Österreich-Slowenien, Österreich-Ungarn, Österreich-Slowakische Republik und Österreich-Tschechische Republik) und an den transnationalen Programmen ALPINE SPACE, CENTRAL EUROPE und SOUTH-EAST EUROPE beteiligt.

Im Jahr 2011 konnten zwei grenzüberschreitende Projekte mit einer Kofinanzierung aus Tourismus-Förderungsmitteln des BMWFJ in Höhe von 73.530 EUR bewilligt und damit EU-Mittel in Höhe von rund 0,8 Mio. EUR ausgelöst werden.

### **Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER)**

Eine weitere, vom BMWFJ kofinanzierte Förderungsschiene besteht im Rahmen der europäischen Politik zur „Entwicklung des ländlichen Raumes“, die aus dem Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER) gespeist wird.

In Österreich erfolgt die Umsetzung über das Österreichische Programm für die Entwicklung des ländlichen Raumes 2007-2013 (Programm LE07-13), fondskorrespondierendes Ressort ist das BMLFUW.

Im Rahmen des Schwerpunktes 3 („Lebensqualität im ländlichen Raum und Diversifizierung der ländlichen Wirtschaft“) und der Umsetzung des Leader-Konzeptes können touristische Projekte vom BMWFJ gefördert werden.

Tourismus-Förderungsmittel sollen (vorwiegend über LEADER-Projekte) z. B. in den

Bereichen Kulturtourismus, Wander-, Rad-, Themen- und Pilgerwege, Gesundheits-Tourismus, nachhaltiger Tourismus, Regions- und Marketingmaßnahmen, Kooperationen und Vernetzungen im Tourismus sowie zum Aufbau sektorübergreifender Kooperationen von Landwirtschaft, Lebensmittelgewerbe und Tourismus zum Einsatz kommen.

Im Jahr 2011 konnten 14 Projekte mit rund 0,8 Mio. EUR BMWFJ-Mittel bewilligt und damit EU-Mittel in Höhe von rund 1 Mio. EUR ausgelöst werden.



# **Wirtschaftliche Lage der Betriebe**

## Die wirtschaftliche Lage der Hotellerie

### Die Entwicklung der Einnahmen

Die durchschnittlichen Einnahmen<sup>1</sup> pro Unternehmen in der 3-Sterne-Kategorie, die bei rund 0,7 Mio. EUR p.a. im Bilanzjahr 2010 liegen, sind im Vergleich zum Vorjahr kaum gestiegen. Bei den Unternehmen der 5/4-Sterne-Kategorie konnte mit durchschnittlichen Einnahmen von knapp 2 Mio. EUR das Niveau des Vorjahres beträchtlich übertroffen werden.

Nachstehende Darstellung der Auslastung nach Vollbelegstagen (VBT) beruht auf den Erhebungen der WKÖ<sup>2</sup> und zeigt ein weitgehend unverändertes Bild im Zeitablauf. Während die Unternehmen der 5/4-Sterne-Kategorie ihre Auslastung im Zeitablauf von 153 VBT im Jahre 1997 auf zuletzt 185 VBT (2010) verbessern konnten, die 3-Sterne-Betriebe von 103 auf 129 VBT zulegten, konnten die Betriebe der 1/2-Sterne-Kategorie

lediglich eine Steigerung von 70 auf 92 VBT erzielen. Eine wirtschaftliche Betriebsführung ist bei dieser Auslastung nicht möglich.

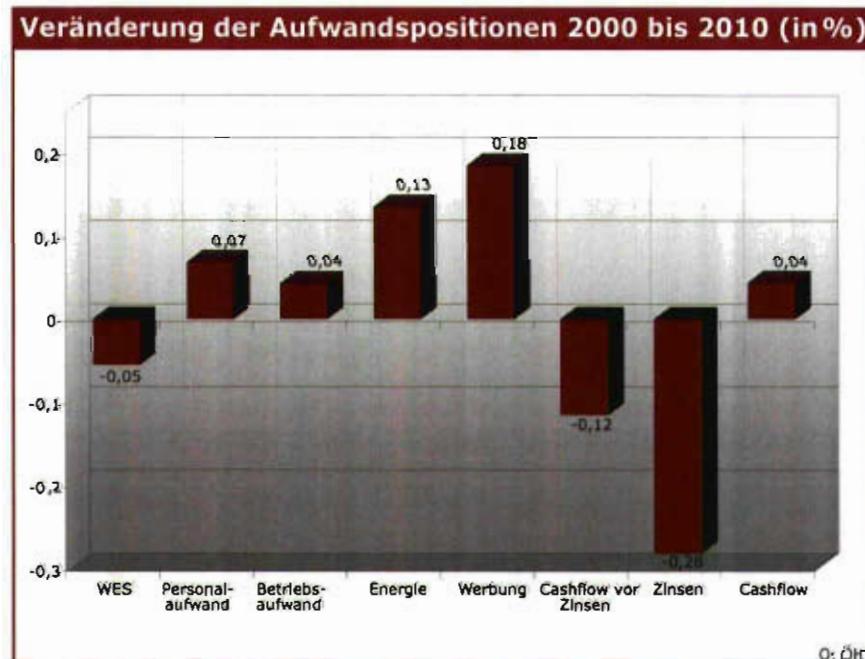
Die schon seit langem bestehende Kluft zwischen Unternehmen der unteren Qualitätsklassen mit unterdurchschnittlichen Betriebsgrößen und Unternehmen der oberen Kategorien mit wirtschaftlichen Betriebsgrößen ist deutlich, hat sich im Zeitablauf nicht wesentlich verändert. Dies zeigt sich auch in der Entwicklung der Anzahl der Unternehmen der einzelnen Kategorien. Es ist eine Steigerung der Anzahl der Unternehmen der oberen Qualitätsklassen, eine leicht fallende Entwicklung bei den Unternehmen der 3-Sterne-Kategorie und ein Rückgang der Anzahl der Unternehmen minderer Qualität zu verzeichnen.

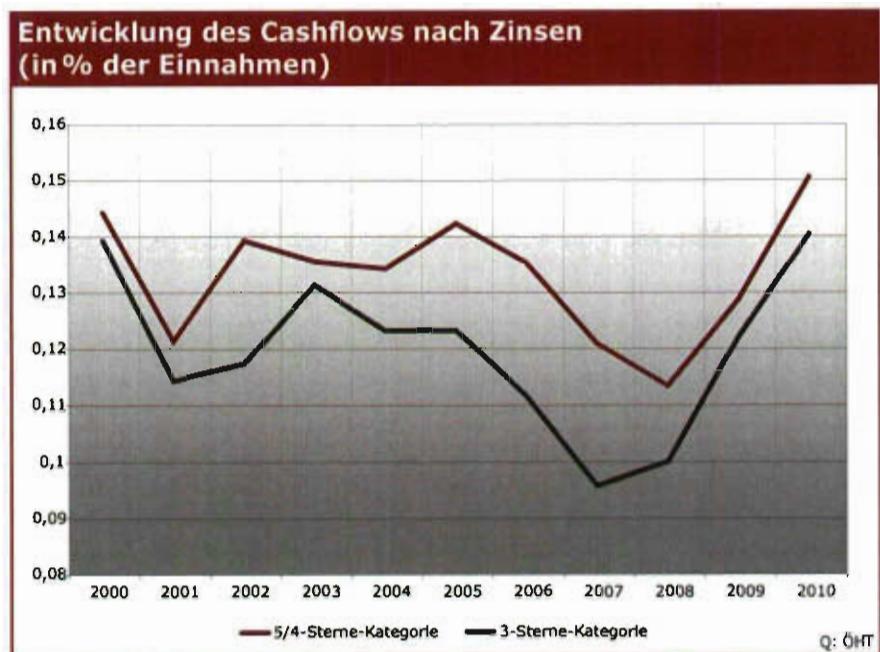
Sowohl die Entwicklung der Auslastung als auch die Entwicklung der Anzahl der Unternehmen in den einzelnen Kategorien präsentieren Österreich als Qualitätstourismusland. Der Trend hin zu qualitativ hochwertigem Angebot setzt sich fort. Unternehmen mit einem hochwertigen Angebot können aufgrund der höheren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

Eine Anpassung der Preise an und z. T. auch über die Inflationsrate war in der 5/4-Ster-

<sup>1</sup> Sämtliche wirtschaftlichen Informationen beruhen - soweit nicht anders angegeben - auf Auswertungen der Bilanz- und Erfolgsdaten 2010 der Kreditnehmer der ÖHT. Diese stellen eine Teilmenge der Grundgesamtheit der österreichischen Hotellerie dar. Daher sind Abweichungen zu Datenmaterial, das aus anderen Quellen stammt, möglich.

<sup>2</sup> Tourismus In Zahlen, WKÖ, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft, 47. Ausgabe, April 2011



