

Lagebericht 2008

Bericht über die Lage der
Tourismus und Freizeitwirtschaft
in Österreich 2008



IMPRESSUM

Herausgeber: Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend
Stubenring 1, A-1011 Wien

Für den Inhalt verantwortlich: Sektionschefin Mag. Elisabeth Udolf-Strobl
Gestaltung und Layout: Claudia Prighuber (III/1), Claudia Goll (IK/2)
Druck: Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend
September 2009

Inhalt

VORWORT	1
1 TOURISMUSPOLITIK	5
1.1 Tourismus im Regierungsprogramm für die XXIV. Gesetzgebungsperiode	5
1.2 Tourismusausschuss des österreichischen Nationalrats	5
1.3 Tourismusplattform Bund/Bundesländer	6
2 TOURISMUSBILANZ 2008.....	9
2.1 Österreich	9
2.2 Arbeitsmarkt.....	18
2.3 Internationaler Tourismus.....	22
Exkurs: Auswirkungen der Finanz- und Wirtschaftskrise - Prognose 2009 und 2010	24
3 TOURISMUSRELEVANTE RECHTSVORSCHRIFTEN.....	33
4 REISEWIRTSCHAFT	39
5 SEKTION TOURISMUS IM BMWFJ - AUSGEWÄHLTE SCHWERPUNKTE 2008.....	41
5.1 Tourismus und Nationalparks	41
5.2 European Destinations of Excellence (EDEN)-Tourismus Award der Europäischen Union	42
5.3 Touristische Modellregionen	43
5.4 Kulturtourismus	46
5.5 Export- und Kooperationsplattform für österreichisches Tourismus Know-how: www.tourism-knowhow.at.....	49
5.6 Tourismus ohne Barrieren	50
5.7 Staatspreis Architektur 2008.....	52
5.8 Klima und Energie	53
5.9 2008 – Neuauflage Medienpaket Tourismus & Freizeitwirtschaft ..	55
Exkurs: T-MONA - Familienurlauber in Österreich, Kurzporträt Sommer 2008	57
5.10 Die Bedeutung der Tagungs- und Kongresswirtschaft für den österreichischen Tourismus	60
5.11 Studien	63
6 Internationale Beziehungen.....	67
6.1 Welttourismusorganisation (UNWTO).....	67
6.2 Organisation für wirtschaftliche Entwicklung und Zusammenarbeit (OECD).....	70
6.3 Europäische Union	71

7 WIRTSCHAFTLICHE LAGE DER BETRIEBE UND FÖRDERUNGEN.....	75
7.1 Wirtschaftliche Lage der Betriebe	75
7.2 Investitionen / Finanzierung	84
7.3 Förderungen	88
8 ÖSTERREICH WERBUNG (ÖW).....	101
Exkurs: UEFA EURO 2008TM (7. bis 29. Juni 2008)	102
MASSNAHMENPAKET TOURISMUS.....	105



VORWORT

Für Österreichs Tourismuswirtschaft war 2008 ein hervorragendes Jahr. Mit 32,6 Millionen Ankünften (+ 4,7 % gegenüber dem Vorjahr) und 126,7 Millionen Nächtigungen (+ 4,3 %) konnten deutliche Zuwächse verzeichnet werden. Im Jahresdurchschnitt gab es knapp 181.000 unselbstständig Beschäftigte im Tourismus, das sind 5,3 % aller unselbstständig Beschäftigten in Österreich.

So erfreulich dieser Rückblick auch sein mag, steht der heimische Tourismus angesichts der weltweiten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen vor großen Herausforderungen. Die österreichische Bundesregierung hat reagiert und in den vergangenen Monaten zahlreiche Maßnahmen für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft beschlossen und umgesetzt.

Einerseits ist es durch Umschichtungen in meinem Ressort gelungen, die Österreich Werbung mit einem zusätzlichen Sonderbudget von 3 Millionen EUR für einen Marketingschwerpunkt auf dem österreichischen Inlandsmarkt und auf benachbarten Nahmärkten zu unterstützen. Die Wirtschaftskammer unterstützt diese Aktion zusätzlich mit 1 Million EUR. In Fernseh- und Radiospots, auf Plakaten und in zahlreichen Medienkooperationen wirbt die Österreich Werbung seit April und noch bis Jahresende auf diesen Märkten mit dem Slogan "Wo Urlaubsglück so nahe liegt".

Andererseits wurden zusätzliche Maßnahmen im Bereich der Finanzierung gesetzt, um die Investitionstätigkeit im Tourismus aufrecht zu erhalten. Konkret wurden die ERP-Kreditmittel für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft erhöht sowie der für die Österreichische Hotel- und Tourismusbank (ÖHT) vorgesehene Haftungsrahmen auf 500 Millionen EUR und die für die Tourismuswirtschaft vorgesehene Haftungsobergrenze im Einzelfall auf 4 Millionen EUR jeweils verdoppelt. Im ersten Halbjahr 2009 sind bei der ÖHT allein für die investiven Förderungsmaßnahmen bereits 889 Förderansuchen eingelangt, was eine Steigerung von 22,3 % gegenüber dem Vergleichsraum des Vorjahres bedeutet. Mit den 703 bereits genehmigten Förderungen wurde ein gefördertes Investitionsvolumen von 422 Millionen EUR (+ 14%) ausgelöst.

Der alljährliche Lagebericht gibt einen Überblick über das Tourismusgeschehen in Österreich und ist somit eine Informationsquelle für alle im österreichischen Tourismus Tätigen. Wie bereits in den letzten Jahren, lieferte das WIFO den

volkswirtschaftlichen Teil des Berichtes. Da das WIFO dafür aber auf andere Kennzahlen zurückgreift, konnte der Lagebericht bis dato immer erst im Sommer fertiggestellt werden.

Um zukünftig auf das abgelaufene Tourismusjahr bereits zu Jahresbeginn Rückschau halten zu können, wird mein Ressort den Bericht über die Lage der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Österreich im nächsten Jahr bedeutend früher vorlegen. Der Bericht wird dann deutlich schlanker und fokussierter gestaltet sein. Die Daten zur Tourismusbranche (u.a. Ankünfte- und Nächtigungszahlen) und zum touristischen Arbeitsmarkt in Österreich (u.a. Beschäftigungs- und Lehrstellenzahlen), aber auch die volkswirtschaftlichen Kennzahlen sowie weiterführendes Datenmaterial werden dafür monatsaktuell auf die Homepage des Bundesministeriums für Wirtschaft, Familie und Jugend (www.bmwfj.gv.at/tourismus) gestellt. Wir erfüllen damit die Anforderungen der heutigen Zeit, in der immer rascher werdende Kommunikation und Aktualität bei der Weitergabe von Informationen eine zentrale Rolle spielen.

Mein Dank gilt denen, die Beiträge für diesen Bericht geliefert haben. Besonders danken möchte ich auch all jenen, die durch ihren persönlichen Einsatz, Innovationsfreude und Kreativität am Erfolg des heimischen Tourismus arbeiten.



Dr. Reinhold Mitterlehner

Bundesminister für Wirtschaft,
Familie und Jugend



VORWORT

Obwohl die aktuelle Wirtschaftskrise auch im heimischen Tourismus ihre Spuren hinterlässt bzw. hinterlassen hat, so zählt dieser mit über 5 Prozent aller Beschäftigten nach wie vor zu den wichtigsten Arbeitgebern der österreichischen Wirtschaft. Dieser Lagebericht soll dazu dienen, einen tieferen Einblick in das Tourismusgeschehen in Österreich zu geben und insbesondere die Bedeutung des Tourismus als Arbeitgeber darzustellen.

In diesem Zusammenhang erscheint es mir wichtig zu erwähnen, dass rund 60 Prozent der im Tourismus Beschäftigten Frauen sind, die oftmals - vor allem aufgrund der speziellen Anforderungen im Hinblick auf Arbeitszeiten, Mobilität und Flexibilität - vor der schwierigen Herausforderung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf stehen. Diese ist aber nicht nur für Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer von größtem Interesse, sondern auch für die Unternehmen selbst. Aus Studien wissen wir, dass eine familienfreundliche Personalpolitik die Motivation und die Zufriedenheit der Beschäftigten verbessert, die Produktivität steigert, Krankenstandstage reduziert und dem guten Ruf des Unternehmens nützt.

Die Bundesregierung ist sich dieser Tatsache bewusst und sieht in der weiteren Verbesserung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf eine zentrale Herausforderung für die österreichische Familien- und Wirtschaftspolitik. In wesentlichen Bereichen des Regierungsprogramms haben wir daher familienpolitische Vorhaben festgeschrieben, die dieses Vorhaben unterstützen. Das im Herbst 2009 in ganz Österreich gestartete kostenlose Kindergartenjahr für alle 5-Jährigen und die Einführung einer einkommensabhängigen Variante des Kinderbetreuungsgeldes mit 1. Jänner 2010 sind nur zwei Beispiele zahlreicher wichtiger und richtiger Maßnahmen auf dem Weg zu einer besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf, gerade auch für Beschäftigte im Tourismus.

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Christine Marek".

Christine Marek

Staatssekretärin im Bundesministerium
für Wirtschaft, Familie und Jugend

1 TOURISMUSPOLITIK

1.1 Tourismus im Regierungsprogramm für die XXIV. Gesetzgebungsperiode

Dem Tourismus als bedeutender Säule der österreichischen Volkswirtschaft wird im Regierungsprogramm großer Stellenwert eingeräumt.

Ausdrückliche Erwähnung findet er im Kapitel Arbeitsplatz und Standortpolitik. Besonders hervorgehoben wird das Erfordernis einer engen strategischen Abstimmung mit den Bundesländern, die Kooperation zwischen Österreich Werbung (ÖW) und Landestourismusorganisationen (LTO) sowie die Evaluierung und Erhöhung der Tourismusförderungen.

Besonderes Augenmerk wird auch auf den Aspekt der Nachhaltigkeit des heimischen Tourismus gelegt. Die Weiterführung des alpinen Schutzhüttenprogramms, Zusammenarbeit mit der Landwirtschaft und die Bedeutung der österreichischen Nationalparks sind ausdrücklich erwähnt.

„Tourismus“ ist eine Querschnittsmaterie, es gibt daher kaum Themen im Regierungsprogramm, die dafür nicht von Relevanz wären, seien es Verkehr, Landwirtschaft, Klima und Nachhaltigkeit, Nationalparks, Vereinbarkeit von Familie und Beruf, Sport, Menschen mit besonderen Bedürfnissen, Gesundheit, Kunst und Kultur, um nur einige zu nennen.

1.2 Tourismusausschuss des österreichischen Nationalrats

In dieser Legislaturperiode (XXIV) wurde der bereits in der letzten Legislaturperiode eingesetzte Tourismusausschuss beibehalten. Damit wird die Bedeutung des Tourismus für die österreichische Volkswirtschaft auch auf parlamentarischer Ebene dargestellt und gewürdigt.

Der Ausschuss möchte auf möglichst breiter konsensualer Ebene die Zukunft des österreichischen Tourismus mitgestalten und hat es sich daher zum Ziel gesetzt, alle Entschließungsanträge einstimmig zu beschließen.

In der XXIV. Gesetzgebungsperiode fand die konstituierende Sitzung am 10. Dezember 2008 statt. Am 25. März 2009 und am 10. Juni 2009 fanden weitere Sitzungen des Ausschusses statt.

Folgende Themen wurden schwerpunktmäßig behandelt:

- Bericht des Bundesministers für Wirtschaft, Familie und Jugend über die Lage der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Österreich 2007,
- Österreich Werbung (ÖW),

- Österreichische Hotel- und Tourismusbank GmbH (ÖHT).

Ein Entschließungsantrag zur Evaluierung der Tourismusförderungen sowie Prüfung der Erhöhung der Mitgliedsbeiträge der ÖW wurde vom Plenum einstimmig angenommen.

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

1.3 Tourismusplattform Bund/Bundesländer

Im Sinne einer Entschließung des Tourismusausschusses im Nationalrat hat das BMWFJ im Jahr 2007 gemeinsam mit den neun Bundesländern ein Abstimmungs- und Koordinationsgremium - die Tourismusplattform Bund/Bundesländer - ins Leben gerufen. Die föderale Grundstruktur des österreichischen Tourismus erlaubt nur eine moderne Form der freiwilligen Zusammenarbeit. Die intensive Beteiligung an diesem Prozess zeigt aber die Bereitschaft für eine länderübergreifende Abstimmung.