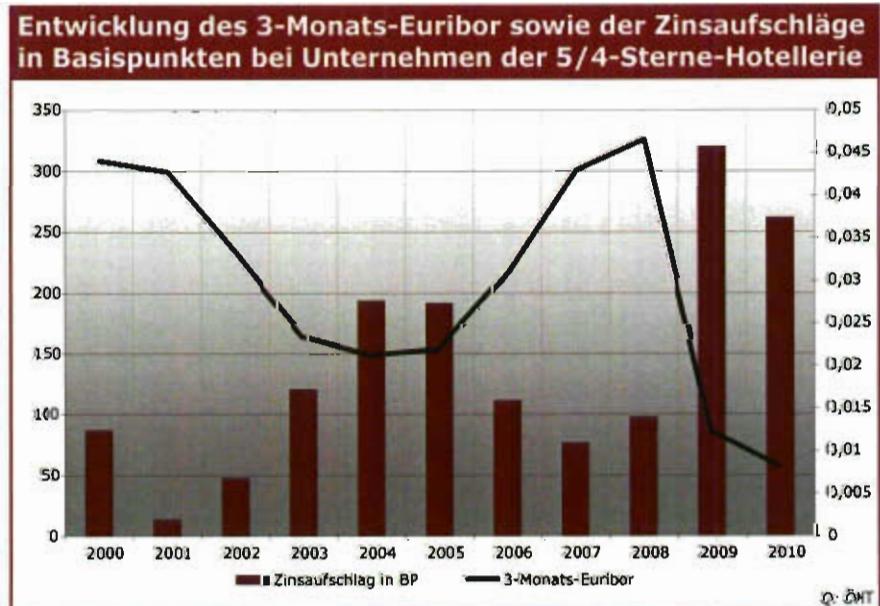


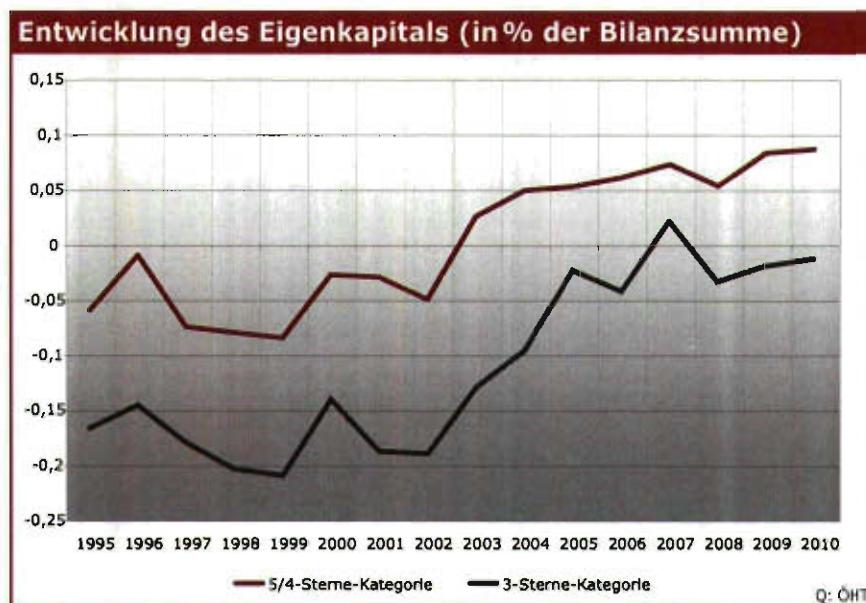
ne-Kategorie möglich, bei den 3-Sterne-Betrieben blieben die Preise in Relation zum letzten Jahr unverändert und im längerfristigen Vergleich unter der Inflationsrate. In der langfristigen Entwicklung steigen die operativen Ausgaben stärker als die Einnahmen, sodass das operative Ergebnis (GOP – Gross Operating Profit) bei allen Qualitätsklassen leicht zurückging.

### Die Entwicklung des Cashflows

Der Cashflow (nach Zinsen) zeigt sowohl im Bereich der 3-Sterne- als auch 5/4-Sterne-Kategorie im letzten Jahr eine Steigerung.

Diese Verbesserung ist aber nicht auf bessere wirtschaftliche Verhältnisse, sondern auf die in den vergangenen Jahren ungewöhnlich niedrigen Zinsen zurückzuführen. Aufgrund vermehrter nationaler und internationaler Konkurrenzierung konnten die verrechneten Preise nicht der Inflationsrate angepasst werden. Darüber hinaus haben sich einige Aufwandspositionen (z. B. Werbung, Energie) weit überdurchschnittlich verteuert. Diese Veränderungen hatten zur Folge, dass der Cashflow vor Zinsen (GOP) langfristig zurückging. Diese Entwicklung hat letztendlich negative Auswirkungen auf





Eigenkapitalbildung und Entschuldungsdauer.

### Die Entwicklung der Zinsen

Schon vor einigen Jahren haben die Banken begonnen, die Konditionengestaltung unter Berücksichtigung der Erfordernisse von Basel II umzustellen, Risiken, Sicherheiten sowie die notwendige Eigenkapitalunterlegung präziser als früher zu berechnen und in die Zinskondition einzukalkulieren. Diese Vorgangsweise hat sich in einer deutlichen Spreizung der Aufschläge auf die jeweiligen Zinsparameter je nach Bonitäts- und Risikoklassen geäußert.

Zur Konjunkturstimulation wurden im Euroraum die Zinsen bewusst niedrig gehalten. Das hat die Zinsbelastung für die Unternehmen deutlich reduziert und so konnte trotz rückläufiger operativer Ergebnisse eine weitgehend stabile wirtschaftliche Lage erreicht werden.

Allerdings haben die Kreditinstitute in den Zeiten der Wirtschaftskrise im Zusammenhang mit der Verteuerung der langfristigen Ausleihungen am Kapitalmarkt die Aufschläge erhöht, die damit die Bemühungen der EZB um ein niedriges Zinsniveau unterlaufen haben.

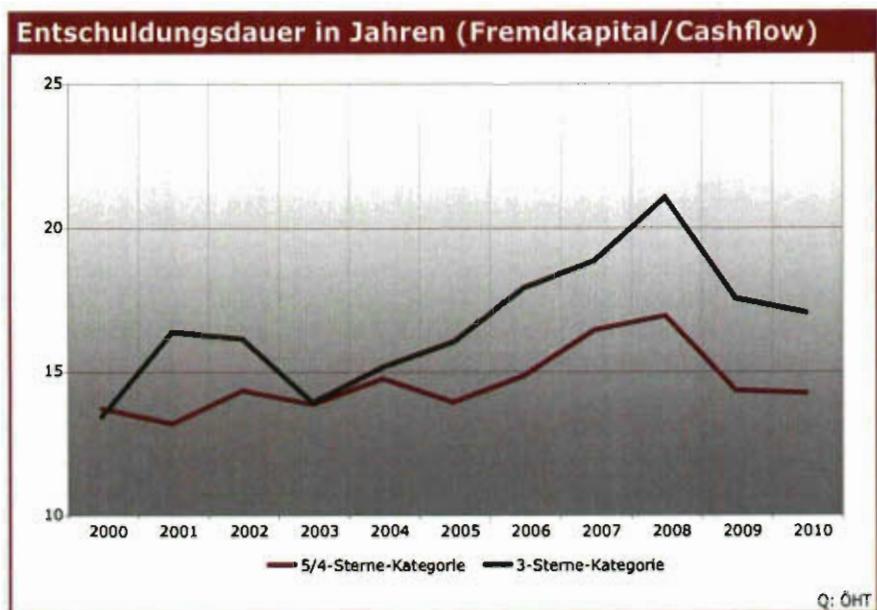
Wesentliche Treiber für diese Entwicklung waren:

- ▶ der Zwang der Kreditinstitute im Zusammenhang mit den neuen Bankenregulativen mehr Eigenkapital und weitere Ratios wie Liquidität und Leverage-Ratio darstellen zu können,
- ▶ die Notwendigkeit die Stabilitätsabgabe in die Zinsen einzukalkulieren,
- ▶ für befürchtete Kreditausfälle vorzusorgen und
- ▶ die Entwicklung der sogenannten Liquiditätsaufschläge für langfristige Finanzierungen am Kapitalmarkt verbunden mit den ungelösten Problemen im Euroraum.

### Die wirtschaftliche Stabilität der Hotellerie

In der Hotellerie hat sich in den letzten Jahren eine Verbesserung der Eigenkapitalsituation ergeben, die allerdings über weite Strecken auf eine Neubewertung der Aktiva zurückzuführen ist. Heute können die Unternehmen der 5/4-Sterne-Kategorie ein positives Eigenkapital von 8,6 % vorweisen (sie sind damit erstmals in der Lage, die gesetzliche Vorgabe von 8 % zu erfüllen), während die Unternehmen der 3-Sterne-Kategorie ein nach wie vor negatives Eigenkapital von minus 1,3 % verzeichnen müssen.

Betrachtet man die dynamischen Kennzahlen zur Verschuldung – das Fremdkapi-



tal wird zu Stromgrößen wie Umsatz oder Cashflow in Beziehung gesetzt – so ist zu erkennen, dass die zunehmende Anspannung sich in einer Zunahme der Entschuldungsdauer niederschlägt. Trotz der Verbesserung der Eigenkapitalausstattung in den vergangenen Jahren hat die Erosion der Erträge den finanziellen Spielraum der Unternehmen eingeengt.

Am prägnantesten von allen Kennzahlen beschreibt das Verhältnis von „Fremdkapital zu Cashflow“ das Ausmaß vorhandener Verschuldung. Diese Kennzahl wird auch als „dynamischer Verschuldungsgrad“ oder „fiktive Fremdkapitalrückzahlungsdauer“ bezeichnet, da das Ergebnis auch als jene Zeitspanne interpretiert werden kann, die erforderlich ist, um das gesamte Fremdkapital aus dem Cashflow zurückzuführen. Derzeit können mehr als die Hälfte der Unternehmen die vom Unternehmens-Reorganisations-Gesetz (URG) geforderte Grenze einer Entschuldung innerhalb von maximal 15 Jahren nicht einhalten. Dies bedeutet, dass sich eine Vielzahl von Unternehmen der Tourismuswirtschaft in einer wirtschaftlich sehr angespannten Situation befindet.

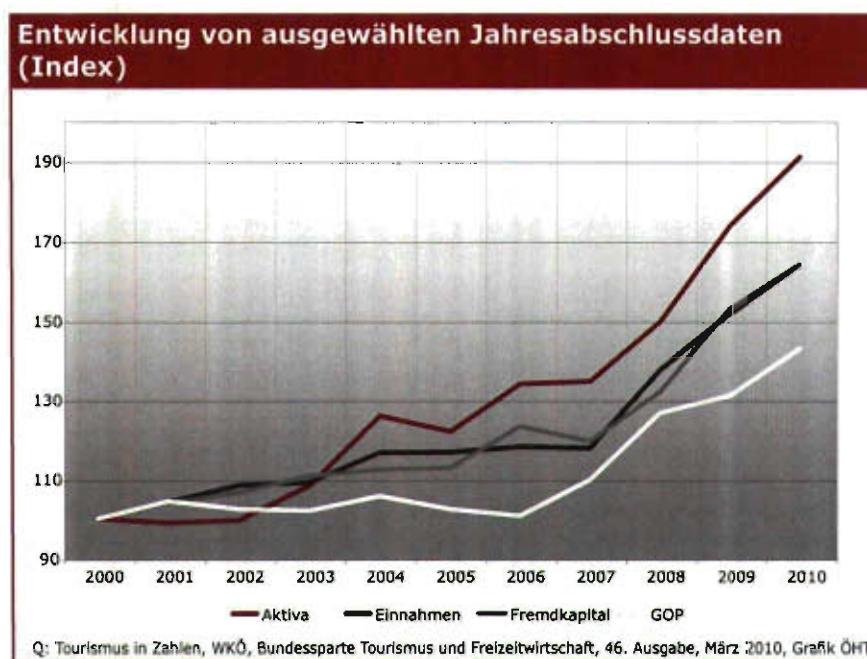
## Zusammenfassung der wirtschaftlichen Lage der Hotellerie

Betrachtet man die wirtschaftliche Entwicklung der Hotellerie seit 2000, so ist kurz zusammengefasst festzustellen: Die Unternehmen sind größer geworden und sind durchwegs besser ausgelastet. Im Durchschnitt konnten die Preise stärker als die Inflationsrate angehoben werden. Das hat auch wesentlich mit dem qualitativ verbesserten Angebot zu tun. Während allerdings Umsatz und auch Fremdkapital mit dem Tempo Schritt halten konnten, blieben die Erträge zurück.

Die Fortschritte bedürfen offenbar auch eines immer größeren Einsatzes an Investitionen, worunter die Kapitalverzinsung touristischer Investitionen leidet.

Die Hotellerie konnte die wirtschaftlich turbulenten Jahre gut meistern. Vom Standpunkt der Einnahmen ist bemerkenswert, dass die Unternehmen im Durchschnitt eine recht gute Auslastung erzielen, die sich – vor allem in den oberen Qualitätsklassen – schon seit mehreren Jahren auf hohem Niveau bewegt.

Der Umsatzzuwachs röhrt aus Preisanpassungen, die jedoch nicht ausreichen, das Niveau der Steigerungen auf der Aufwandsseite aufzuwiegeln. Dazu kommt, dass einzelne Positionen wie Energie oder Werbung



weit über der Inflationsrate gestiegen sind. Das hat sich natürlich auf die Umsatzrentabilität ausgewirkt, das operative Ergebnis (GOP) kam unter Druck. Dies führt zu einem sukzessiven Rückgang des GOP (Gross Operating Profit), der bei allen Unternehmen in den letzten Jahren abgenommen hat (5/4-Sterne-Kategorie von 25,7 % im Jahre 2000 auf 22,7 % im Jahre 2010 und von 24 % auf 23 % im selben Zeitraum bei den Unternehmen der 3-Sterne-Kategorie). Dieser Ertragsrückgang scheint zwar gering, berücksichtigt man jedoch die ohnedies knappe Eigenkapitalausstattung und die ohnedies knappe Liquidität wird ersichtlich, dass die wirtschaftliche Stabilität dadurch weiter beeinträchtigt wurde.

Bei sich nur langsam verbessernden wirtschaftlichen Rahmenbedingungen wird das im Durchschnitt ohnedies knappe Ergebnis auf der Auslastungs- und vor allem auch auf der Preisseite unter Druck kommen. Dies wird die wirtschaftliche Stabilität einiger Unternehmen auf eine harte Probe stellen.

Die Verschuldung ist hoch. Nur die Unternehmen der oberen Qualitätsklassen können im Durchschnitt als wirtschaftlich stabil bezeichnet werden, weil sie die vom URG geforderte Eigenkapitalausstattung und die notwendige Entschuldungsdauer von 15 Jahren erreichen

können. Dies gilt allerdings nicht für die Unternehmen der 3-Sterne-Kategorie. So weist etwa das schlechteste Quartal der 3-Sterne-Hotellerie (25 % der Stichprobe) eine Eigenkapitalausstattung von -44 % und schlechter und eine Entschuldungsdauer von 25 Jahren und mehr aus. Diese Betriebe sind bei Verschlechterung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen extrem gefährdet.

Nach einem Zinsanstieg im Jahr 2007, der sich auch 2008 fortsetzte, erfolgten seit 2009 mehrere deutliche Leitzinssatzsenkungen durch die EZB, sodass sich die angespannte wirtschaftliche Lage der Betriebe etwas entschärft. Sobald allerdings die derzeit niedrig gehaltenen Zinsen wieder ansteigen, sind besonders bei den hoch verschuldeten Unternehmen Zahlungsengpässe zu befürchten.

Vor allem Betriebe mit suboptimalen Betriebsgrößen und solche der unteren Qualitätsklassen stehen durch die sich ändernden Rahmenbedingungen weiter besonders unter Druck. Demgegenüber können Qualitätsbetriebe wahrscheinlich ihr gutes wirtschaftliches Niveau halten. Diese Unternehmen haben gute Chancen, sich nach den gegenwärtigen wirtschaftlichen Turbulenzen weiter zu entwickeln und sind die Hoffnungsträger für die weitere Entwicklung des Tourismus.

## Die wirtschaftliche Lage der Gastronomie

### Die Entwicklung von Einnahmen und Cashflow

Die heimische Gastronomie hat eine sehr heterogene Struktur (Restaurants, Gasthäuser, Imbiss-Stuben, Cafehäuser, Bars, Eissalons etc.). Daten liegen nur von bilanzierungspflichtigen Unternehmen vor und spiegeln daher nur ein ungefähres Bild der Lage der Unternehmen wider und die Daten sind in Richtung der umsatzstärkeren Unternehmen verzerrt. Trotzdem liegen auch hier mehr als 37 % der vorliegenden Stichprobe in der Größenklasse von weniger als 0,3 Mio. EUR Umsatz p.a. und knapp 82 % der Stichprobe erzielten einen Umsatz von weniger als 1 Mio. EUR.

Da sich die Stichprobe gegenüber den Vorjahren stark verändert hat, wird auch auf einen Vergleich mit früheren Jahren verzichtet.

### Die wirtschaftliche Stabilität der Gastronomie

Anhand der vom URG vorgegebenen Kennzahlen – Eigenkapitalausstattung und Schuldentlastungsdauer – wird die wirtschaftliche Stabilität der Gastronomiebetriebe beurteilt. Die Eigenkapitalausstattung und die Entschuldungsdauer bewegen sich auf dem Niveau der Vorjahre. Das Erfordernis, die Schulden innerhalb von 15 Jahren rückführen zu können, wird erreicht. Bei näherer Betrachtung der Kennzahlen ist auch für die Gastronomieunternehmen festzustellen, dass der wirtschaftliche Erfolg und die unternehmerische Stabilität stark mit der Betriebsgröße korrelieren. Auch in diesem Fall gilt, dass die Betriebsgröße zu den erfolgsentscheidenden Einflussgrößen gehört. Unter diesem Gesichtspunkt ist der Förderungsschwerpunkt der Betriebsgrößenoptimierung sowohl im Bereich der TOP-Tourismus-Förderung als auch der Übernahme von Haftungen für Tourismus- und Freizeitbetriebe als ein wichtiges förderungspolitisches Signal zur Erreichung wirtschaftlich gesunder, langfristig lebensfähiger Unternehmen zu sehen.

### Entwicklung von Erfolgsszahlen der Gastronomie

	2009/10
durchschnittliche Einnahmen in EUR	840.000
Cashflow (vor Zinsen)	11 %
Cashflow (nach Zinsen)	9 %

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

### Entwicklung von Stabilitätskennzahlen der Gastronomie

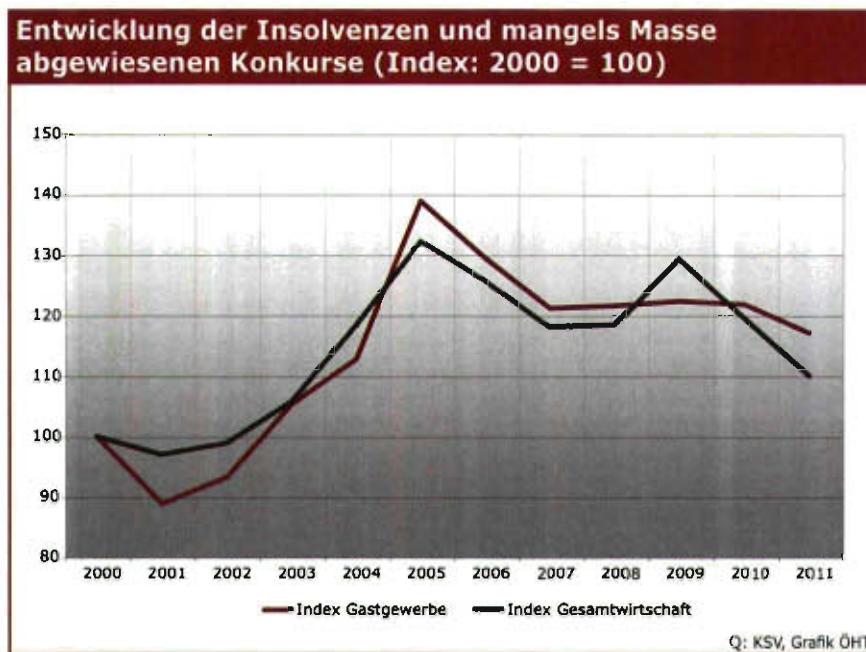
	2007/08	2008/09	2009/2010
Eigenkapitalausstattung	1,7 %	4,79 %	5,73 %
Schuldentlastungsdauer	10,3 Jahre	8,9 Jahre	5,5 Jahre

Q: KMU Forschung Austria

### Ausgewählte Kennzahlen 2009/10 der Gastronomie nach Größenklassen

Eigenkapitalausstattung (alle Unternehmen)	5,73 %
Eigenkapitalausstattung (Umsatz bis 0,3 Mio. EUR)	-23 %
Eigenkapitalausstattung (Umsatz über 7 Mio. EUR)	20 %
Schuldentlastungsdauer (alle Unternehmen)	5,5 Jahre
Schuldentlastungsdauer (Umsatz bis 0,3 Mio. EUR)	8 Jahre
Schuldentlastungsdauer (Umsatz über 7 Mio. EUR)	5 Jahre

Q: KMU FORSCHUNG AUSTRIA Bilanzdatenbank



## Die Insolvenzentwicklung in Hotellerie und Gastronomie

Die Anfang 2012 veröffentlichten Insolvenzzahlen zeigen einen leichten Anstieg der Insolvenzen im Jahr der Finanzkrise und einen leichten Rückgang im vergangenen Jahr. Dies gilt für das Gastgewerbe und für die gesamte Wirtschaft in gleicher Weise. Der Tourismus war offenbar im konjunkturellen Abschwung jedoch weniger betroffen, dadurch ist auch der Rückgang der Insolvenzen 2011 weniger deutlich ausgefallen.

Die Insolvenzzahlen des Gastgewerbes, die sowohl Gastronomie als auch Hotellerie umfassen, sind wesentlich von den Zahlen der Gastronomie geprägt. Unternehmen des Gastgewerbes müssen, falls sie zahlungsunfähig werden, im Durchschnitt nur einen Schuldenstand von rund 0,4 Mio. EUR bereinigen. Das ist etwa die Hälfte des durchschnittlichen Schuldenstandes in der Gesamtwirtschaft. Der volkswirtschaftliche Schaden einer Insolvenz im Gastgewerbe fällt also deutlich geringer aus.

Somit kann grundsätzlich Folgendes festgehalten werden:

- Im Zusammenhang mit dem Konjunkturabschwung sind die Insolvenzzahlen der Unternehmen sowohl in der Hotellerie und Gastronomie als auch der Wirtschaft ins-

gesamt gestiegen und waren im vergangenen Jahr wieder rückläufig.

- Wenn es tatsächlich zur Zahlungsunfähigkeit kommt, dann ist der volkswirtschaftliche Schaden, den die Gläubiger zu tragen haben, aufgrund der großen Zahl kleiner Betriebe vergleichsweise gering.

## Investitionen / Finanzierung

### Investitionen

Es ist 2011 gelungen, das mittels Förderung angeregte Investitionsvolumen zu steigern. Dies ist auch auf Nachzieheffekte der Konjunkturbelebungsmaßnahmen der Jahre 2009 und 2010 zurückzuführen. Das geförderte Gesamtinvestitionsvolumen – inklusive des mittels TOP-Zuschuss bzw. Jungunternehmerförderung und Haftung des Bundes geförderten Investitionsvolumens – belief sich auf rund 880 Mio. EUR und erreichte damit sogar einen bisherigen Rekord.