Die von den Landeshauptleuten und vom BMWFJ in diese Plattform entsandten Vertreter/innen arbeiten an einem Positionspapier. Bei diesem Positionspapier handelt es sich in erster Linie um Leitlinien, die das Handeln im eigenen Wirkungsbereich steuern sollen. Beispielsweise werden einige dieser Punkte bei der Kooperation der ÖW mit den neun Landestourismusorganisationen bereits umgesetzt, aber auch bei der Gestaltung der Förderrichtlinien berücksichtigt.

Die fünf Schwerpunkte des Positionspapiers:

- **Innovation**

Wirtschaftlicher Erfolg setzt in Zukunft deutlich verstärkte Bereitschaft zur Innovation und Produktentwicklung voraus. Während solche Aktivitäten in anderen Wirtschaftsbereichen selbstverständlich sind, fehlen Angebote in diese Richtung im Tourismus weitgehend.

- **Arbeitsmarkt**

Arbeitsplätze müssen national und international attraktiv sein, damit sie dem Wettbewerb mit anderen Branchen standhalten. Dazu bedarf es gemeinsamer Anstrengungen von Gesetzgebern, Sozialpartnern und Unternehmen in den Bereichen Qualifizierung, Vereinbarkeit von Familie und Beruf, altersgerechtes Arbeiten, Mobilität und Internationalisierung.

□ Finanzierung und Förderungen

Die Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit setzt eine bedarfsorientierte Finanzierung der Tourismuswirtschaft voraus. Dazu bedarf es eines klaren Bekenntnisses zur Zusammenarbeit von Bund, Ländern, Gemeinden und Kreditwirtschaft. Besonderes Augenmerk ist den Bereichen Infrastruktur, Innovation, immaterielle Investition und Destinationen zu widmen.

□ Internationale Marktbearbeitung

Die Kooperation zwischen ÖW und Landestourismusorganisationen ist die Ausgangsbasis für eine noch stärkere innovative internationale Marktbearbeitung. Voraussetzung dafür ist unter anderem eine Optimierung der österreichischen Tourismusstrukturen.

□ Infrastruktur

Eine konsequente Weiterentwicklung der tourismusrelevanten Infrastruktur und ein gemeindeübergreifendes, offenes Raumordnungsverständnis sind die Grundlagen für einen funktionierenden Tourismus. Es geht darum, die Entwicklung von Orten und Städten konsequent zu steuern, damit belebte Ortskerne erhalten bleiben, innovative Mobilität gefördert wird und die Lebensqualität für Einheimische und Tourist/innen sowie die Nahversorgung spürbar verbessert werden.

Das BMWFJ wird im Rahmen dieser Plattform auch in Zukunft an einer engen strategischen Abstimmung mit den Bundesländern weiterarbeiten - wie auch im Regierungsprogramm vorgesehen.

2 TOURISMUSBILANZ 2008

2.1 Österreich

Wirtschaftliche und sozialpolitische Daten

Univ.-Prof. Dr. Egon Smeral, WIFO

Die Gesamteinnahmen im österreichischen Tourismus erreichten im Jahr 2007 laut TSA-Konzept (Tourism Satellite Account) ein Volumen von 30,37 Mrd. EUR (+ 4,7 %), wobei 50,3 % auf ausländische und 46,5 % auf inländische Besucher/innen entfielen, die Aufwendungen der Inländer/innen im Zuge des Aufenthaltes am Zweitwohnsitz bzw. im Wochenendhaus machten 3,2 % aus. Im Jahr 2008 dürften die Gesamteinnahmen um 6,2 % gestiegen sein, so dass ein Ausgabenvolumen von 32,25 Mrd. EUR realisiert werden konnte.¹⁾

Die Ausgaben der inländischen Besucher/innen in Österreich beliefen sich 2007 auf 14,11 Mrd. EUR und dürften 2008 auf 14,89 Mio. EUR (+ 5,5 %) angestiegen sein. Davon waren 77,6 % bzw. 11,56 Mrd. EUR den Aufwendungen für Urlaubsreisen zuzurechnen, wobei hier die Ausgaben der übernachtenden Gäste mit 61,4 % (7,10 Mrd. EUR) dominierten (Tagesbesucher/innen: 38,6 % bzw. 4,46 Mrd. EUR; Übersicht 1).

¹⁾ Aus statistischen Gründen standen zum Erstellungszeitpunkt der vorliegenden Studie nur vorläufige Daten mit zweijähriger Verzögerung zur Verfügung, sodass gegenwärtig rezente TSA-Gesamtergebnisse nur bis zum Jahr 2007 vorliegen.

Übersicht 1: Aufwendungen für Tourismus und Freizeitwirtschaft in Österreich

	2000	2005	2006	2007	2008	2008	Ø 2000/ 2008
	Mio. €					Veränderung in % p. a.	
1. Aufwendungen ausländischer Besucher/innen ¹⁾	12.146,0	14.359,9	14.769,2	15.272,3	16.341,3	+7,0	+3,8
1.1 Übernachtende Tourist/innen	10.889,1	12.738,5	13.047,1	13.414,3	14.259,4	+6,3	+3,4
1.2 Tagesbesucher/innen	1.256,9	1.621,4	1.722,1	1.857,9	2.081,9	+12,1	+6,5
2. Aufwendungen inländischer Besucher/innen	10.455,0	12.723,5	13.262,5	14.111,0	14.887,2	+5,5	+4,5
2.1 Übernachtende Tourist/innen	5.973,6	7.433,7	7.924,8	8.312,7	8.754,3	+5,3	+4,9
2.1.1 Urlaubsreisende ²⁾	4.982,2	6.255,8	6.449,3	6.718,7	7.095,0	+5,6	+4,5
2.1.2 Geschäftsreisende	991,4	1.177,8	1.475,5	1.593,9	1.659,3	+4,1	+6,6
2.2 Tagesbesucher/innen	4.481,4	5.289,8	5.337,7	5.798,4	6.132,9	+5,8	+4,0
2.2.1 Urlaubsreisende	3.207,6	3.846,3	3.880,3	4.206,5	4.463,0	+6,1	+4,2
2.2.2 Geschäftsreisende	1.273,8	1.443,5	1.457,4	1.591,9	1.669,9	+4,9	+3,4
3. Aufwendungen der Inländer/innen in Wochenendhäusern und Zweitwohnungen	821,6	968,7	977,2	984,0	1.024,3	+4,1	+2,8
Gesamtausgaben laut TSA-Konzept (1+2+3)	23.422,7	28.052,0	29.008,9	30.367,3	32.252,8	+6,2	+4,1
4. Aufwendungen der Inländer/innen in Österreich für den Freizeitkonsum am Wohnort	19.691,1	22.555,0	24.267,2	25.616,0	26.666,3	+4,1	+3,9
5. Aufwendungen der Inländer/innen für Auslandsreisen ¹⁾⁺³⁾	7.600,0	8.922,0	9.308,0	9.354,0	9.442,0	+0,9	+2,7
Aufwendungen für Tourismus und Freizeitwirtschaft in Österreich (1+2+3+4)	43.113,8	50.607,0	53.276,2	55.983,3	58.919,1	+5,2	+4,0
Aufwendungen der Inländer/innen für Tourismus und Freizeitwirtschaft in Österreich (2+3+4)	30.967,7	36.247,1	38.506,9	40.711,1	42.577,8	+4,6	+4,1
Aufwendungen der Inländer/innen für Tourismus und Freizeitwirtschaft insgesamt (2+3+4+5)	38.567,7	45.169,1	47.814,9	50.065,1	52.019,8	+3,9	+3,8

Q: OeNB, Statistik Austria, VGR, WIFO. 2000-2006: endgültig (revidiert), 2007: vorläufig, 2008: Schätzung. – ¹⁾ Einschließlich des internationalen Personentransportes. Aufgrund des unterschiedlichen Revisionszeitpunktes können die Daten laut TSA von jenen laut Zahlungsbilanz abweichen. – ²⁾ Einschließlich Aufwendungen im Zuge von Kuraufenthalten. – ³⁾ Urlaubs- und Geschäftsreisen.

Für Dienst- und Geschäftsreisen gaben die Österreicher/innen im Jahr 2007 rd. 3,19 Mrd. EUR aus, 2008 dürften es 3,33 Mrd. EUR (+ 4,5 %) gewesen sein, wobei die Aufwendungen von Tagesbesucher/innen und Übernachtungsgästen in etwa gleich verteilt waren.

Während ihres Aufenthaltes in Wochenendhäusern und Zweitwohnungen verausgabten die Inländer/innen 2007 984 Mio. EUR, 2008 waren es schätzungsweise 1.024,3 Mio. EUR (+ 4,1 %). Diese Größe beinhaltet nur die laufenden Kosten; unter Berücksichtigung der Investitionskosten und Grundstückskäufe würde die betreffende Ausgabenposition noch deutlich höher ausfallen.

Insgesamt machten im Jahr 2007 die Tourismusausgaben der In- und Ausländer/innen nach dem TSA-Konzept (einschließlich der Dienst- und Geschäftsreisen) zusammen mit den Freizeitaufwendungen der Inländer/innen am Wohnort 55,98 Mrd. EUR (+ 5,1 %) aus. 2008 expandierte die Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Österreich um 5,2 % und erwirtschaftete damit ein Volumen von 58,92 Mrd. EUR.

Die Ausgaben der Österreicher/innen für Auslandsreisen (Tourismusimporte) beliefen sich 2007 auf 9,35 Mrd. EUR (+ 0,5 %) und wuchsen im Jahr 2008 kaum (+ 0,9 %). Da die Aufwendungen von ausländischen Besucher/innen (lt. Zahlungsbilanz; 2007: + 3,2 %, 2008: + 6,5 %) deutlich stiegen, vergrößerte sich der Überschuss der Reiseverkehrsbilanz von 6,28 Mrd. EUR (2007) auf 7,21 Mrd. EUR (2008) weiterhin.

In Österreich waren bis zum Dezember 2008 nur partiell Auswirkungen der Wirtschafts- und Finanzkrise zu beobachten. Trotz der laufenden Verschlechterung der makroökonomischen Rahmenbedingungen konnte bis dahin die Lage der österreichischen Tourismuswirtschaft gemäß den verfügbaren Daten noch als durchaus zufriedenstellend eingeschätzt werden (zu den möglichen Auswirkungen der Finanz- und Wirtschaftskrise auf den österreichischen Tourismus siehe Exkurs, Seite 24).

Im Kalenderjahr 2008 erwirtschaftete der österreichische Tourismus einen Umsatzzuwachs von 6,1 %. Dazu trugen die gute Wintersaison 2007/08 (+ 7,1 %), eine unerwartet erfolgreiche Sommersaison 2008 (+ 6,7 %) sowie die kräftige Nachfragesteigerung zu Beginn des Winterhalbjahres 2008/09 bei.

Die saisonale Struktur der Übernachtungen nach der Herkunft gibt Aufschluss über die saisonale Präferenz der Österreich-Urlauber/innen (in der Auswertung wurden nur Herkunfts Märkte mit mindestens 300.000 Nächtigungen in einer Saison berücksichtigt; Übersicht 2): So zählten im Tourismusjahr 2007/08 von den nächtigungsstarken Märkten vor allem die Gäste aus Irland, Kroatien, Polen, Dänemark und Tschechien zu den typischen Wintertourist/innen. Mehr als zwei Drittel der im Tourismusjahr 2007/08 getätigten Nächtigungen dieser Märkte entfielen auf die Wintersaison.

Übersicht 2: Herkunft der Winter- und Sommertourist/innen in Österreich 2007/08 - Herkunfts Märkte mit mindestens 300.000 Übernachtungen in der jeweiligen Saison

Wintersaison 2007/08			Sommersaison 2008		
Herkunft	Übernach-tungen	Anteil am Tourismusjahr in %	Herkunft	Übernach-tungen	Anteil am Tourismusjahr in %
Republik Irland	304.306	77,59	Arabische Länder in Asien ¹⁾	307.304	85,27
Kroatien	312.593	75,02	Spanien	475.114	66,04
Polen	988.230	74,23	USA	790.410	64,37
Dänemark	1.058.015	70,21	Italien	1.881.231	62,19
Tschechien	1.148.661	67,25	Frankreich	1.072.144	61,92
Ungarn	1.084.098	66,33	Schweiz und Liechtenstein	2.073.870	58,37
Russland	715.522	66,27	<i>Insgesamt</i>		
Vereinigtes Königreich	2.544.630	64,68		6.600.073	62,16
Niederlande	5.753.617	61,72			
Rumänien	511.855	60,24			
Schweden	480.117	56,68			
Belgien	1.419.395	55,99			
Deutschland	25.705.044	51,72			
<i>Insgesamt</i>	42.026.083	55,85			

Q: Statistik Austria, eigene Berechnungen. – ¹⁾ Bahrain, Irak, Jemen, Jordanien, Katar, Libanon, Oman, Saudi-Arabien, Syrien, Vereinigte Arabische Emirate.