Die Förderungszusagen wurden im vergangenen Jahr eingeräumt und werden die vor- und nachgelagerten Wirtschaftszweige beleben und damit beitragen, die Konjunktur zu stabilisieren.

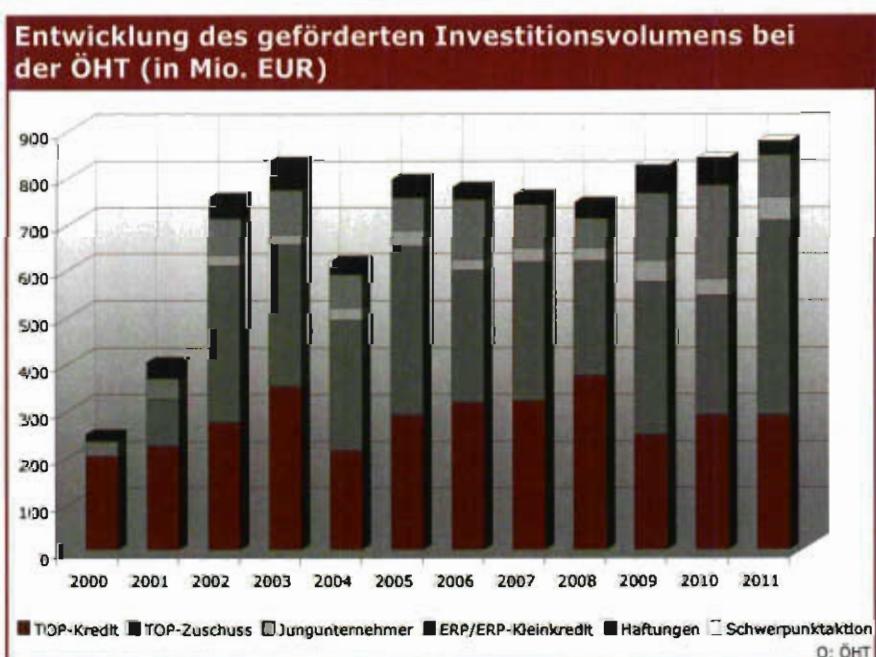
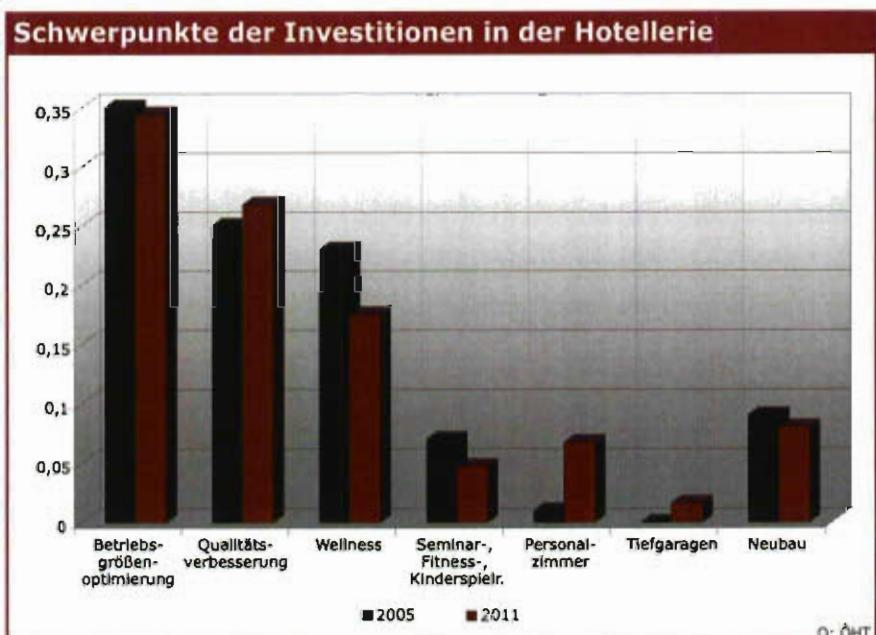
Bei rund 65 % der unterstützten Unternehmen handelt es sich um Beherbergungs-

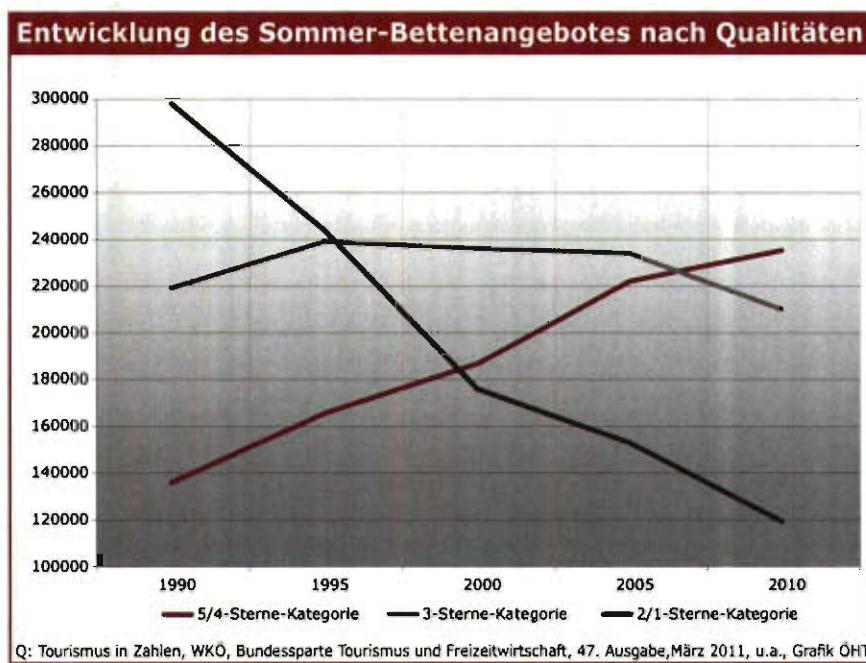
unternehmen, etwa 27 % sind der Gastronomie zuzurechnen. Bei den restlichen Förderungsfällen handelt es sich um Freizeitbetriebe oder Reisebüros bzw. infrastrukturelle Einrichtungen wie Beschneiungs- oder Golfanlagen.

Die Schwerpunkte der Investitionen haben sich in den letzten Jahren wenig verändert. In der Hotellerie sind Betriebsgrößenoptimierung und Qualitätsverbesserung weiterhin die beherrschenden Themen. Die Wirtschaftskrise mag im vergangenen Jahr wohl

ein wesentlicher Anstoß gewesen sein, vor allem solche Investitionen zu verwirklichen, die betriebswirtschaftlich notwendig waren oder einen unmittelbaren Beitrag zum wirtschaftlichen Ergebnis erwarten ließen (Betriebsgrößenoptimierung).

Mit den Investitionen in der Hotellerie wird versucht, einerseits im Qualitätswettbewerb zu halten und andererseits auch die Wetterunabhängigkeit zu verbessern sowie ein eigenständiges Angebot mit Zusatzeinrichtungen zu schaffen. Das Ziel der Saison-



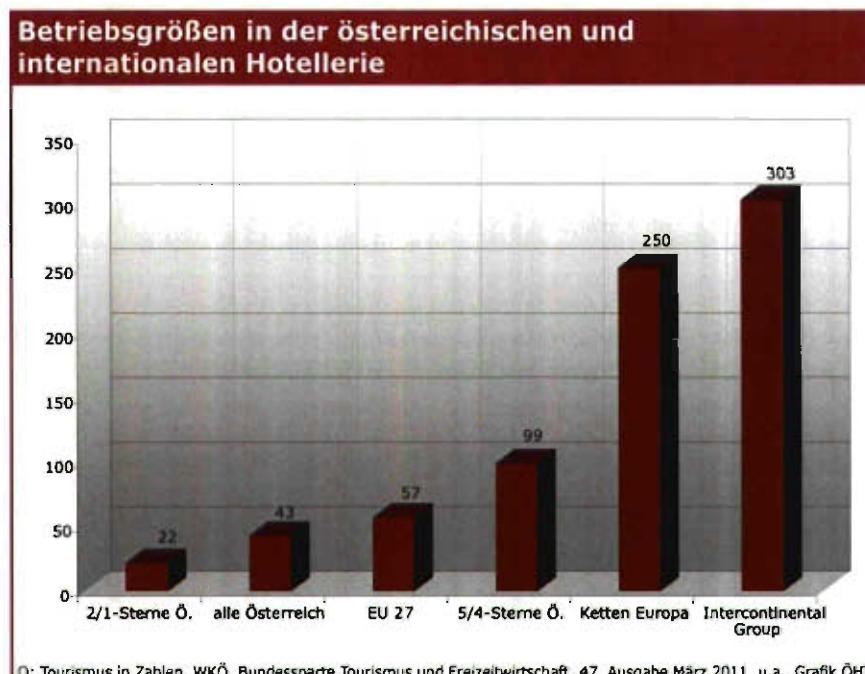


verlängerung spielt eine bedeutende Rolle (Infrastruktur sowie Wellness- und Seminareinrichtungen in der Hotellerie).

Dieser Umstand hat auch erfreuliche Auswirkungen auf Offenhaltszeiten und Beschäftigungsdauer. Bei den ÖHT-finanzierten Unternehmen erfolgte sowohl im Bereich der 3-Sterne- als auch im Bereich der 5/4-Sterne-Hotellerie eine Steigerung von 280 Offenhaltsstagen im Jahre 2000 auf 300 Tage im Jahre 2010.

Bei den infrastrukturellen Einrichtungen ist vor allem die Errichtung von Beschneiungsanlagen bedeutsam. Die Investitionstätigkeit in diesem Bereich hat nach dem schneearmen Winterbeginn 2006/07 beträchtlich zugenommen. Heute ist eine rückläufige Tendenz ersichtlich. Rund 70 % der Pistenflächen Österreichs sind beschneibar und damit weitgehend schneesicher.

Im Bereich TOP-Zuschuss wurden 16 Anträge für Beschneiungsanlagen und 16 Anträge



für Kinos (Digitalisierung) sowie 7 Anträge für Erlebnisparks im Jahr 2011 bewilligt. Die Errichtung oder der Ausbau von Restaurants hat einen sehr geringen Anteil und findet großteils in Form sehr kleiner Investitionen statt, die vor allem im Bereich der Zuschussaktion der TOP-Tourismus-Förderung unterstützt werden.

Insgesamt ist es gelungen, den Umbau des heimischen Angebotes deutlich in Richtung höherwertiger Qualität zu forcieren, wobei dieses Ziel auch durch die Investitionsförderungsmaßnahmen des Bundes massiv unterstützt wurde. Wie nachstehende Abbildung anhand einer längerfristigen Zeitreihe zeigt, wurden beträchtliche Fortschritte im Umbau der Qualitäten des Bettenangebots erzielt. Diese Veränderungen haben auch bewirkt, dass die durchschnittliche Betriebsgröße in bescheidenem Ausmaß von durchschnittlich 40 Betten pro Betrieb im Jahr 2000 auf 43 Betten im Jahr 2010 gestiegen ist. Trotz dieses Fortschritts besteht im internationalen Vergleich und im Hinblick auf international vermarktbare und wirtschaftliche Betriebsgrößen ein beträchtlicher Rückstand. Die durchschnittliche Betriebsgröße beträgt in der EU (der 27) 57 Betten und die in Österreich tätigen Kettenbetriebe weisen im Durchschnitt 225 Betten, die Interconti-Gruppe sogar mehr als 300 Betten auf. Bei den Betriebsgrößen gibt es erhebliche Unterschiede je nach Kategorie: Im Bereich der 5/4-Sterne-Kategorie ist die Größe der

Betriebe kontinuierlich auf durchschnittlich 99 Betten gewachsen, während etwa im Bereich der 2/1-Sterne-Kategorie die durchschnittliche Betriebsgröße schon seit Jahren bei etwa 22 Betten stagniert.

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

## Finanzierung – Die Entwicklung der Großkreditausleihungen

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

Die Zunahme des Fremdkapitals in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in den vergangenen Jahren ist auf die ständig hohe Investitionsbereitschaft zurückzuführen, die auch umliegende Unternehmen von den Ausgaben profitieren ließ. 2011 ist es allerdings – sowie in der Gesamtwirtschaft auch – trotz der massiven Zinssenkung durch die EZB zu einer Verlangsamung des Wachstums der Investitionstätigkeit gekommen. Die Unternehmen haben große Projekte zurückgestellt und in eher kleinem Umfang dringend

### Entwicklung der Großkredite gemäß § 75 BWG Beherbergungs- und Gaststättenwesen Kredite über 0,363 Mio. EUR

Jahr	Großkredite in Mio. EUR	Veränderung gegenüber Vorjahr
2005	4.682	15,6%
2006	4.928	5,3%
2007	5.419	10,0%
2008	5.930	9,4%
2009	6.197	4,5%
2010	6.750	8,9%
2011	6.849	5,1%

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

notwendige Investitionen durchgeführt. Im Gegensatz zum Konjunkturabschwung 2009, wo die Hotellerie und Gastronomie ihr Investitionsverhalten kaum reduziert hatten, haben im vergangenen Jahr die Unternehmen erstmals auch mit entsprechender Zurückhaltung bei Investitionen reagiert.

1 Tourismus in Zahlen, WKÖ, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft, 47. Ausgabe, März 2011, S. 14

2 Tourismus in Zahlen, WKÖ, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft, 47. Ausgabe, März 2011, S. 56

3 Sämtliche wirtschaftlichen Informationen beruhen – soweit nicht anders angegeben – auf Auswertungen der Bilanz- und Erfolgsdaten 2010 der Kreditnehmer der ÖHT. Diese stellen eine Teilmenge der Grundgesamtheit der österreichischen Hotellerie dar. Daher sind Abweichungen zu Datenmaterial, das aus anderen Quellen stammt, möglich.

4 Tourismus in Zahlen, WKÖ, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft, 47. Ausgabe, April 2011

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

6 Quelle: KMU Forschung Austria

7 Quelle: KMU Forschung Austria

8 Kredite über 0,363 Mio. EUR



# Internationale Beziehungen

## Europäische Union



Tourismus hat für die gesamte Europäische Union und insbesondere auch für Österreich eine enorme wirtschaftliche,

beschäftigungspolitische und gesellschaftliche Bedeutung. Als wichtiger Wirtschaftsfaktor mit weiterhin guten Wachstumsprognosen leistet er einen wesentlichen Beitrag zu nachhaltigem Wachstum, auch im Sinne der EU 2020 Strategie. Deshalb hat das BMWFJ ein besonderes Interesse an europäischen Rahmenbedingungen, die eine wettbewerbsfähige und nachhaltige Tourismusentwicklung langfristig unterstützen und es erlauben, Potenziale voll auszuschöpfen.

## Rechtsgrundlage und Arbeitsweise

Als Antwort auf die neue EU Kompetenz im Tourismus, die durch den Vertrag von Lissabon seit Dezember 2009 nunmehr gegeben ist, hat die EK im Juni 2010 die Mitteilung „Europa – wichtigstes Reiseziel der Welt: ein neuer politischer Rahmen für den europäischen Tourismus“ veröffentlicht. Die Mitteilung schlägt ein koordiniertes Konzept für europäische Initiativen in vier Schwerpunktbereichen vor:

- ▶ Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit des Tourismus in Europa;
- ▶ Förderung der Bemühungen um einen nachhaltigen, verantwortungsvollen Qualitätstourismus;
- ▶ Konsolidierung des Images und der Außenwirkung Europas als eine aus nachhaltigen Qualitätsreisezielen bestehende Einheit;
- ▶ Bestmögliche Nutzung des Potenzials der politischen Maßnahmen und der Finanzinstrumente der EU zur Entwicklung des Tourismus.

Aus dem Katalog der 21 vorgeschlagenen Maßnahmen wurde Ende des Jahres 2010 ein Umsetzungsplan erarbeitet, der von der EK in regelmäßigen Abständen aktualisiert

wird. Er skizziert den Fortgang der Arbeiten und die aktuellen Initiativen.

## Beispiele für Maßnahmen 2011

Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit des Tourismus in Europa

- ▶ Förderung von grenzüberschreitenden, thematischen Produkten z.B. Kulturrouten: dazu verstärkte Kooperation mit dem Europarat (z.B. Studie zu den Kulturrouten des Europarates); Förderung von transnationalen Projekten.
- ▶ „ICT und Tourism Business Initiative“: Erleichterung der Teilnahme von kleinen und mittleren Tourismusunternehmen an der digitalen Wertschöpfungskette, Erleichterung der Anpassung an Entwicklungen bei Informations- und Kommunikationstechnologien.

- ▶  Bereich Arbeitsmarkt und Qualifikation: Vorbereitungen für die stärkere Eingliederung des Tourismus in das EURES (European Job Mobility Portal).

Ziel ist eine breite Nutzung dieses Portals auch im Tourismus, allenfalls soll auch ein sog. „Tourism Skills Competence Framework“ gemeinsam mit der European Standardisation Organisation entwickelt werden. Ziel ist die Analyse der notwendigen Fertigkeiten (aktuell und zukünftig) und ein Abgleich von Angebot (aus den Bildungseinrichtungen) und Nachfrage der Wirtschaft sowie Empfehlungen, wie Lücken geschlossen werden können.

- ▶  Calypso: ein europäisches Projekt zur Förderung des grenzüberschreitenden Austausches benachteiligter Gruppen (Pensionist/innen, Jugendliche, sozial benachteiligte Familien sowie Personen mit Behinderung) in der Nebensaison. 2011 wurde mit der Umsetzung einer webbasierten Plattform für den grenzüberschreitenden touristischen Austausch dieser Zielgruppen begonnen. Pilotprojekte werden über Ausschreibungen gefördert.

- ▶ Wissensnetzwerke für die Wettbewerbsfähigkeit und Nachhaltigkeit des europäischen Tourismus: Ziel ist die bessere Vernetzung von Universitäten, Forschungszentren, Unternehmen und öffentlichen Stellen sowie Stärkung von Tourismusforschung. Österreich ist bei zwei von drei 2010 ausgewählten Projekten vertreten („Service Design in Tourism“ – Lead MCI Innsbruck; „KNOWNET“ Zusammenstellung von best practices, Austausch von Forschungsergebnissen auf europäischer Ebene – Projektpartner: Österreichische Gesellschaft für Umwelt und Technik).
- ▶ Virtual Tourism Observatory: die Ergebnisse der Wissensnetzwerke sollen hier einfließen. Mit dem Observatory soll der europaweite Zugang zu Daten, Analysen, Studien und Strategiedokumenten erleichtert werden. Zur Entwicklung dieser Plattform wurde 2011 eine Machbarkeitsstudie ausgeschrieben.
- ▶  Eurobarometer: im Jahr 2011 wurde wieder das Reiseverhalten der Europäer erhoben.

### **Förderung der Bemühungen um einen nachhaltigen, verantwortungsvollen Qualitätstourismus:**

- ▶ Entwicklung von Nachhaltigkeitsindikatoren für Destinationen: dazu führt die EK eine Studie durch. Die Ergebnisse sollen Ende 2012 vorliegen und bei einer Konferenz diskutiert werden.
- ▶ European Tourism Quality Label: Entwicklung eines europäischen Dachlabels. Ziele sind die Stärkung des Konsumentenvertrauens durch verbesserte Information, die Entwicklung eines Management Tools für KMU und die Schärfung des Profils Europas durch verbesserte Qualität. Die EK führte 2011 zwei Workshops und im Jänner 2012 eine Konferenz zur Diskussion der Umsetzungsoptionen durch. Auf europäischer Ebene sollen nicht einzelne Betriebe, sondern existierende Systeme

- zertifiziert werden. Die Pläne für die genaue Ausgestaltung liegen noch nicht vor.
- ▶ Charta für nachhaltigen, verantwortungsvollen Tourismus: Zusammenführung von existierenden Dokumenten/Initiativen (Globale Nachhaltigkeitskriterien, Ethikkodex der UNWTO, etc.) in ein allgemein gültiges Dokument, das die Prinzipien für nachhaltigen, verantwortungsvollen Tourismus für Destinationen, Unternehmen, aber auch Touristen darlegen soll. Dieses Dokument wird von der Tourism Sustainability Group – einer Expertengruppe, die von der EK eingesetzt wurde (Österreich wird durch einen Vertreter der WKO, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft, repräsentiert) – erarbeitet.
- ▶ Verstärkte Kooperation und Austausch von Best Practice mit Drittstaaten: die Zusammenarbeit mit wichtigen Schwellenländern soll intensiviert werden. Z.B. wird die EK voraussichtlich im Mai 2012 mit China einen Workshop zum Thema Gesetzgebung im Tourismus abhalten.

### **Konsolidierung des Images und der Außenwirkung Europas als ein aus nachhaltigen Qualitätsreisezielen bestehendes Ganzes:**

- ▶ Gemeinsame Bewerbung Europas als „a collection of diverse, sustainable, and high quality tourist destinations“ v. a. in BRIC-Staaten, Argentinien, Chile – Ausschreibung für eine Kampagne 2012/2013 – dazu verstärkte Kooperation mit der European Travel Commission (ETC – Dachverband der Nationalen Tourismuswerbungen – österreichisches Mitglied ist die ÖW). Unterzeichnung eines Abkommens im Oktober 2011 in Krakau, Zusammenarbeit in sechs Bereichen:
  - Bewerbung der „Destination Europa“ in Fernmärkten;
  - Entwicklung und Bewerbung von europaweiten Kulturrouten, thematischen Reiserouten und touristischen Produkten;

- Gemeinsame digitale Marketingaktivitäten – „www.visiteurope.com“;
  - „Destination Europe“ Brand;
  - Gemeinsamer Auftritt bei Veranstaltungen;
  - Forschung und Best Practice.
- Stärkere Kooperation mit internationalen Organisationen wie der UNWTO, der OECD, der T20 (Nebengipfel des G20) und Euro-Med Kooperation.