Die typischen Sommertourist/innen kamen 2008 hingegen vorrangig aus den arabischen Ländern Asiens, aus Spanien, den USA, Italien und Frankreich (ähnlich wie für die Klassifikation der Wintertourist/innen entfielen über 60 % der Nachfrage dieser Märkte im Tourismusjahr 2007/08 auf die Sommersaison).

Die Grundlage zur Beurteilung der Entwicklung der Saisonalität auf nationaler und regionaler Ebene bildet die unterjährige Struktur der Übernachtungen (Anteil der Monate am Kalenderjahr), auf deren Basis jeweils der Variationskoeffizient für die einzelnen Jahre berechnet wurde. Wie aus Übersicht 3 hervorgeht, zeichnet sich im Bundesdurchschnitt ein Trend zu einer ausgewogeneren Nachfrage ab (sinkender Variationskoeffizient im Zeitverlauf). Eine differenzierte Betrachtung nach Bundesländern zeigt, dass bei den Österreich-Urlauber/innen aus dem Ausland die Saisonalität im langfristigen Vergleich seit 1990 vor allem in den tourismusintensiven Bundesländern Salzburg, Tirol und Vorarlberg zunahm, während sie im übrigen Bundesgebiet rückläufig war.

Übersicht 3: Regionale Entwicklung der Saisonalität

	Burgen-land	Kärnten	Nieder-österreich	Ober-österreich	Salzburg	Steier- mark	Tirol	Vorarl- berg	Wien	Österreich insgesamt
Variationskoeffizienten ¹⁾ der monatlichen Nächtigungsanteile am Kalenderjahr										
Inländer/innen										
1990	68,18	111,16	33,00	46,11	54,06	40,05	47,35	40,39	19,23	45,73
1995	66,62	102,02	27,87	40,24	59,40	39,36	51,50	43,36	16,14	43,88
2000	59,33	92,05	25,82	35,12	57,43	33,39	45,61	35,34	14,12	38,90
2005	48,34	77,12	21,56	30,48	49,38	27,34	37,06	38,82	15,21	31,66
2006	40,24	74,08	21,27	28,05	47,23	26,79	34,22	36,44	17,56	29,26
2007	42,38	73,36	21,13	27,88	41,58	26,64	32,96	36,48	17,31	29,34
2008	42,44	76,35	20,87	30,07	44,00	27,45	34,04	34,00	15,11	30,24
Ausländer/innen										
1990	117,03	119,00	63,48	83,89	52,73	48,84	51,69	50,24	39,75	54,09
1995	111,09	109,57	55,75	73,37	55,21	47,07	52,91	53,53	31,36	50,15
2000	99,97	97,89	48,98	65,94	56,86	44,82	53,33	56,88	30,23	47,32
2005	92,39	88,69	44,86	56,20	62,58	45,67	62,57	64,58	25,72	51,38
2006	86,37	81,93	39,08	53,25	55,86	41,45	55,98	57,14	23,96	45,38
2007	85,83	80,84	39,49	52,04	55,61	41,17	54,12	52,94	24,75	44,58
2008	80,95	79,52	36,89	51,97	62,21	47,06	60,79	62,71	22,48	49,52
Insgesamt										
1990	89,67	116,55	44,09	64,44	51,04	42,81	51,19	48,82	35,62	51,76
1995	80,42	106,73	37,00	55,49	54,37	40,97	52,50	51,78	27,68	47,77
2000	69,11	95,29	33,08	47,73	55,21	34,83	52,19	53,53	25,88	43,22
2005	58,55	84,03	29,81	41,26	58,77	31,66	60,21	61,17	22,76	44,50
2006	50,67	78,60	27,06	38,47	53,10	29,53	53,78	54,23	21,60	39,20
2007	52,12	77,59	27,30	37,74	51,84	29,22	51,79	50,43	22,09	38,36
2008	51,00	77,97	26,22	38,99	57,48	31,97	58,00	58,93	19,51	42,02

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

Die Zahl der Nächtigungen stieg 2008 um 4,3 % (Übersicht 4). Dabei war die Nachfrage der ausländischen Reisenden wesentlich dynamischer (+ 4,9 %) als jene der inländischen Gäste (+2,6%). Auf den für Österreich bedeutenden Her-

kunftsmärkten fiel die Entwicklung im Jahr 2008 jedoch sehr unterschiedlich aus: Vor allem Reisende aus Russland (+ 40,4 %) und den östlichen Nachbarländern (Polen + 34,0 %, Slowakei + 31,6 %, Tschechien + 27,9 %, Ungarn + 8,6 %) sowie dänische Gäste (+ 5,4 %) nächtigten deutlich öfter als im Vorjahr in Österreich. Die Nachfrage aus den Niederlanden stieg mit + 5,0 % ähnlich wie die ausländische Gesamtnachfrage. Schwächer fiel das Nächtigungswachstum von Reisenden aus Deutschland (+ 4,1 %), Belgien und Luxemburg (+ 3,2 %) sowie Frankreich (+ 1,8 %) aus.

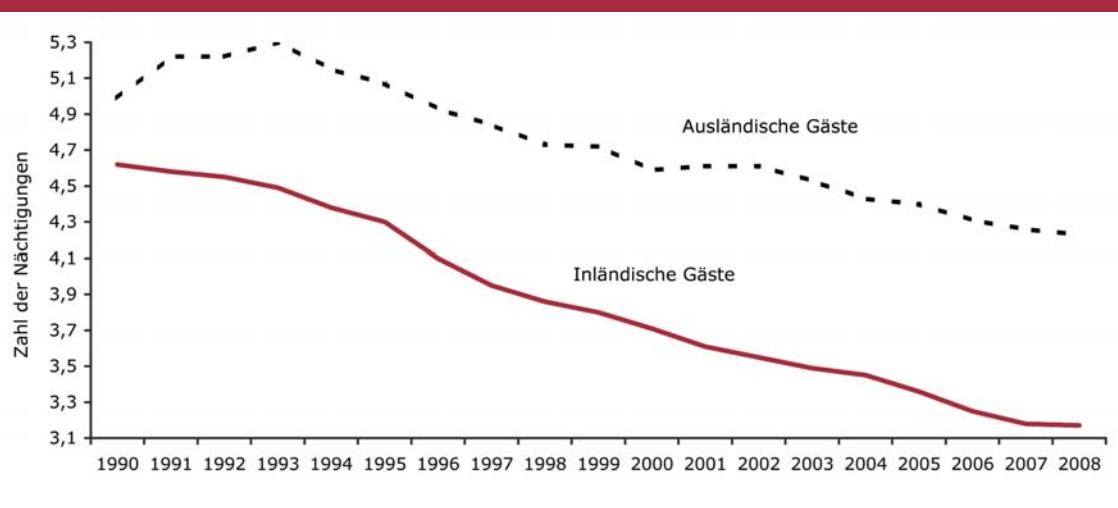
Auf allen anderen bedeutenden Märkten war im Jahresschnitt 2008 ein leichter bis mäßiger Rückgang zu verzeichnen (Schweiz – 3,9 %, Italien –2,5 %, Vereinigtes Königreich – 0,3 %). Relativ kräftige Einbußen ergaben sich bei den Gästenächtigungen aus den USA (– 17,8 %). Insbesondere in den USA und in Großbritannien dämpfen die Auswirkungen der Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise die Reisebereitschaft stark; die negative Entwicklung schlug hier ab dem Sommer 2008 deutlich durch. Zusätzlich dürfte die Aufwertung des Euro im Jahr 2008 die Nachfrage gebremst haben (Dollar je Euro + 7,3 %, Pfund je Euro + 16,4 %). Die Nachfrageschwäche italienischer Urlauber/innen ist neben der Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise auch auf Probleme hinsichtlich der strukturellen Wettbewerbsfähigkeit zurückzuführen.

Übersicht 4: Übernachtungen in Österreich nach der Herkunft

	2000	2005	2006	2007	2008	2008	Ø 2000/ 2008
	In 1.000					Veränderung in % p. a.	
Insgesamt	113.686	119.242	119.403	121.451	126.669	+4,3	+1,4
Inland	31.021	31.501	32.130	33.008	33.880	+2,6	+1,1
Ausland	82.665	87.741	87.274	88.443	92.789	+4,9	+1,5
EU 27 ¹⁾	.	78.219	77.294	78.069	82.125	+5,2	.
EU 25 ¹⁾	.	77.920	76.842	77.312	81.078	+4,9	.
EU 15 ¹⁾	71.524	74.019	72.551	72.514	75.231	+3,7	+0,6
Deutschland	52.334	51.028	48.792	48.167	50.124	+4,1	-0,5
Niederlande	7.376	8.686	8.765	9.089	9.541	+5,0	+3,3
Vereinigtes Königreich	3.066	3.602	3.786	3.932	3.918	-0,3	+3,1
Italien	2.534	3.119	3.153	3.056	2.979	-2,5	+2,0
Belgien und Luxemburg	2.216	2.637	2.685	2.755	2.843	+3,2	+3,2
Frankreich	1.461	1.664	1.753	1.702	1.732	+1,8	+2,2
Dänemark	879	1.159	1.310	1.445	1.523	+5,4	+7,1
Schweden	678	695	727	711	847	+19,1	+2,8
Spanien	452	632	660	678	710	+4,8	+5,8
Finnland	174	246	251	248	257	+3,8	+5,0
Griechenland	169	225	254	270	284	+5,3	+6,7
Irland (Republik)	123	253	332	364	387	+6,4	+15,4
Portugal	62	73	82	98	85	-12,7	+4,1
12 neue EU-Länder	.	4.201	4.743	5.556	6.894	+24,1	.
10 neue EU-Länder (Beitritt 2004)	.	3.902	4.291	4.799	5.848	+21,9	.
MOEL 5	2.521	3.725	4.041	4.504	5.505	+22,2	+10,3
Ungarn	729	1.296	1.399	1.511	1.642	+8,6	+10,7
Tschechien	685	1.133	1.236	1.391	1.779	+27,9	+12,7
Polen	755	820	894	1.037	1.389	+34,0	+7,9
Slowenien	201	244	249	270	306	+13,6	+5,4
Slowakei	151	232	263	295	389	+31,6	+12,6
Estland	.	39	50	52	75	+44,0	.
Lettland	.	55	80	95	88	-7,4	.
Litauen	.	53	76	104	128	+22,6	.
Zypern	.	13	18	21	29	+37,4	.
Malta	.	16	25	22	23	+5,9	.
2 neue EU-Länder (Beitritt 2007)	132	299	452	757	1.046	+38,2	+29,5
Bulgarien	46	68	89	121	148	+22,2	+15,6
Rumänien	86	230	363	636	899	+41,3	+34,2
Schweiz	2.892	3.514	3.579	3.703	3.560	-3,9	+2,6
Übersee	2.917	2.457	2.584	2.457	2.165	-11,9	-3,7
USA	1.876	1.389	1.498	1.458	1.199	-17,8	-5,4
Japan	584	566	539	456	409	-10,3	-4,4
Australien und Neuseeland	279	309	331	318	333	+4,7	+2,2
Kanada	178	193	217	225	225	+0,1	+3,0
China	.	249	253	245	236	-3,5	.
Indien ²⁾	58	71	88	89	99	+11,5	+6,9
Russland	.	530	631	787	1.104	+40,4	.

Q: Statistik Austria. – ¹⁾ Ohne Österreich. – ²⁾ Bis Oktober 2004 Südasien (Indien, Pakistan, Afghanistan, Bangladesch, Butan, Sri Lanka, Iran, Malediven, Nepal).

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer sank (wenn auch nur leicht) im Kalenderjahr 2008 aufgrund der anhaltenden Tendenz zu Kurzurlauben weiterhin (- 0,4 %), wobei der Rückgang bei in- und ausländischen Gästen in etwa in ähnlichem Ausmaß erfolgte. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer lag 2008 bei 3,2 Nächten für inländische Gäste, Tourist/innen aus dem Ausland blieben um eine Nacht länger (Abbildung 1).