### **Bestmögliche Nutzung des Potenzials der politischen Maßnahmen und der Finanzinstrumente der EU zur Entwicklung des Tourismus:**

Hier werden vor allem die Bereiche Verkehr, Wettbewerb, Binnenmarkt, Steuerwesen, Verbraucherschutz, Umwelt, Beschäftigung, Soziales und Bildung, Kultur sowie die Regionalentwicklung und die Entwicklung des ländlichen Raums angeführt. Die EK möchte eine bessere Abstimmung und Integration von Maßnahmen herbeiführen. Eine Studie zu den Auswirkungen von EU Politiken auf den Tourismus wird voraussichtlich im Herbst 2012 präsentiert.

Für den Finanzrahmen 2014-2020 plant die EK Tourismusmaßnahmen im Rahmen des „Programms für Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen und für KMU (2014-2020)“, kurz COSME,<sup>1</sup> zu unterstützen. Das Programm wurde am 30. November 2011 präsentiert und wird nunmehr im Rat und im Europäischen Parlament verhandelt.

### **Ratspräsidentschaften 2011 und Ausblick 2012**

Die Ratspräsidentschaften 2011 standen im Zeichen der Diskussion und Umsetzung der vorgeschlagenen Maßnahmen der EK und nahmen sich jeweils einen inhaltlichen Schwerpunkt vor.

- Die ungarische Ratspräsidentschaft organisierte am 12. und 13. Mai 2011 eine

<sup>1</sup> KOM (2011) 834 vom 30. 11. 2011

hochrangige Konferenz, bei der nachhaltiger, verantwortungsvoller Tourismus und dessen Beitrag zur Lebensqualität zur Diskussion stand. Themen waren einerseits Gesundheit, Wellness und medizinischer Tourismus, andererseits verantwortungsbewusstes Verhalten von Unternehmen (Corporate Social Responsibility – CSR) und Touristen.

- Das jährliche Europäische Tourismusforum wurde von der polnischen Präsidentschaft unterstützt und fand vom 5. bis 7. Oktober 2011 in Krakau statt. Die rund 400 Teilnehmer diskutierten den Themenbereich „Wettbewerbsfähigkeit“ (u.a. die Umsetzung der virtuellen Tourismusbeobachtungsstelle und das Projekt „ICT und Tourism Business Initiative“ – Plattform „Tourismus und Informations- und Kommunikationstechnologie“ für KMU). Die Tourismusministerrunde am 6. Oktober 2011 widmete sich der „Verbesserung des Images und der Außenwirkung Europas“. Es wurde u.a. eine stärkere Kooperation der EK mit der European Travel Commission (Dachverband der Werbeorganisationen – Österreich Mitglied ist die ÖW) festgehalten und eine diesbezügliche Vereinbarung unterzeichnet.
- Ratspräsidentschaften 2012: Die beiden Präsidentschaften Dänemark und Zypern werden die Umsetzung der EK Mitteilung vom Juni 2010 weiterverfolgen. Insbesondere soll der wettbewerbsfähige und nachhaltige Tourismus und die Einbettung des Tourismus in verschiedene Unionspolitiken thematisiert werden. Zypern wird sich bei der Organisation des Europäischen Tourismusforums engagieren.

### **Bedeutung für Österreich**

Es wird weiterhin Aufgabe des BMWFJ sein, gemeinsam mit anderen Mitgliedstaaten auf die Einhaltung der Subsidiarität, den europäischen Mehrwert, eine gute Kosten-Nutzen-Relation und die Ausgestaltung jeder

einzelnen Umsetzungsmaßnahme zu achten. Gleichzeitig wird das BMWFJ seine Forderung an die EK aufrecht erhalten, Initiativen aus anderen Politikbereichen auf ihre Auswirkungen auf den Tourismus zu prüfen und die Mitgliedstaaten zeitgerecht darüber zu informieren.

Daneben leistet das BMWFJ in Österreich aktive Informations- und Koordinationsarbeit. Zukünftig wird es dabei durch eine Bund/Bundesländergruppe für EU-Tourismusfragen unterstützt, die durch die Tourismuskonferenz 2011 in Linz eingesetzt wurde. Diese Gruppe stellt eine effiziente Struktur zum Meinungsaustausch dar und wird dazu beitragen, den Informationsstand über EU-Tourismuspolitik und -projekte in Österreich zu verbessern, gemeinsame Standpunkte zu formulieren und so die österreichischen Interessen noch gezielter einzubringen.

Das BMWFJ tritt dafür ein, auf EU-Ebene jene Initiativen stärker zu verfolgen, die einer möglichst großen Anzahl an Akteuren im Tourismus in Österreich zu Gute kommen und beitragen, den Wissenstand und die Rahmenbedingungen zu verbessern. Hier können gesamteuropäische Erhebungen, Analysen und Studien angeführt werden. Das BMWFJ setzt sich beispielsweise gezielt für eine verstärkte Analyse von Reiseströmen als Basis für die Entzerrung von zeitlichen und räumlichen Spitzen – u.a. im Alpenraum – ein. Auch eine konkrete Hilfestellung bei der Erschließung von Hoffnungsmärkten wie beispielsweise Erleichterungen von Visaformalitäten wird vom BMWFJ eingefordert. Durch aktive Teilnahme an grenzüberschreitenden Initiativen und Projekten (Donauraum, Kulturrouten, Wissensnetzwerken oder das EDEN Projekt) profitiert der österreichische Tourismus. Potentielle Teilnehmer werden vom BMWFJ gezielt informiert und unterstützt.

Das BMWFJ engagiert sich auch weiterhin dafür, den Austausch und die Vernetzung Österreichs mit anderen Mitgliedstaaten zu forcieren.

## **Welttourismusorganisation (UNWTO)**



Die UNWTO ist eine Spezialagentur der Vereinten Nationen (VN) mit Sitz in Madrid und dient als globales Forum für Tourismuspolitik und Plattform für touristisches Know How und Statistik. Derzeit hat die UNWTO 155 Vollmitglieder, sieben assoziierte Mitglieder (Regionen) und an die 400 angeschlossene Mitglieder (affiliated members). Letztere repräsentieren den privaten Sektor, Ausbildungseinrichtungen, Tourismusverbände und lokale Tourismusbehörden. Die UNWTO ist im Hinblick auf die Mitgliedschaft von sowohl öffentlichem und privatem Sektor und deren institutionalisierter Zusammenarbeit auf der ganzen Welt einzigartig im UN-System.

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

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

## **Schwerpunkte Arbeitsprogramm**

Das Arbeitsprogramm 2010-2011 der UNWTO, in seiner neuen Struktur, enthält zwei strategische Ziele:

- ▶ Sicherstellung der kontinuierlichen Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit von Destinationen,
- ▶ Förderung der nachhaltigen Entwicklung des Tourismus in Übereinstimmung mit dem Globalen Ethikkodex und den Millenniums-Entwicklungszielen.

## **Wichtige Initiativen 2011**

Die Strategie der UNWTO, besonders in der Zeit der Krise stabilisierende Impulse zu setzen und die weltweite wirtschaftliche

Bedeutung des Tourismus zu kommunizieren, hat sich bewährt. Der Tourismus hat sich in den letzten Jahrzehnten als krisenresistent erwiesen und konnte ein stetes Wachstum aufweisen. Damit stellt der Tourismus einen verlässlichen Arbeitsplatzgaranten sowie wichtigen Devisenbringer für viele Länder dar.

Um die Anerkennung des Sektors bei den Regierungen zu stärken, unterstützt die UNWTO die T20 Initiative. Im Rahmen dieser Initiative treffen sich die Tourismusminister der G20 Länder, um Erfahrungen und Informationen auszutauschen sowie die analytischen Grundlagen für die Erfassung der gesamtwirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus zu stärken. 2011 trafen sich die T20 Minister Ende Oktober in Paris. Ebenfalls hat die UNWTO die „Global Leaders for Tourism Campaign“ gestartet, bei der Staats- und Regierungschefs die Bedeutung des Tourismus für die nationale Wirtschaft durch eine Eintragung in ein „Goldenes Buch“ unterstreichen.

Im Bereich Nachhaltigkeit ist das Hotel Energy Solutions Projekt hervorzuheben, das von der UNWTO in Zusammenarbeit mit internationalen Tourismus-, Umwelt- und Energieakteuren durchgeführt und von der europäischen Agentur für Wettbewerbsfähigkeit und Innovation ko-finanziert wird. Ziel des Projekts ist es, europäischen Hotels durch eine innovative software (HES e-toolkit) die Analyse ihres Energieverbrauchs zu ermöglichen, eine Entscheidungshilfe bei Investitionen in erneuerbare Energie bzw. Energiesparmaßnahmen zu bieten und dementsprechende Maßnahmen umzusetzen. In Österreich hat das BMWFJ das Instrument vor ausgewählten Vertretern der österreichischen Hotellerie unter Beisein einer UNWTO Expertin und der österreichischen Energieagentur präsentiert. Eine Analyse durch die österreichische Hotellerie soll über eine Verbreitung des HES tools in Österreich entscheiden, die genaue Umset-

zung ist im Anschluss mit den wichtigsten österreichischen Akteuren und der UNWTO zu klären. Weiterführende Informationen zum Projekt siehe: [www.hotelenergysolutions.net](http://www.hotelenergysolutions.net).



Im Rahmen der Reformagenda nimmt die verstärkte Zusammenarbeit mit anderen internationalen, speziell UN Organisationen sowie zwischen öffentlichem und privatem Sektor im Tourismus einen wichtigen Stellenwert ein. Die affilierten Mitglieder sollen sich und ihr Know How mittels der virtuellen Plattform „Platma“ verstärkt in die Organisation einbringen.

Siehe auch: [www.platma.org](http://www.platma.org).

Die UNWTO sieht eine große Herausforderung darin, die Messung der volkswirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus und deren internationale Vergleichbarkeit zu verbessern. Um an der Verbesserung der Internationalen Empfehlungen für Tourismusstatistik und den Empfehlungen für die Berechnung von Tourismussatellitenkonten mitzuwirken, wurde Österreich (vertreten durch BMWFJ und Statistik Austria) aufgrund seiner anerkannten Kompetenz in diesem Bereich 2010 von der UNWTO eingeladen, am neu eingesetzten Technical Advisory Board mitzuwirken. Das erste Treffen fand im Jänner 2011 in Madrid im Rahmen des Tourismusstatistik-Komitees statt, die Überarbeitung der Empfehlungen ist im Gange.

### Tagungen der Kommission für Europa

Die 52. Tagung der Kommission für Europa (CEU) fand am 14. April 2011 in Katowice, Polen statt. Am Rande der Tagung fand ein Seminar zum Thema „Industrial Heritage in Tourism Policies for Sustainable Development“ statt. Die 53. Tagung der CEU fand im Vorfeld der 19. Generalversammlung am 9. Oktober 2011 in Gyeongju, Republik Korea statt.

## 19. Generalversammlung der UNWTO

Vom 8. bis 14. Oktober 2011 fand die 19. Generalversammlung der UNWTO in Gyeongju, Republik Korea statt, die alle zwei Jahre tagt, um die wichtigsten Weichenstellungen der zukünftigen Ausrichtung der Organisation vorzunehmen.

Im Vordergrund der Beschlussfassung und Diskussionen standen die Strukturreform der Organisation, das Budget und Arbeitsprogramm für das Biennium 2012-2013 sowie die zu erwartenden Trends im Tourismus und darauf basierende Tourismusstrategien der Mitgliedsländer. In das neue Arbeitsprogramm wurden wichtige neue Arbeitsfelder aufgenommen, nämlich der Inlandstourismus, Beschäftigung im Tourismus, Tourism Governance, Konsumentenschutz sowie die Green Economy. Diese Bereiche sollen mittels statistischer Datenerhebung sowie Studien und speziellen Projekten bearbeitet werden. Im Bereich Ethik wurde über die Intensivierung der Umsetzung des Globalen Ethikkodex für den Tourismus sowie über den verstärkten Schutz von Kindern gegen sexuelle Ausbeutung im Tourismus diskutiert, eine Resolution zu barrierefreiem Tourismus angenommen und ein Bericht über die Rolle der Frauen im Tourismus vorgestellt.

## Welttourismustag 2011

Der Welttourismustag am 27. September 2011 stand unter dem Thema „Tourism linking cultures“. Die internationalen Feierlichkeiten wurden in Assuan, Ägypten abgehalten. Thema des Welttourismustags 2012 ist „Tourism and Sustainable Energy – Powering Sustainable Development“.

## Organisation für wirtschaftliche Entwicklung und Zusammenarbeit (OECD)

ORGANISATION  
FOR ECONOMIC  
CO-OPERATION  
AND DEVELOPMENT



Das Tourismuskomitee der OECD ist ein internationales Forum der Mitgliedsländer und ausgewählter Nicht-

Mitgliedsländer für den Austausch und das Monitoring von tourismuspolitischen Initiativen. Ziel ist die Entwicklung von Strategien und Empfehlungen sowie der direkte Vergleich von tourismuspolitischen Maßnahmen zur Identifikation von Best Practice. Den Vorsitz führen derzeit die USA (Isabel Hill). Das OECD Tourismuskomitee tagt zweimal jährlich.

## Schwerpunkte Arbeitsprogramm 2011/2012

Das Arbeitsprogramm 2011/2012 wurde im Dezember 2010 vom Rat angenommen. Folgende Schwerpunkte wurden vereinbart:

- ▶ Ein Bericht über die Evaluierung und Messung von Wettbewerbsfähigkeit im Tourismus; Rahmenbedingungen; Entwicklung eines Sets von Schlüsselindikatoren; internationale Vergleichbarkeit; Benchmarking zwischen Staaten.
- ▶ Eine Publikation über Trends im Tourismus und Tourismuspolitiken in OECD Staaten und ausgewählten Nicht-OECD Staaten; Profile von rund 50 Ländern; ein Schwerpunktkapitel zum Themenbereich „Governance“ im Tourismus; aktuelle thematische Beiträge; Analyse von Trends im OECD Raum. Die Publikation wird voraussichtlich Mitte des Jahres 2012 erscheinen.
- ▶ Ein Bericht über „Green Innovation“ im Tourismus: Tourismus und die „Green Economy“; Rahmenbedingungen für „Green Tourism“; Treiber und Hindernisse; Rolle von „Green Innovation“ in der Entwicklung von touristischen Betrieben; Unterstützungsinstrumente/-mechanismen; Fallbeispiele; etc. Drei österreichische Betriebe sind in das Teilprojekt „Business Model Innovation in the Tourism and Experience Industry“ eingebunden.
- ▶ Ein Bericht über Liberalisierung im Tourismus: Analyse von Hemmnissen im Bereich Angebot und Nachfrage; Kooperation mit dem OECD Komitee für Handelspolitik und der UNWTO; Fokus auf BRIC, Indonesien

und Südafrika – starke Player mit großem Wachstum sowohl als Quellmärkte als auch als Destinationen.

- Länderanalysen/-studien zur nationalen Tourismuspolitik bzw. thematische Studien unter Einbindung mehrerer Länder. Ein Themenbereich ist hier beispielsweise Tourismus und Kulinarik.

Das BMWFJ koordiniert und liefert die österreichischen Beiträge für die Projekte und Studie (Daten, Best Practice, Fragebögen, Länderprofile, etc.) und bringt so Österreich aktiv in die Arbeiten ein.

- Wichtiger Markt für Export von Know How und Ausstattung im Tourismus;
- Besonderes politisches Interesse;

Intensivere Beziehungen bestehen mit:

- BRIC (Brasilien, Russland, Indien, China)
- Länder der Schwarzmeer-Region
- Zentralasien
- Vereinigte Arabische Emirate, Katar
- Nachbarländer Österreichs
- Donauanrainerstaaten
- Westbalkanstaaten
- EUROMED-Länder/Nordafrika
- Japan
- Mongolei

## Bilaterale Beziehungen

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

Eine Konzentration auf Schwerpunktländer ergibt sich aus folgenden Kriterien:

- Schwerpunkte der Tourismusstrategie;
- Länder mit bestehenden Tourismusabkommen oder Tourismusarbeitsgruppen im Rahmen der Wirtschaftsabkommen;
- Wichtige touristische Quell- und Zukunftsmärkte für Österreich;

Von besonderem Interesse sind in vielen Ländern, in denen der Tourismus aufgebaut und weiterentwickelt wird, immer wieder die Erfahrungen und das Knowhow Österreichs in allen touristischen Belangen sowie Kontakte im Bereich der Aus- und Weiterbildung und mit möglichen Investoren.

Ein Auszug aus den bilateralen tourismusbezogenen Aktivitäten 2011: Tagung der Arbeitsgruppe mit Russland (September); Beiträge zu den Wirtschaftskommissionen mit Albanien (Februar), der Ukraine (März), Russland (März), der Türkei (April), Turkmenistan (September), Armenien (September), Aserbaidschan (Oktober), Georgien (Oktober), Kasachstan (November). Arbeitsgespräche mit Delegationen aus Serbien (Tourismus und die EU-Donaustrategie), Mazedonien und der Ukraine (Krim).

8



© ÖW Popp Hackner

# Österreich Werbung

## Österreich Werbung

Die Österreich Werbung (ÖW) ist Österreichs nationale Tourismusorganisation. Seit 1955 ist es Aufgabe des Vereins (vormals unter dem Namen „Österreichische Fremdenverkehrswerbung“, seit 1989 unter „Österreich Werbung“) das Urlaubsland Österreich zu bewerben. Zentrales Anliegen der ÖW ist es, gemeinsam mit allen österreichischen Tourismuspartnern für den Erhalt bzw. den Ausbau der Wettbewerbsfähigkeit des Tourismuslandes Österreich zu sorgen.

### Kernaufgaben der Österreich Werbung

- ▶ Führung der Marke „Urlaub in Österreich“: Die Marke macht Österreich als Urlaubsland unterscheidbar und vermittelt den emotionalen Mehrwert eines Österreich-Aufenthaltes.
- ▶ Bearbeitung der international erfolgversprechendsten Märkte mit innovativem, zeitgemäßem Marketing.
- ▶ Partner der österreichischen Tourismusbetriebe und wesentlicher Netzwerkknoten im Tourismus: Die Branche profitiert vom

stets aktuellen und fundierten Wissen der ÖW über Gäste und Märkte.

### Budget

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

Die Mitgliedsbeiträge von BMWFJ und WKO belaufen sich 2012 wie in den Vorjahren auf 32 Mio. EUR (BMWFI: 24 Mio. EUR, WKO: 8 Mio. EUR), das Gesamtbudget 2012 beträgt rund 50 Mio. EUR.

### Aktivitäten

Die ÖW konzentriert sich auf die Bearbeitung von Märkten in den drei geografischen Räumen Westeuropa, CEE und Übersee. Diese Märkte, in denen die ÖW auch mit eigenen Büros vertreten ist, decken etwa 95 % aller Nächtigungen (2011: rund 126 Mio.) ab und weisen das größte Potenzial für den heimischen Tourismus auf. Auch in allen anderen Ländern ist die

### Österreich Werbung: Weltweit



ÖW erste Ansprechpartnerin für touristische Projekte, die enge Kooperation mit der Außenwirtschaftsorganisation der WKO (AWO) stellt die Wahrung der österreichischen touristischen Interessen weltweit sicher. Die Bandbreite der Aktivitäten reicht von klassischer Werbung für das Tourismusland Österreich über Medienkooperationen, Produktion von Themen-Prospekten, Organisation von Messen und Verkaufsplattformen bis zur Zusammenarbeit mit lokalen Reiseveranstaltern, Reisemittlern und den Schulungen für die Reisebüro- und Veranstalterbranche. Für die österreichischen Tourismusanbieter stellt die ÖW darüber hinaus maßgeschneiderte Marketingmaßnahmen abgestimmt auf ihre jeweiligen Bedürfnisse und Marktchancen zur Verfügung.

Herzstück der Gästeinformation der ÖW ist neben dem „Urlaubsservice der Österreich Werbung“ (größtes Informations- und Service Center für „Urlaub in Österreich“) das Internet-Portal [www.austria.info](http://www.austria.info). Auf Österreichs größter Tourismus-Plattform im Internet sind Informationen und Angebote aus ganz Österreich in derzeit 27 Sprachen gebündelt für die potenziellen Gäste aufbereitet.

### **Allianz der Zehn Arbeitsgemeinschaft der ÖW und der neun Landestourismusorganisationen**

Nach dem Austritt der Bundesländer aus der ÖW im Jahr 2001 wurde die Zusammenarbeit von ÖW und Bundesländern auf neue Beine gestellt. Heute erfolgt diese im Rahmen der sogenannten „Allianz der Zehn“, einer Arbeitsgemeinschaft der ÖW und den neun Landestourismusorganisationen.