Abbildung 1: Aufenthaltsdauer von in- und ausländischen Gästen

Volkswirtschaftliche Bedeutung

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

Die so kalkulierten direkten und indirekten Wertschöpfungseffekte für das Jahr 2007 beliefen sich auf 22,39 Mrd. EUR (+ 4,2 %). Der Tourismus trug damit 8,2 % zur gesamtwirtschaftlichen Bruttowertschöpfung (BIP) bei (Übersicht 5).

Um mögliche Verzerrungen durch Sondereinflüsse zu reduzieren und einen authentischen Wachstumspfad zeichnen zu können, ist die Darstellung einer langfristigeren Entwicklung von Vorteil: So expandierte die gesamte touristische Wertschöpfung in der Periode 2000/2007 um insgesamt 28,5 % bzw. 3,6 % pro Jahr.

Zur Beurteilung der volkswirtschaftlichen Bedeutung von Tourismus und Freizeitwirtschaft bedarf es der zusätzlichen Berücksichtigung des nicht-touristischen Freizeitkonsums der Österreicher/innen am Wohnort. Dieser erreichte 2007 ein Volumen von 25,62 Mrd. EUR und expandierte 2008 ersten Schätzungen zufolge um 4,1 % auf 26,67 Mrd. EUR (siehe Übersicht 1).

Die durch den nicht-touristischen Freizeitkonsum ausgelösten direkten und indirekten Wertschöpfungseffekte beliefen sich auf 21,04 Mrd. EUR (2007), dies entspricht einem Beitrag zum BIP von 7,8 %.

Eine Gesamtbetrachtung der inlandswirksamen Aufwendungen der Inländer/innen für den nicht-touristischen Freizeitkonsum am Wohnort und der in- und ausländischen Besucher/innen für den touristischen Konsum verdeutlicht die beachtliche

Dimension der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Österreich: Im Jahr 2007 beliefen sich die direkten und indirekten Wertschöpfungseffekte auf 43,33 Mrd. EUR (+ 4,9 %), der Beitrag zum BIP betrug 16,0 %.

Übersicht 5: Die volkswirtschaftliche Bedeutung von Tourismus und Freizeitwirtschaft in Österreich									
Aggregate	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	
<i>TSA – Direkte Wertschöpfung des Tourismus</i>		Mio. €							
Ohne Dienst- und Geschäftsreisen	10.662	11.035	11.373	11.682	12.180	12.469	12.945	13.581	
Einschließlich Dienst- und Geschäftsreisen	11.598	11.953	12.367	12.649	13.052	13.343	13.835	14.553	
		Anteil am BIP in %							
Ohne Dienst- und Geschäftsreisen	5,1	5,2	5,2	5,2	5,2	5,1	5,0	5,0	
Einschließlich Dienst- und Geschäftsreisen	5,6	5,6	5,7	5,7	5,6	5,5	5,4	5,4	
<i>TSA-Erweiterungen – Direkte und indirekte Wertschöpfung</i>		Mio. €							
Tourismus (ohne Dienst- und Geschäftsreisen)	17.349	17.950	18.630	19.017	19.887	20.853	21.382	22.289	
Freizeitkonsum der Inländer/innen am Wohnort	16.136	16.613	16.642	17.249	17.940	18.520	19.928	21.039	
Tourismus- und Freizeitwirtschaft (ohne Dienst- und Geschäftsreisen)	33.485	34.563	35.272	36.266	37.828	39.373	41.310	43.327	
		Beitrag zum BIP in %							
Tourismus (ohne Dienst- und Geschäftsreisen)	8,4	8,4	8,5	8,5	8,5	8,5	8,3	8,2	
Freizeitkonsum der Inländer/innen am Wohnort	7,8	7,8	7,6	7,7	7,7	7,6	7,7	7,8	
Tourismus- und Freizeitwirtschaft (ohne Dienst- und Geschäftsreisen)	16,1	16,3	16,1	16,2	16,3	16,1	16,1	16,0	

Quelle: Statistik Austria, WIFO. 2000 bis 2006: endgültig (revidiert), 2007: vorläufig.

Entwicklung der touristischen Nachfrage

Die gegenwärtig verfügbare Information zur Struktur des touristischen Konsums basiert auf Daten aus dem Jahr 2007, welche – wie schon in den Vorjahren – den Bereich Beherbergung und Verpflegung mit 36,8 % (17,52 Mrd. EUR) als bedeutendste Position ausweist (Übersicht 6). Auf den Plätzen folgen "Kultur, Bildung, Unterhaltung, Freizeit und Sport" mit einem Anteil von knapp einem Fünftel (9,31 Mrd. EUR) sowie der Transportsektor²⁾ mit 14,3 % (6,81 Mrd. EUR), wobei hier die Ausgaben für den Individualtransport (4,11 Mrd. EUR) jene für den öffentlichen Verkehr (2,70 Mrd. EUR) deutlich überstiegen. Insgesamt entfielen auf diese drei größten Positionen etwas mehr als 70 % der Gesamtaufwendungen.

Die Aufwendungen für Pauschalreisen beliefen sich auf ein Volumen von 2,85 Mrd. EUR (rund 6 % der Tourismus- und Freizeitausgaben insgesamt), wobei diese konzeptuell zur Gänze von den Inländer/innen getätigten wurden. Für Foto-, Kino-, Fernseh- und Rundfunkgeräte wurden 2007 insgesamt 2,61 Mrd. EUR verausgabt, die fast vollständig (zu 96,7 %) dem Tourismus- und Freizeitkonsum der Inländer/innen zuzurechnen waren. Für Bekleidung und Schuhe wurden 2,23 Mrd. EUR bzw. 4,7 % der Gesamtaufwendungen ausgegeben.

²⁾ Aufgrund des hohen Detailgrades ist die vorliegende Berechnung nicht konsistent mit dem TSA-Konzept.

Übersicht 6: Struktur der Aufwendungen für Tourismus und Freizeitwirtschaft in Österreich 2007

	Besucher/innen aus dem Inland		Insgesamt ¹⁾	Besucher/innen aus dem Inland		Insgesamt ¹⁾
	In 1.000 €	Anteile in %				
Nahrungsmittel und antialkoholische Getränke						
01 Tränke	201.379	457.752	659.131	0,62	3,00	1,38
02 Alkoholische Getränke, Tabak, Narkotikum	147.128	334.435	481.563	0,46	2,19	1,01
03 Bekleidung und Schuhe	1.682.885	549.580	2.232.465	5,20	3,60	4,69
04 Wohnen und Beheizung	69.275	157.469	226.744	0,21	1,03	0,48
05 Einrichtung	216.018	113.427	329.445	0,67	0,74	0,69
06 Gesundheit	128.323	291.688	420.011	0,40	1,91	0,88
07 Transport	3.924.933	2.887.640	6.812.573	12,14	18,91	14,31
Individualtransport	2.638.437	1.476.141	4.114.578	8,16	9,67	8,64
Öffentlicher Transport	1.286.496	1.411.499	2.697.995	3,98	9,24	5,67
08 Kommunikation	567.768	635.414	1.203.182	1,76	4,16	2,53
09 Foto-, Kino-, Fernseh- und Rundfunkgeräte Kultur, Bildung, Unterhaltung, Freizeit und Sport ²⁾	2.536.017	78.438	2.614.455	7,84	0,51	5,49
10 Glückspiel	7.380.517	1.931.272	9.311.789	22,83	12,65	19,56
11 Pauschalreisen	883.972	162.453	1.046.425	2,73	1,06	2,20
12 Beherbergung und Verpflegung	2.848.720	0	2.848.720	8,81	0,00	5,98
13 Übrige Waren	10.472.645	7.045.816	17.518.460	32,39	46,13	36,80
14 Summe der Positionen 1 bis 14 ³⁾	1.275.194	626.877	1.902.071	3,94	4,10	4,00
Aufwendungen übernachtender inländischer Tourist/innen für Geschäftsreisen	32.334.773	15.272.262	47.607.035	100,00	100,00	100,00
Aufwendungen inländischer Tagesbesucher/innen	1.593.933	-	1.593.933			
Aufwendungen der Inländer/innen in Wochenendhäusern und Zweitwohnungen	5.798.378	-	5.798.378			
Aufwendungen für Tourismus und Freizeitwirtschaft in Österreich	983.981	-	983.981			
	40.711.065	15.272.262	55.983.327			

Q: OeNB, Statistik Austria, VGR, WIFO. Rundungen ergeben Rechendifferenzen. – ¹⁾ Einschließlich des internationalen Personenverkehrs. – ²⁾ Einschließlich Seilbahnen, Sessel- und Schleppliftverkehr. – ³⁾ Inländer/innen: Aufwendungen übernachtender Tourist/innen für Urlaubsreisen und Aufwendungen für den Freizeitkonsum am Wohnort.

Entwicklung des touristischen Angebots

Laut der letztverfügbaren Leistungs- und Strukturstatistik für das Jahr 2006 umfasste das Beherbergungs- und Gaststättenwesen rund 46.000 Unternehmen (Statistik Austria, 2008). Die Bruttowertschöpfung der Branche zu Herstellungs kosten erreichte 2008 ein Volumen von 11,72 Mrd. EUR (+ 7,4 %), der Anteil des Sektors an der Summe der Wirtschaftsbereiche belief sich damit auf 4,6 %.

Im Jahresschnitt 2008 zählte das Beherbergungs- und Gaststättenwesen rund 181.000 unselbstständig Beschäftigte (ohne Karenz- bzw. Kinderbetreuungsgeldbezieher und Präsenzdiener) und 44.000 selbstständig Tätige. Die Arbeitslosenquote des Sektors lag laut ÖNACE 2008-Klassifizierung bei 13,7 %.

Dem langfristigen Trend zur Qualitätssteigerung folgend baute die 5- und 4-Sterne-Hotellerie auch im Tourismusjahr 2007/08 ihre Bettenkapazität weiter aus und erreichte damit ein Volumen von 225.134 (Winter) bzw. 221.074 Betten (Sommer). Seit 1989/90 entspricht dies einem Zuwachs von rund 77 % (Winter)

bzw. 63 % (Sommer). In den 1- und 2-Sterne-Betrieben sowie in Privatquartieren hielt die gegenläufige Tendenz an: Die Kapazität der 1- und 2-Sterne-Betriebe hat sich im gleichen Zeitraum mehr als halbiert (Winter: – 53,6 %; Sommer: – 56,9 %). Die Bettenzahl in 3-Sterne-Betrieben stagnierte langfristig. Das Bettenangebot in den sonstigen Unterkünften (größtenteils Ferienwohnungen) expandierte kräftig.

Hinsichtlich der Kapazitätsauslastung lagen im Tourismusjahr 2007/08 ebenfalls die Betriebe der 5-/4-Sterne-Kategorie mit 51,7 % im Winter und 52,8 % im Sommer an der Spitze. Die Betten der 3-Sterne-Betriebe waren ganzjährig zu einem guten Drittel belegt, während die 1- und 2-Sterne-Kategorie in der Wintersaison 2007/08 mit 28,5 % stärker ausgelastet war als in der Sommersaison 2008 mit 22,7 %. Über alle Unterkunftsarten betrachtet lag die Auslastung im Winter mit 35,0 % um 4,8 Prozentpunkte über dem Sommerwert, wobei dies im Vergleich zum Vorjahr eine Steigerung um 1,8 (Winter) bzw. 0,6 Prozentpunkte (Sommer) bedeutete.

2.2 Arbeitsmarkt

Im Jahresdurchschnitt 2008³⁾ waren 180.987 unselbstständig Beschäftigte im Tourismus tätig. Damit hat der Tourismus einen Anteil von 5,5 % an den aktiv unselbstständig Beschäftigten (gesamt 3.304.086). Die Zahl der unselbstständig Beschäftigten im Tourismus nahm 2008 um 2,7 %⁴⁾ zu.

Mit fast 2/3 weiblicher Beschäftigten (60 % Frauen, 40 % Männer) sind Tourismusbetriebe Arbeitgeber für Frauen. Durchschnittlich waren 2008 61.366 Ausländer/innen im Tourismus unselbstständig beschäftigt. Damit hat die Branche einen Ausländer/innenanteil von 33,9 %. Mit einem Anteil von 25,5 % (Ö: 14,9 %) an unselbstständig Beschäftigten unter 25 Jahren und 24,2 % (Ö: 33,3 %) an Älteren über 45 Jahren ist im Tourismus eine vergleichsweise hohe Zahl an Jugendlichen beschäftigt.⁵⁾

Im Jahr 2008 waren in der Tourismusbranche im Durchschnitt 28.765 (2007: 30.087) Arbeitslose vorgemerkt. Im Vergleich zum Jahr 2007 ist die Arbeitslosigkeit um 4,4 % zurückgegangen. Trotzdem waren in der Tourismusbranche 13,6 % aller Arbeitslosen registriert. Der Anteil der Branche an allen Arbeitslosen ist somit mehr als doppelt so hoch wie der Anteil an den unselbstständig Beschäftigten. Im Jahr 2008 lag die Arbeitslosenregisterquote mit 13,7 % im Tourismusbereich weit über der gesamten Registerquote von 5,8 %.