Erklärtes Ziel der „Allianz der Zehn“ ist die Koordination der Arbeit zwischen den neun Bundesländern und der ÖW. Denn gerade in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten lassen sich durch verbesserte Abstimmung und sinnvolle Aufgabenteilung Synergien heben. Vor diesem Hintergrund ist es auch eine der

zentralen Zukunftsaufgaben der ÖW, diese Vernetzung im Rahmen der „Allianz der Zehn“ weiter voranzutreiben und für eine positive Entwicklung des österreichischen Tourismus zu nutzen. Im Marketing werden derzeit neben einer gemeinsamen Kampagne in Deutschland auch die Marketingaktivitäten auf den wichtigsten Herkunftsmärkten abgestimmt.

Neben Treffen auf Geschäftsführungsebene viermal pro Jahr zur Klärung strategischer Fragen gibt es insgesamt sechs operative Arbeitsgruppe zu den Themen „Marke“, „Marketing“, „Marktforschung“, „Presse und Kommunikation“, „Informations- und Kommunikationstechnologien“ und „Kaufmännische Angelegenheiten“. Diese Arbeitsgruppen dienen – ergänzend zu den strategischen Inhalten – der operativen Abstimmung der verschiedenen Experten in den jeweiligen Bereichen.

### **Schwerpunkt 2011 Internationalisierungsoffensive „Neuer Schwung für neue Märkte“**

Um den internationalen Gäste-Mix zu verbessern, startete die ÖW 2011 unter dem Motto „Neuer Schwung für neue Märkte“ eine insgesamt zweijährige Marketingoffensive. Für die Jahre 2011 und 2012 hat die ÖW spezielle Marketingprodukte entwickelt, die es österreichischen Touristikern zu sehr attraktiven Konditionen ermöglichen, erste Schritte in diesen Märkten zu setzen oder eine bereits bestehende Marktbearbeitung zu intensivieren. Diese in touristischer Hinsicht relativ „jungen“ Märkte im CEE-Raum und Übersee (Kroatien, Slowakei, Slowenien, Ukraine, Brasilien, China, Indien, Saudi Arabien, VAE, Türkei, Südkorea und Taiwan) zeichnen sich durch überdurchschnittliche Entwicklungschancen aus. In den vergangenen zehn Jahren haben sich die Ankünfte aus diesen Zukunftsmärkten bereits verdoppelt und es ist aus Expertensicht mit einem langfristigen weiteren Anstieg zu rechnen.

Auf der „Speisekarte“ der Internationalisierungsoffensive stehen speziell ausgearbeitete Marketingaktivitäten wie z.B. Medienbeileger, B2B-Workshops oder E-Marketing-Kampagnen zu einheitlichen Preisen in allen ausgewählten Märkten.

## Marketinghighlights 2011 Ö3-Lehrerchallenge



ÖW und Hitradio Ö3 machten Stimmung für Wintersportwochen in Österreich

2,8 Millionen Radiohörer täglich, 30 Millionen Ad-Impressions, mehr als 13.000 Zugriffe auf [www.austria.info/at/wintersportwochen](http://www.austria.info/at/wintersportwochen) und zahlreiche glückliche Gewinner. Das ist die erfolgreiche Bilanz der „Ö3-Lehrerchallenge“, bei der ÖW und Hitradio Ö3 im September 2011 Stimmung für Wintersportwochen in Österreich machten.

Die mutigsten Lehrer im ganzen Land waren aufgerufen, im Ö3-Wecker um eine Wintersportwoche für die ganze Klasse zu spielen. Mehr als 150 Lehrer bewarben sich, zwei Ö3-Teams waren zwei Wochen unterwegs durch ganz Österreich und kamen direkt an die Schulen. Die zehn siegreichen Lehrer fuhren mit ihrer Klasse auf Skikurs – unterstützt von der ÖW, den Landestourismusorganisationen und teilnehmenden Regionen. Insgesamt 258 Schüler/innen konnten eine unvergessliche Wintersportwoche mit allen Extras erleben. Ziel dieser Marketingoffensi-

ve war es, den Nachwuchs wieder verstärkt auf die Pisten zu bringen und Freude an der Bewegung im Schnee zu vermitteln. Damit unterstützte die ÖW die Bemühungen ihrer Vereinsmitglieder Wirtschaftsministerium und Wirtschaftskammer um die Zukunftsicherung des Wintersports im Tourismus sowie die zahlreichen Aktivitäten der Netzwerkpartner in Österreich in diese Richtung.

## Nordamerika: Erster Austria Pop-Up Store in New York



Im Zentrum von Nolita, einer der trendigsten Gegenden in New York City, eröffnete die ÖW New York Anfang Oktober letzten Jahres für zwei Wochen den weltweit ersten „Austria Pop-Up Store“. Darin präsentierte sich Österreich als authentische Reisedestination mit einzigartigen Angeboten im Bereich Kultur, Wein & Kulinarik sowie imperiale Geschichte. Die Besucher hatten die Möglichkeit, österreichische Kaffeespezialitäten und Mehlspeisen wie die berühmte Original Sacher Torte im temporär eingerichteten Café Sacher zu probieren. Im Austrian Deli konnten Gourmets eine Reihe an österreichischen Spezialitäten wie steirisches Kernöl, verschiedene Käsesorten, aber auch Weihnachtskekse verkosten. In einem eigenen Bereich wurde ein Einblick in die Schätze des Kunsthistorischen Museums und der zukünftigen Kunstkammer geboten. Die Swarovski Kristallwelten waren ebenfalls mit einigen Schaustücken vertreten. Vor einer Fotowand mit Gustav Klimts

berühmtem Gemälde „Der Kuss“ konnten Besucher ihren ganz persönlichen „perfekten Kuss“ nachstellen. In der Austria Travel Lounge boten die Experten der ÖW zusammen mit Austrian Airlines Anregungen und individuelle Beratungen für den individuell gestalteten Österreich-Urlaub. Nach einem Grand Opening, bei dem der Pop-Up Store in großem Rahmen eröffnet wurde, erwartet die Besucher zwei Wochen lang zudem ein spannendes Kulturprogramm.

## Kulturschwerpunkt 2012



Österreichs Regionen sind reich an Tradition: Ihre Menschen pflegen die Handwerkskunst, feiern Feste nach überlieferten Riten, treffen sich zum Musizieren und Tanzen nach alten Weisen oder geben ihr Wissen über den Umgang mit der Natur von Generation zu Generation weiter. Überlieferte Traditionen sind nicht nur für Österreich selbst von großem Wert, sondern auch touristisch: Gäste sind fasziniert und begeistert von altem Handwerk, Bräuchen und Alltagskultur.

Die ÖW setzt in ihren weltweiten Kulturkampagnen alljährlich einen anderen Schwerpunkt. 2012 geht es unter dem Motto „Leidenschaft für Tradition“ um die vielen bis heute lebendigen und einzigartigen Traditionen Österreichs. Stellvertretend für noch viele mehr, werden 2012 im Rahmen des Kulturschwerpunkts 39 österreichische Traditionen mit all ihren historischen und gegenwärtigen Aspekten vorgestellt. Außerdem erfahren Gäste, wann und wo sie die

ausgewählten Bräuche und Handwerkskünste erleben können. Die Auswahl erfolgte in Zusammenarbeit mit der UNESCO Nationalagentur für das Immaterielle Kulturerbe. Einige davon sind bereits als Immaterielles Kulturerbe von der UNESCO anerkannt, einer international anerkannten Auszeichnung für Wert, Güte und Echtheit der Überlieferungen.

Der Bogen der vorgestellten Traditionen spannt sich von mündlich überliefertem Wissen und Ausdrucksformen wie etwa der Glasbläserei in Ober- und Niederösterreich, über darstellende Künste wie der Stickerei in Lustenau bis hin zu traditionellen Handwerkstechniken wie dem Indigo Handblau- druck. Darüber hinaus sind gesellschaftliche Praktiken, Rituale und Feste wie die Wiener Kaffeehauskultur sowie Praktiken in Bezug auf die Natur und das Universum, darunter das Heilwissen der Pinzgauer, Bestandteile des Kulturschwerpunkts. Das breite Spektrum der ausgewählten Traditionen unterstreicht Österreichs Einzigartigkeit, die gerade in diesen Traditionen begründet ist. Geschichte lässt sich schließlich nicht beliebig kopieren.

## Breiter Marketingmix

Die ÖW nimmt den Kulturschwerpunkt „Leidenschaft für Tradition“ ganzjährig in ihre weltweite Kommunikation mit auf. Einige Traditionen bilden den Schwerpunkt im ÖW-Urlaubsjournal Kultur 2012 „ankommen“, das mit 300.000 Stück Auflage in neun Sprachen erscheint. Zu einigen Traditionen werden zudem Webvideos produziert, die weltweit eingesetzt werden können. Die Traditionen werden außerdem – je nach Anforderung des Marktes – auch redaktionell für Kampagnen und Printproduktionen aufbereitet. Darüber hinaus finden sich die Traditionen weltweit auf den jeweiligen offiziellen Webseiten für „Urlaub in Österreich“ – [www.austria.info](http://www.austria.info) – und werden über zahlreiche Presse-Aktivitäten kommuniziert.

## ITB 2012

### Österreich-Auftritt unter dem Motto „ankommen und aufleben“



Anfang März zeigte sich das Urlaubsland Österreich auf der Internationalen Tourismus Börse Berlin in seinen schönsten Facetten. Der Österreich-Auftritt auf der ITB 2012 stand unter dem Motto „ankommen und aufleben“, dem zentralen Versprechen eines Urlaubs in Österreich. Österreichs Landschaften bildeten den Hintergrund des Gemeinschaftsstandes, die Hallendecke

stellte sich als Relief der Berglandschaft dar und zahlreiche Erlebniswelten luden zum Entdecken ein.

Auch 2012 präsentierten sich wieder alle neun Bundesländer unter dem Dach der ÖW. Besonderes Augenmerk wurde einmal mehr auf die Themen Gastfreundschaft und Kulinarik gelegt. Preisgekrönte Unterstützung kam wieder von Meisterkoch Franz Raneburger. In Zusammenarbeit mit den Produzenten der Genuss Region Österreich wurde von ihm eine Speisekarte zusammengestellt, die keine Wünsche offen ließ. Unterstützt wurde der Meisterkoch von den Schülerinnen und Schülern der Kärntner Tourismusschulen. Als besonderer Guest konnte die in Graz geborene Modedesignerin Lena Hoschek gewonnen werden, deren Sinn für die Verbindung von Tradition und Moderne sich in ihren Kollektionen widerspiegelt. Als Guest auf der Internationalen Pressekonferenz der ÖW erzählte sie persönlich von ihrer Leidenschaft für Tradition – am Stand konnten sich die Besucher selbst ein Bild von ihren Entwürfen machen.







**BUNDESMINISTERIUM FÜR  
WIRTSCHAFT, FAMILIE UND JUGEND**

1011 Wien | Stubenring 1 | [www.bmwfj.gv.at](http://www.bmwfj.gv.at)