2008 wurden die Kontingente für befristet beschäftigte ausländische Saisoniers im Tourismus gegenüber 2007 im Wesentlichen beibehalten. Das Kontingent für die Wintersaison 2007/08 betrug wie im Jahr davor 7.855 Plätze. Das

³⁾ Aufgrund von statistischen Veränderungen sind die Daten in diesem Bericht mit jenen des Vorjahresberichts nicht vergleichbar

⁴⁾ laut Erwerbskarrierenmonitoring des AMS-DWH (Data Warehouse)

⁵⁾ laut Erwerbskarrierenmonitoring des AMS-DWH

Sommertourismuskontingent war mit 5.250 etwas geringer als 2007. Für die UEFA EURO 2008™ wurde jedoch ein Sonderkontingent von 1.040 Plätzen freigegeben, wodurch während der UEFA EURO 2008™ kurzfristig 6.920 Plätze zur Verfügung standen. Das Wintertourismuskontingent 2008/09 war mit 8.120 Plätzen etwas höher als in den vergangenen Wintersaisonen. Im Rahmen der o. a. Kontingente wurden im Laufe des Jahres insgesamt rund 15.500 Bewilligungen für ausländische Tourismussaisoniers erteilt.

Im Jahresschnitt 2008 wurden dem AMS 5.760 sofort verfügbare offene Stellen im Tourismus gemeldet. Trotz eines generellen Rückgangs an sofort verfügbaren offenen Stellen (- 1,9 %), konnte das Stellenangebot im Tourismus um 9,8 % erhöht werden. Somit stieg der Anteil der Tourismusstellen an allen offenen Stellen auf 15,36 % (13,7 % Anteil im Vorjahr). Im Jahresschnitt 2008 standen im Tourismus (Berufe) 500 Lehrstellensuchende (- 23 bzw. - 4,4 % im Vorjahresvergleich) 1.481 offenen Lehrstellen (+ 123 bzw. + 9,1 %) gegenüber.

Im Jahresschnitt 2008 nahmen 3.990 (2007: 4.025 Personen) Personen im Tourismus an einer Schulung teil. Somit ist die Zahl der Personen in Schulungen 2008 im Vergleich zum Vorjahr praktisch gleich hoch (- 35 bzw. - 0,87 %).

Die vom AMS durchgeführten Kurse reichen von Anlernkursen bis zu Vorbereitungskursen für den Lehrabschluss in Tourismusberufen. Ebenso werden Weiterbildungs- bzw. Spezialisierungskurse für Fachpersonal angeboten (z. B. Gesunde Ernährung, Einführung in die Diätküche, Patisserie, Weinberatung, Gästebetreuung) sowie diverse Sprachkurse (Englisch, Italienisch, Französisch, aber auch Sprachen der neuen EU Länder wie z. B. Ungarisch und Tschechisch) bis hin zu EDV im Tourismus und Reisebüro (z. B. Buchungssysteme Amadeus und Fidelio etc.).

Im Jahr 2008 wurde in der Tourismusbranche (NACE Beherbergung und Gastronomie) für insgesamt 3.351⁶⁾ junge Menschen (davon 1.849 für Mädchen und 1.503 für Burschen) eine Lehrstellenförderung genehmigt. Ein Großteil der Lehrstellenförderung, nämlich 75,8 % aller genehmigten geförderten Lehrstellen, entfiel auf die Förderung „zusätzliche Lehrstelle“ (Blum-Bonus). Insgesamt wurden 2008 ungefähr 27.614 (- 7,1 %) Personen aus dem Tourismusbereich (NACE [“Nomenclature générale des activités économiques dans les Communautés européennes”] Beherbergung und Gastronomie) in eine Fördermaßnahme einzbezogen. 68,6 % der Förderungen entfielen auf Qualifizierungsmaßnahmen, 20,3 % auf Unterstützungsmaßnahmen (darunter ist etwa die Kinderbetreuungsbeihilfe oder die Beratung durch fachspezifische Einrichtungen zu verstehen) und 11,1 % auf Beschäftigungsförderungen. Mit dem Instrument der Eingliederungsbeihilfe konnten im Jahr 2008 rund 2.170 Personen (70 % Frauen) bei der (Re)Integration in den Arbeitsmarkt unterstützt werden.

⁶⁾ Personen mit einer im Jahr 2008 genehmigten Förderung

EURES (EUROpean Employment Services) Aktivitäten

Eures - 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. Gerade im Wintertourismus konnten die Personalengpässe deutlich verringert werden. Für die Wintersaison 2008/09 konnten 1.137 EWR-Bürger/innen in fixe Dienstverhältnisse (+ 5 % gegenüber dem Vorjahr) und 354 (+ 9 % gegenüber dem Vorjahr) Personen als Lehrlinge und Praktikant/innen durch direkte EURES-Aktivitäten (Jobbörsen und sonstige Recruitingaktivitäten) in österreichische Tourismusbetriebe vermittelt werden. In der Sommersaison 2008 wurden 102 Personen in Dienstverhältnisse (+ 30 % gegenüber 2007) und 15 Personen als Lehrlinge und Praktikant/innen (+ 66 % gegenüber 2007) in österreichische Tourismusbetriebe vermittelt. Bei den indirekten EURES- Vermittlungen kann ein Anstieg von rund 1.200 gegenüber 2007/08 verzeichnet werden. Durch die positiven Erfahrungen mit EURES nutzen immer mehr Betriebe die EURES Selbstbedienungstools, um Personal eigeninitiativ zu rekrutieren.

Tabelle 1: Verteilung nach Bundesländern für die Wintersaison 2008/09

Bundesland	Personen, die über Eures in Dienstverhältnisse vermittelt wurden	Lehrlinge/ PraktikantInnen
Salzburg	409	198
Tirol	282	30
Vorarlberg	390	118
Steiermark	54	8
Burgenland	1	
Österreich gesamt	1.137	354

Quelle: AMS, 2009

Arbeitsmarktpolitische Projekte

Beispiel: Tourismus in der Steiermark, in Kooperation mit Slowenien und Ungarn

Aufgrund der spezifischen Probleme am touristischen Arbeitsmarkt in der Grenzregion Österreich-Slowenien wurde des Projekt "Transnationales Kompetenzzentrum für Personalmanagement und Personalentwicklung im Tourismus: Steiermark und Slowenien" gestartet. Mit diesem Projekt konnte der Ausbau der Kooperation und die Vernetzung der Betriebe im Tourismus im Bereich des Personalmanagements verbessert werden. Hauptziel des Projektes war die Abstimmung wirtschaftspolitischer, beschäftigungspolitischer und arbeitsmarktpolitischer Belange im Bereich Tourismus auf Ebene der Regionen.

Dafür wurden im Rahmen des Projekts zahlreiche Aktivitäten umgesetzt. Schwerpunkt der Projektaktivitäten war die Recherche zu Tourismusprojekten mit arbeitsmarktpolitischen Inhalten in der Steiermark. Weiters wurden Unternehmen, Mitarbeiter/innen, Tourismusinstitutionen und Bildungseinrichtungen in Form von Tiefeninterviews befragt. Thema der Befragung war die Entwicklung von Ausbildungsangeboten im Bereich Tourismus. Zusätzlich wurden Workshops in der Steiermark, Slowenien und Ungarn, in denen konkrete Arbeitsthemen für die zukünftige Zusammenarbeit definiert wurden, durchgeführt.

Für den Zeitraum 1. Juli 2009 bis 30. Juni 2012 ist die Umsetzung des grenzüberschreitenden Projekts "Transnationales Netzwerk für Kompetenzentwicklung" auf touristischen Arbeitsmärkten geplant. Dieses Projekt soll einen wesentlichen Beitrag zur Entwicklung von neuen Konzepten in der Qualifizierung von Arbeitskräften in Tourismusbetrieben liefern. Weiters soll es einen Beitrag zur nachhaltigen Vernetzung der relevanten Akteure im Bereich Tourismus leisten.

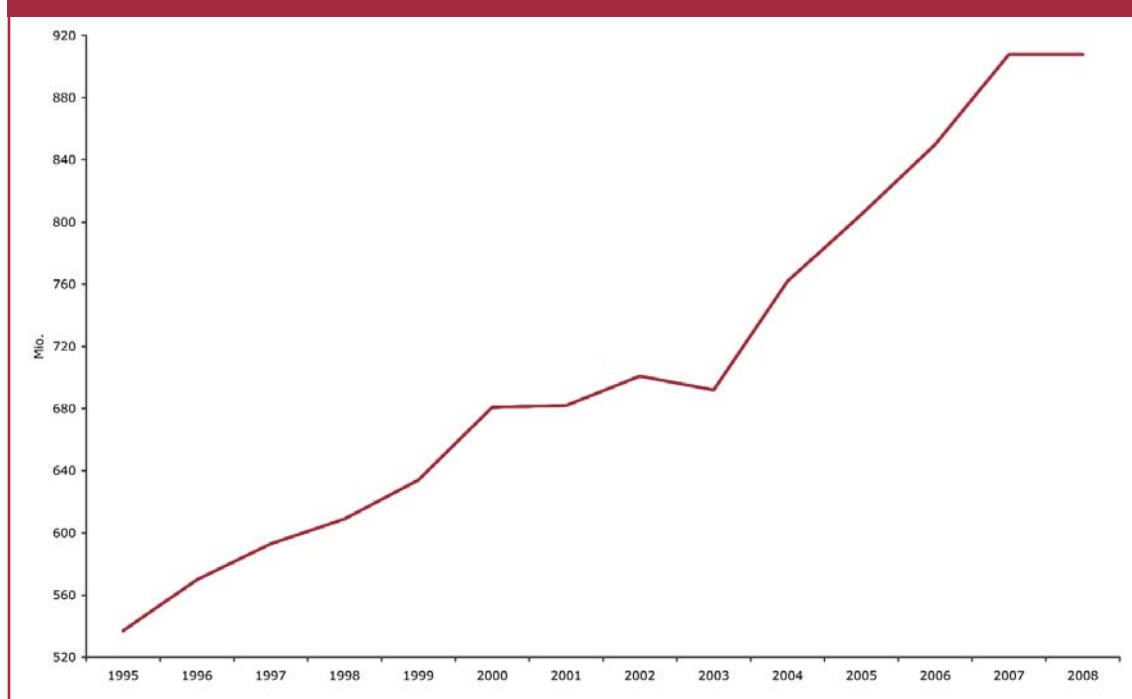
Lohnerhöhung im Hotel- und Gastgewerbe

Mit Wirksamkeitsbeginn 1. Mai 2009 wurden im Hotel- und Gastgewerbe die Löhne und Gehälter um 2,45 % sowie die Lehrlingsentschädigungen um 2,45 % (1. + 2. Lehrjahr) bzw. um 3 % (3. + 4. Lehrjahr) erhöht.

2.3 Internationaler Tourismus

Nach + 7 % im Jahr 2007 stagnierte der Welttourismus – gemessen an den internationalen Touristenankünften – 2008 auf dem Niveau des Vorjahrs (Abbildung 2). Die rasch um sich greifende Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise schlug sich im 2. Halbjahr in einem Rückgang der internationalen Tourist/innenankünfte um 1 ¼ % nieder, nachdem in der ersten Jahreshälfte noch ein leichtes Wachstum realisiert worden war.

Abbildung 2: Entwicklung der internationalen Tourist/innenankünfte



Quelle:UNWTO (World Tourism Organization)

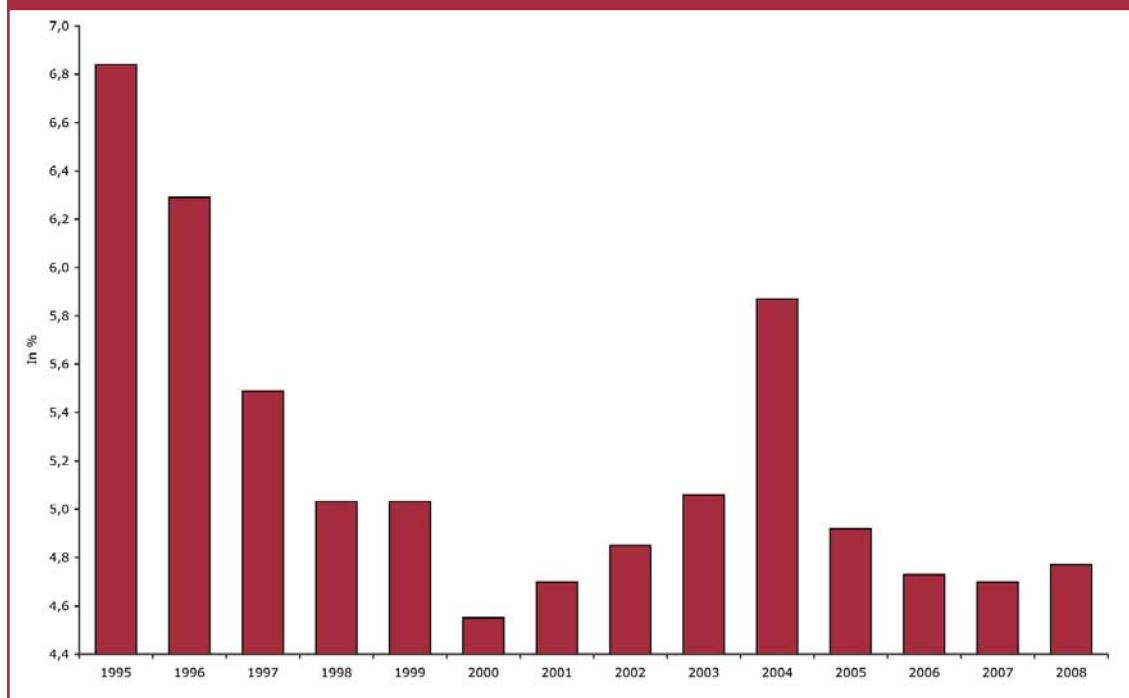
Im Kalenderjahr 2008 konnte Österreich 21,93 Mio. Gästeankünfte aus dem Ausland verbuchen, dies entspricht einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr von 5,6 %. Die Einnahmen aus dem internationalen Tourismus (Tourismusexporte; einschließlich des internationalen Personentransportes) beliefen sich auf 16,65 Mrd. EUR (+ 6,5 %; real + 3,1 %).

Im internationalen Vergleich erreichten Österreichs Tourismusexporte (ohne Berücksichtigung des internationalen Personentransportes) im Jahr 2008 innerhalb der EU 15 mit einem Anteil am BIP von 5,3 % den Spitzenplatz. Die zweite Stelle nimmt Griechenland mit 5 % ein. Auf den weiteren Plätzen folgten Portugal (4,8 %), Spanien (4,1 %) sowie Belgien und Luxemburg (3,1 %). Die zwölf neuen EU-Mitgliedstaaten lagen mit durchschnittlich 3,3 % deutlich über dem Wert der EU 15 (2,1 %). Sehr hohe Tourismusexportanteile am BIP verzeichneten Zypern (12,3 %) und Malta (11,9 %). Weiters wiesen Slowenien (5,6 %), Estland (5,3 %), Ungarn (3,9 %) und Tschechien (3,7 %) überdurchschnittlich hohe Werte auf.

Gemessen an den Tourismusexporten pro Kopf der Bevölkerung lag Österreich 2008 in einem Vergleich unter 37 Ländern in Europa und Übersee mit 1.775 EUR nach Zypern (2.630 EUR) an zweiter Stelle. Danach folgten Malta (1.668 EUR), Island (1.340 EUR), die Schweiz (1.260 EUR), Griechenland (1.099 EUR), Belgien-Luxemburg (1.098 EUR), Irland (1.063 EUR) und Slowenien (1.040 EUR). Im Durchschnitt der EU 15 konnten 632 EUR je Einwohner/in erwirtschaftet werden, in der EU 27 waren es 565 EUR, die Überseeländer (Australien, Japan, Kanada, Mexiko, Neuseeland, USA) erreichten im Durchschnitt Tourismusexporte von 249 EUR pro Kopf.

Österreich konnte 2008 seinen Marktanteil im internationalen europäischen Tourismus - gemessen an den Tourismusexporten auf Dollarbasis - gegenüber dem Vorjahr auf 4,77 % (+ 1,5 %) leicht steigern. Der historische Tiefststand lag bei von 4,55 % im Jahr 2000 (Abbildung 3).

Abbildung 3: Österreichs nomineller Marktanteil im internationalen europäischen Tourismus



Quelle: IMF, OeNB, WIFO, wiiw, UNWTO. Auf Dollarbasis, ohne internationalen Personen-transport; 2008: Schätzung. Europa: EU 27, Norwegen, Island, Schweiz und Türkei.

Eine relativ kräftige Steigerung des Marktanteils im Kalenderjahr 2008 erzielten die Schweiz, Belgien, die neuen EU-Länder (mit Ausnahme Maltas) sowie Norwegen und die Türkei, wogegen andere Destinationen - insbesondere Frankreich, Großbritannien, die Niederlande, Island und Schweden - relativ kräftige Einbußen in Kauf nehmen mussten.

Exkurs: Auswirkungen der Finanz- und Wirtschaftskrise - Prognose 2009 und 2010

Univ.-Prof. Dr. Egon Smeral, WIFO

Die internationale Entwicklung

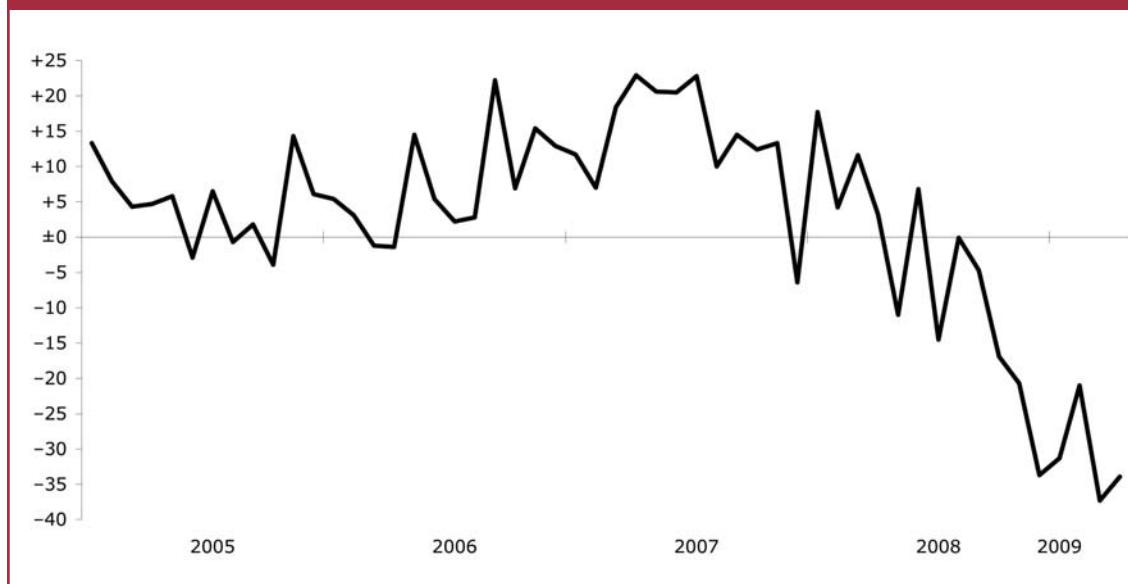
Aus den laufenden Berichten der UNWTO (World Tourism Organization) geht hervor, dass sich – verursacht durch die Verschlechterung der gesamtwirtschaftlichen Situation und das schwindende Konsumentenvertrauen – die Entwicklung des internationalen Reiseverkehrs (Ankünfte) im Laufe der zweiten Jahreshälfte 2008 deutlich verschlechterte (UNWTO, 2008). Im I. Quartal 2009 sind die internationalen Tourist/innenankünfte um knapp 10 % gesunken.

44,7 % der von der UNWTO im Oktober 2008 befragten Expert/innen gaben an, dass sich die Tourismusentwicklung in den nächsten Monaten verschlechtern werde, 26,6 % glaubten an eine Besserung (UNWTO, 2008). Im Jänner 2009 stieg der Anteil derer, die eine Verschlechterung in den nächsten Monaten erwarteten, auf 65,7 %, eine Besserung hielten nur noch 9,3 % für möglich (UNWTO, 2009).⁷⁾

Der EU-Konjunkturtest im Beherbergungs- und Gaststättenwesen auf Basis der saisonbereinigten monatlichen Salden aus positiven und negativen Meldungen (Entwicklung der Umsätze in den letzten drei Monaten) in Prozent der befragten Unternehmen lässt für die gesamte EU eine deutliche Verschlechterung der Umsätze 2008 und 2009 erkennen (Abbildung 4).

⁷⁾ Insgesamt wurden 293 (Oktober 2008) bzw. 289 Expert/innen (Jänner 2009) befragt; die Differenz auf 100 % machen jeweils die Expertenmeinungen zur Erwartung keiner Veränderung der Tourismusentwicklung aus.

Abbildung 4: Beurteilung der Umsatzentwicklung im Beherbergungs- und Gaststättenwesen der EU 27 in den letzten 3 Monaten
 Salden aus positiven und negativen Meldungen in % der befragten Unternehmen, saisonbereinigt

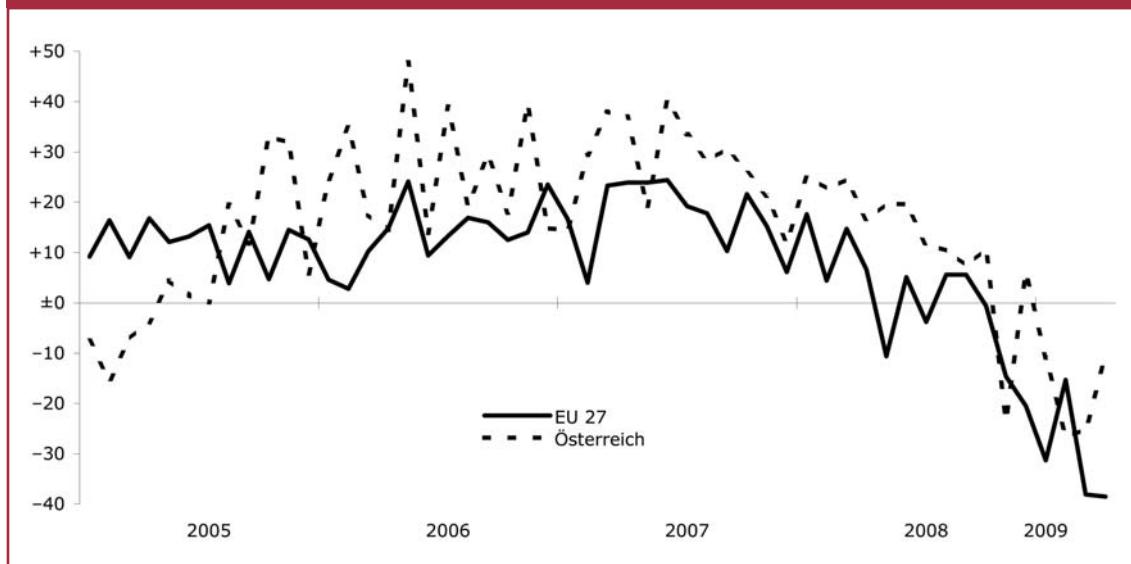


Quelle: Konjunkturtext der Europäischen Kommission. Abgebildeter Zeitraum: Jänner 2005 - April 2009

Medienberichten zufolge sind bereits Buchungsrückgänge bei Fernreisen zu Warmwasser- und Kulturdestinationen sowie bei Kreuzfahrten und Luxusreisen (Dubai) zu verzeichnen, im Städte tourismus wird – hauptsächlich wegen des Einbruchs bei Dienst- und Geschäftsreisen – von kräftigen Nachfrage- und Preisrückgängen berichtet. Fluglinien reduzieren Kapazitäten und streichen Flugverbindungen, um so der sinkenden Auslastung aufgrund der rückläufigen Nachfrage entgegenzusteuern.

In Österreich konnten bis zum Dezember 2008 nur partiell Auswirkungen der Konjunktur- und Finanzkrise festgestellt werden. Seit Jahresbeginn 2009 wird die Situation im Städte tourismus und für Anbieter von nur wenig differenzierten Produkten jedoch zunehmend schwieriger. Deutliche Nachfragerückgänge im I. Quartal 2009 (reale Tourismusexporte – 12,8 %) sowie der herrschende Pessimismus der im Zuge des EU-Konjunkturtests befragten Hotellerie- und Gastronomiebetriebe in Bezug auf die erwartete touristische Nachfrageentwicklung bis zum Sommer 2009 zeigen auf, dass sich der österreichische Tourismus der Wirtschafts- und Finanzkrise nicht entziehen kann. Ähnlich wie in Bezug auf die gesamtwirtschaftlichen Stimmungsindikatoren kann für Österreich (im Gegensatz zur EU 27) eine punktuelle Verbesserung der Erwartungen festgestellt werden (Abbildung 5).

Abbildung 5: Erwartungen zur Umsatzentwicklung im Beherbergungs- und Gaststättenwesen in den nächsten 3 Monaten
 Salden aus positiven und negativen Meldungen in % der befragten Unternehmen, saisonbereinigt



Quelle: Konjunkturtext der Europäischen Kommission. Abgebildeter Zeitraum: Jänner 2005 - April 2009

Ein wichtiger Bestimmungsfaktor für den österreichischen Tourismus ist die internationale Entwicklung, wobei ein Großteil der internationalen Nachfrage der EU 15⁸⁾ zurechenbar ist (2008 entfielen 81,1 % der Übernachtungen ausländischer Gäste auf Tourist/innen aus der EU 15, aus Deutschland kamen 54,0 %). Die Nachfrageentwicklung der EU 15 nach Auslandsreisen (reale Tourismusimporte) ist daher von zentraler Bedeutung für den österreichischen Tourismus (Smeral, 2009A und 2009B). Auf Basis der touristischen Nachfragetheorie können die realen Tourismusimporte der EU 15 durch das reale BIP, die relativen Preise (durchschnittlicher Preisindex für Auslandsaufenthalte in Relation zum gesamtwirtschaftlichen Preisindex), einen langfristigen verzögerten flexiblen Trend⁹⁾ für die Entwicklung der Auslandsreisegewohnheiten und durch Dummy-Variablen für Sonderentwicklungen erklärt werden.

Modellrechnungen für Europa auf Basis verschiedener Szenarien der Wirtschaftsentwicklung 2009 und 2010 lassen erwarten, dass im Jahr 2009 die Nachfrage der EU 15 nach Auslandsreisen (reale Tourismusimporte) um zumindest 8 % bis höchstens 15 % zurückgehen könnte, im Jahr 2010 ist mit weiteren – wenn auch schwächeren – Einbußen in der Bandbreite von 1 % bis 8 % zu rechnen (Smeral, 2009C). Zur Ausschaltung von Extremeregebnissen wurden als Richtwerte für die zukünftige Entwicklung die Durchschnittswerte des Prognosekorridors herangezogen. Diese betragen für 2009 –11,5 % und für 2010 – 4,5 %.

⁸⁾ Ohne Österreich.

⁹⁾ Der langfristige flexible Nachfragetrend für die Entwicklung der Gewohnheit, Auslandsreisen zu unternehmen, wurde mit Hilfe eines Hodrick-Prescott (HP)-Filters für die abhängige Variable (reale Tourismusimporte der EU 15; ohne Österreich) approximiert bzw. abgeleitet. Im Hinblick auf weitere Erklärungen und den Einsatz des HP-Filters muss aus umfangmäßigen Gründen auf die Literatur verwiesen werden (Smeral, 2007; Enders, 2004; Hodrick – Prescott, 1997).

Zur Relativierung der Ergebnisse ist festzuhalten, dass in der Beobachtungsperiode zwar schon im Zeitraum 1980/1983 und im Jahr 2001 deutliche Rückgänge festgestellt werden konnten, jedoch die Schätzgleichungen im Prinzip Informationen über eine Periode wiedergeben, die großteils durch Wachstum gekennzeichnet war. Mehrere längere Perioden mit Einbrüchen in der Tourismusnachfrage waren praktisch nicht gegeben, so dass die Koeffizienten der Gleichungen im Wesentlichen nur Reaktionen der Tourismusnachfrage auf Einkommenserhöhungen beschreiben können. Mit anderen Worten wird bei der Anwendung der Prognosemodelle unterstellt, dass das Konsument/innenverhalten symmetrisch ist – also prozentuelle Einkommenserhöhungen bzw. -rückgänge einen ähnlichen Prozentsatz an Konsumsteigerung bzw. -verminderung in Bezug auf touristische Dienstleistungen erbringen. Aufgrund zyklisch unterschiedlicher Einkommenselastizitäten¹⁰⁾ ist nämlich zu erwarten, dass der relative Nachfragerückgang bei nicht notwendigen Konsumgütern (z. B. Reisen) in Abschwungsphasen bei steigender Bedrohung von Arbeitslosigkeit, Zweifeln an der Sicherheit von Ersparnissen, Renten (Pensionskassen), Lebensversicherungen und Verlusten an Vermögenswerten (Häuser, Wohnungen, Aktien, Fonds) deutlich stärker ausfällt als die relative Nachfrageerhöhung in größtmäßig vergleichbaren Aufschwungsphasen. Insgesamt betrachtet muss man somit zur Kenntnis nehmen, dass die hier dargelegten Prognoseresultate als optimistisch einzustufen sind und deutlich stärkere Rückgänge bzw. Einbrüche durchaus im Bereich des Möglichen liegen.

Die zukünftige Entwicklung in Österreich

Da in Perioden mit absehbaren, längeren Krisen Fern- und Flugreisen großteils unterlassen werden, hat Österreich durch die Nähe zu bevölkerungsreichen Quellmärkten mit hoher Reiseintensität (auf Pkw-Basis) jedoch Vorteile. Qualitätsorientierte Kurzurlaube in Form von Pauschalangeboten (Kostensicherheit!) sind gefragt, wobei insbesondere Deutschland sowie auch das Inland als interessante Märkte erscheinen. Dabei wirkt auch die relativ hohe Lohnrunde bei sinkenden Inflationserwartungen nachfragestimulierend. Andererseits muss berücksichtigt werden, dass Deutschland als bedeutender Investitionsgüterexporteur durch den globalen Nachfrageausfall relativ stark von der Finanz- und Konjunkturkrise getroffen wird. Rasch ansteigende Arbeitslosigkeit, Einkommensausfälle sowie pessimistische Erwartungen werden die Tourismusnachfrage generell deutlich dämpfen. Österreich ist durch einen relativ hohen Nächtigungsanteil deutscher Tourist/innen (54 % der ausländischen Nachfrage) von dieser makroökonomisch bedingten Nachfrageabschwächung überdurchschnittlich betroffen. Die geografisch- und qualitätsbedingten Struktuvorteile werden zwar zusätzliche Kurzurlauber/innen und Tagesbesucher/innen anziehen, jedoch kann der umfassende Einbruch der deutschen Gesamtnachfrage dadurch nicht ausgeglichen werden.

¹⁰⁾ Näherungsweise Definition der Einkommenselastizität: Relation zwischen einer prozentuellen Nachfrageveränderung und einer prozentuellen Einkommensveränderung.

Aus Märkten wie Großbritannien, Spanien, den Benelux-Ländern, Italien und Ungarn werden deutliche Nachfragerückgänge im Tourismus zu verzeichnen sein.

In Großbritannien hat der Finanzsektor einen überdurchschnittlich hohen Anteil am BIP (7,8 % (2005); Projektgruppe Gemeinschaftsdiagnose, 2008). In Spanien gilt ähnliches für die Bauwirtschaft (11,6 % (2005); Projektgruppe Gemeinschaftsdiagnose, 2008). Beide Länder dürften daher relativ stärker von den Auswirkungen der Konjunktur- und Finanzkrise erfasst werden. Ähnliches gilt auch für Italien, wo neben der Rezession noch die mangelnde strukturelle Wettbewerbsfähigkeit die Kaufkraft schwächt (die Übernachtungen der Italiener/innen in Österreich sind schon das zweite Jahr rückläufig). Für Italien zweifeln Expert/innen zusätzlich daran, ob die Konsolidierung der Staatsfinanzen gelingt (OECD, 2008). Auch für Ungarn muss die Unsicherheit in Bezug auf die Wirkung des internationalen Rettungspakets seitens des Internationalen Währungsfonds (IMF) und der EU angeführt werden. Weiters herrschen aufgrund der prekären Budgetsituation keine Spielräume für effektive Konjunkturprogramme, sodass der Tourismusmarkt Ungarn in Bezug auf verstärkte Investitionen eher kritisch zu betrachten ist.

Die Fernmärkte USA und Japan werden erst nach der Überwindung der Finanz- und Konjunkturkrise ihre Auslandsreisen wieder ausweiten. In China und Indien wird sich das Nachfragewachstum nach Auslandsreisen abschwächen, jedoch auf relativ hohem Niveau verharren.

Insgesamt betrachtet dürfte in Österreich im Jahr 2009 aufgrund touristischer Wettbewerbsvorteile (in den Bereichen Wintersport, Kultur, Wellness sowie der Nähe zu Quellmärkten mit hoher Reiseintensität) der Rückgang der Auslandsnachfrage (reale Tourismusexporte) deutlich geringer ausfallen als im Euro-Raum (Durchschnittswerte des Prognosekorridors); ähnliches gilt auch für 2010. Die Tourismusexporte werden 2009 real um zumindest 5 % sinken, im Jahr 2010 wird sich der Rückgang auf – 1 % reduzieren. Anzumerken ist, dass die Prognosewerte als Untergrenzen anzusehen sind, also zum gegenwärtigen Zeitpunkt auch durchaus deutlich stärkere Rückgänge nicht ausgeschlossen werden können. Insgesamt gilt jedoch, dass Österreich ähnlich wie schon 2008 weiterhin Marktanteile – wenn auch auf schrumpfenden Märkten – gewinnen wird.

Die Nachfrage der Österreicher/innen nach Inlandsaufenthalten wird 2009 nur gering (real – 3 %) zurückgehen. Dies hängt zum Teil damit zusammen, dass die negativen Auswirkungen der Finanz- und Konjunkturkrise in Österreich (zum Teil auch wegen des Konjunkturprogramms und der Bankensicherungspakete) schwächer ausfallen werden als im Euro-Raum und auch in Deutschland. Weiters wirkt sich mildernd aus, dass in wirtschaftlich schwierigeren Zeiten sowohl im Zuge von Übernachtungs- als auch von Tagesreisen eher bekannte, inländische Nahziele gegenüber ferneren, im Ausland gelegenen Destinationen bevorzugt werden. Im Jahr 2010 ist mit einer Stagnation der Nachfrage nach Inlandsaufenthalten zu rechnen.

Die gesamten Tourismusumsätze – also die Einnahmen von in- und ausländischen Gästen – werden 2009 um real zumindest 4 ½ % sinken, für 2010 ist ein Rückgang um zumindest ¾ % zu erwarten.

Die Ausgaben der Österreicher/innen für Auslandsreisen werden 2009 – zum Teil wegen der im Vergleich zum Euro-Raum relativ günstigeren gesamtwirtschaftlichen Situation – mit real zumindest 4 % schwächer zurückgehen als die Tourismusexporte und die Nachfrage der EU 15 nach Auslandsreisen. Die Entwicklungstendenzen für 2010 dürften höchstens eine Stagnation der Tourismusimporte ergeben.

Strategische Optionen

Touristische Marketingstrategien zur Abwehr der Auswirkungen einer globalen Finanz- und Konjunkturkrise sind schwierig zu entwickeln, zumal Nachfragerneaus weitgehend von makroökonomischen Faktoren (Einkommens-, Preis-, Wechselkursentwicklung, wirtschaftspolitische Maßnahmen) und den Wirtschaftserwartungen (die wiederum auf Basis der aktuellen Marktentwicklung und der wirtschaftspolitischen Tendenzen gebildet werden) bestimmt werden. Dennoch können hier einige grobe Verhaltensrichtlinien formuliert werden:

- Die Senkung von Marketingausgaben ist kontraproduktiv und verstärkt die Krise. Prozyklisches Ausgabenverhalten ist nach Möglichkeit zu vermeiden. Der Aktionsradius von Marketingbudgets kann durch intensive Kooperationen vergrößert werden.
- In wirtschaftlich schwierigen Zeiten werden von den potenziellen Guestenschichten eher Aufenthalte in nahe gelegenen in- und ausländischen Zielgebieten bevorzugt, Fern- und Flugreisen unterbleiben, werden reduziert oder aufgeschoben. Die leichte Erreichbarkeit mit dem Auto stellt damit ein Erfolgskriterium dar. Aufenthalte in nahen und auch bekannten Zielgebieten bewahren die Konsument/innen auch vor Überraschungen, da ihnen Angebot, Preise und Produktqualität zumindest teilweise bekannt sind. Deshalb stellt die intensive Bearbeitung der Nahmärkte – dies gilt nicht nur für den Übernachtungs-, sondern auch für den Ausflugstourismus – einen gangbaren Weg zur Milderung der Folgen von Nachfrageausfällen dar. In diesem Zusammenhang wäre die forcierte Bearbeitung der Nahmärkte durch die Österreich Werbung (ÖW) eine wirksame Unterstützung der Tourismuswirtschaft, wobei die Präsenz in anderen wichtigen Märkten nicht geschwächt werden soll.
- In Krisenzeiten steigt die Nachfrage nach Pauschalangeboten, wobei eine vielfältige Differenzierung nach Aufenthaltsdauer und Qualitätsstufen anzustreben ist. Langfristige Vorausbuchungsmodalitäten sind zu vermeiden. Kurzfristige Flexibilität sichert Wettbewerbsvorteile.
- Stammgäste kennen ihre Urlaubsregion und sind ein ideales Segment, dessen intensive Bearbeitung zur Dämpfung von Konjunktureinbrüchen beitragen kann.

- Da die Konsument/innen das Preis-Leistungsverhältnis kritischer hinterfragen, ist die klare Darstellung des individuellen Produktnutzens zielführend. Je transparenter das Angebot ist, desto eher wird Kosten- und Kalkulationssicherheit bei den Gästen erzeugt.
- Obwohl der Preisdruck schon in Kürze zunehmen wird, sind stärkere Preisschlüsse zu vermeiden, da die Wiederherstellung des ursprünglichen Preisniveaus im Zuge einer zukünftigen Erholung damit umso schwieriger wird. Zu empfehlen ist, die Preise möglichst zu halten und das Niveau durch zusätzliche temporäre Spezialangebote abzusichern.
- Innovationen sowie neue Produktinterpretationen bringen immer Vorteile bei der Kundenerschließung.
- In Phasen ausgeprägter Nachfrageschwäche ist es günstig, betriebliche Strukturreformen durchzuführen und neue Konzepte anzuwenden. Technologische und organisatorische Innovationen können innerbetrieblich leichter durchgesetzt werden.
- Eine Verstärkung der Motivation der Mitarbeiter/innen verbessert die Servicequalität und erzeugt eine höhere Kundenzufriedenheit und stellt somit eine wichtige Maßnahme zur Verbesserung der Wettbewerbsposition dar.
- Die Identifikation von Kosteneinsparungspotenzialen schafft Spielraum für nachfrageschaffende Maßnahmen und notwendige Investitionen.

**Gastkommentar von Univ.-Prof. Dr. Peter Keller,
Institut für Tourismus, Universität Lausanne, Mitglied der
Strategischen Gruppe der Weltorganisation für Tourismus UNWTO**

Vor bald zwei Jahren führte der Zusammenbruch eines unbedeutenden Segments des Immobilienmarktes der führenden Wirtschaftsnation auf unerwartete Weise zu einer schweren Krise des Finanzsystems und letztlich zu einer starken Verlangsamung des Wachstums der globalen Wirtschaft und zu Rezessionen in den wichtigsten Herkunftsländern des Tourismus. Obwohl die Krise trotz einiger früher Signale des Wiederaufschwungs noch nicht vorbei ist, sind die Folgen für den Tourismus bereits absehbar.

Der internationale Tourismus wächst im Gleichschritt mit der Weltwirtschaft

Der internationale oder grenzüberschreitende Tourismus hat in den letzten Jahren wesentlich vom weltwirtschaftlichen Wachstumsboom profitiert, welcher dank der zunehmenden Öffnung der Märkte, der Stärkung der internationalen Arbeitsteilung und der damit verbundenen Steigerung der Produktivität möglich wurde. Dabei folgte die aggregierte Nachfragekurve der internationalen Ankünfte dem Wachstumspfad des Welthandels und des Welt-Bruttoinlandproduktes. Das weltwirtschaftliche Wachstum ist deshalb für den internationalen Tourismus von Bedeutung.

Der starke touristische Wachstumstrend unterliegt stets Schwankungen

Wachstum ist nie stetig. Der langfristige Wachstumstrend unterliegt unvermeidlichen kurzfristigen Schwankungen der gesamtwirtschaftlichen Nachfrage, welche zu Wachstumsverlusten führen. Dabei übersieht der internationale Tourismus die Schwankungen der Nachfrage in Boom- und Rezessionsphasen. Im Rekordjahr 2007 nahmen die internationalen Ankünfte stärker zu und im laufenden Krisenjahr werden sie stärker fallen als das Welt-Bruttoinlandprodukt.

Die mit dem Globalisierungsprozess verbundene zunehmende internationale Verflechtung hat den Tourismus auch krisenanfälliger gemacht

Der unaufhaltsam scheinende Globalisierungsprozess, welcher dank liberalisiertem Kapitalverkehr und billigem Geld das weltweite Wachstum beschleunigte, hat die Welt reicher, aber auch krisenanfälliger gemacht. Aufgrund der zunehmenden Verflechtung der Finanz- und Wirtschaftsströme konnte sich keine offene Volkswirtschaft mehr der Finanzkrise entziehen, welche globalen Charakter annahm und im großen Stil das Ausleihen von Geld zwischen Banken einfror, Vermögen vernichtete und die Investitions- und Konsumbereitschaft beeinträchtigte. Auch der Tourismus als stark internationalisierter Wirtschaftszweig und Beschleuniger der Globalisierung hatte keine Möglichkeit sich von der Krise abzukoppeln.

Die Weltwirtschaftskrise ist für die touristische Wachstumsbranche ein externer Schock

Aus der Sicht der tourismusabhängigen Wirtschaftszweige ist die Weltwirtschaftskrise ein exogener Schock. Er führte seit Mitte des letzten Jahres zu einem sich monatlich beschleunigenden Abschwung der Nachfrage. Aufgrund der Ende April 2009 vorliegenden Daten der Weltorganisation für Tourismus nahm die Wachstumsrate der internationalen Tourismusankünfte von 6,7 % im Jahre 2007 auf 1,7 % im Jahre 2008 ab. Verschiedene Indikatoren deuten darauf hin, dass im laufenden Jahr weltweit mit einer negativen Wachstumsrate gerechnet werden muss. Diese Wachstumsraten liegen deutlich unter dem langjährigen Trendwachstum von 4 %. Die Einbußen für die nächste Sommersaison werden in wichtigen westlichen Industrieländern die stärksten seit Jahrzehnten sein.

Die touristischen Marktkräfte haben Krisen-Widerstand-Mechanismen aufgebaut

Die Reaktionen der touristischen Nachfrager und Anbieter auf die laufende Krise wird aufgrund von Umfrageergebnissen zu weniger und kürzeren Reisen nach näheren Destinationen und günstigeren Angeboten führen. Die Haushalte sind daran, die Reisepläne und vor Ort zu konsumierenden Dienstleistungsbündel zu ändern. Die Ausgaben werden je nach Arbeits- und Einkommenssituation angepasst. Im Geschäftsverkehr werden die Reisekosten gesenkt. Die großen Unternehmen der internationalen Reise- und Tourismusindustrie haben ein wirksames Krisenmanagement entwickelt. Sie reduzieren gezielt Kosten und Kapazitäten und locken Kunden mit günstigen Angeboten an, um die Verluste gering zu hal-

ten. Die unter dem Dach der Destinationen operierenden touristischen Kleinbetriebe verfügen aufgrund der bestehenden Kosten- und Preisstrukturen über weniger Spielraum für solche Maßnahmen, können allerdings auf die krisenresistenteren Heim- und Nahmärkte sowie auf den Tagesausflugsverkehr zählen.

Die begrenzte Wirkung touristischer Impulsprogramme

Vieles deutet darauf hin, dass die Anstrengungen der Staatenwelt zur Sanierung des Finanzsystems fruchten werden. Wie weit die fiskalpolitischen Maßnahmen der einzelnen Staaten greifen werden, um die Weltwirtschaft wieder anzukurbeln, wird sich zeigen. Wichtig ist, dass bestehende tourismusrelevante Förderungsmaßnahmen in Krisenzeiten nicht gekürzt werden, da der Tourismus die gesamtwirtschaftliche Nachfrage spürbar stärken kann. Antizyklische staatliche Impulse für den Tourismus als Teil von umfassenderen Konjunktur- und Krisenprogrammen können sinnvoll sein, wenn etwa die Kreditgewährung an die touristischen Kleinbetriebe dringende Investitionen verunmöglicht oder wenn krisenresistenter Herkunftsmärkte mit gezielter Verkaufsförderung stärker bearbeitet werden sollen. Im Übrigen zeigt die laufende Weltwirtschaftskrise einmal mehr, dass Länder besser abschneiden, wenn automatische Konjunkturstabilisatoren vorhanden sind, welche kaufkrafterhaltend wirken und vorhandene binnentouristische Strukturen auslasten können.

Es ist die Aufgabe touristischer Strukturpolitik, die Zeit nach der Krise vorzubereiten

Der internationale Tourismus wird sich aufgrund des vorhandenen großen Wachstumspotentials nach der Krise wieder erholen. Die selbstheilenden Kräfte des Marktes sind noch immer vorhanden. Es braucht aber auch Anreize des Staates, um die touristischen Strukturen für die Bewältigung künftiger Nachfrageschwankungen und Krisen fitter zu machen. Die touristische Strukturpolitik sollte deshalb günstige Rahmenbedingungen für produktivitätsgestütztes, diversifiziertes und - aufgrund der Erfahrungen mit dem Ölpreisschock vom letzten Sommer - auch energieeffizienteres Wachstum schaffen, welches die Betriebe profitabler und krisenresistenter macht.

3 TOURISMUSRELEVANTE RECHTSVORSCHRIFTEN

Übereinkommen über das auf vertragliche Schuldverhältnisse anzuwendende Recht (Rom I)

Verordnung (EG) Nr. 593/2008 des Europäischen Parlaments und des Rates über das auf vertragliche Schuldverhältnisse anzuwendende Recht (Rom I), ABI. L 177 vom 4.7.2008, S. 6–16

Anwendungsbereich: Diese Verordnung gilt grundsätzlich für vertragliche Schuldverhältnisse in Zivil- und Handelssachen, die eine Verbindung zum Recht verschiedener Staaten aufweisen.

- In Krafttreten: Sie gilt ab 17. Dezember 2009
- Grundsatz: es ist prinzipiell das Recht anzuwenden, das in dem Land gilt, in dem der Verbraucher seinen gewöhnlichen Aufenthalt hat.
- Ausnahme: Im Art. 6 – Verbraucherverträge - Abs. 4 lit. a wurde ein - auch tourismusrelevanter - Ausnahmetatbestand geschaffen: bei Verträgen über die Erbringung von Dienstleistungen, die ausschließlich in einem anderen Land als dem, in dem der Verbraucher seinen gewöhnlichen Aufenthalt hat, zu erbringen sind, gilt nicht das Recht des Herkunftsstaates des Verbrauchers.

Konsequenz für die österreichische Tourismuswirtschaft: Wenn (ausschließlich) in Österreich eine Dienstleistung erbracht wird (z. B. Beherbergung), ist also im Streitfall österreichisches Recht anzuwenden und nicht das Recht, das im Heimatland des Verbrauchers gilt.

Nichtraucherschutz

Seit 1995 regelt das österreichische Tabakgesetz Rauchverbote in öffentlichen Räumen (z. B. Behörden oder Schulen). Die Gastronomie war bis dato von diesen Regelungen ausgenommen.

Der Nationalrat hat im Juli 2008 eine Tabakgesetz-Novelle beschlossen. Die Bestimmungen über den Nichtraucherschutz in der Gastronomie einschließlich der Sanktionen sind demnach seit 1. Jänner 2009 in Kraft.

Die Regelung

In Gastronomieräumen, die der Verabreichung von Speisen und Getränken an Gäste dienen (inklusive der Beherbergung von Gästen, wie z. B. Speiselokale, Diskotheken, Bars, Schutzhütten, etc.) gilt grundsätzlich Rauchverbot.

Ausnahmen sind zulässig,

1. in Betrieben mit mehreren Räumen dürfen Räume eingerichtet werden, in denen das Rauchen gestattet ist ("Extrazimmer") > Kennzeichnung der Raucher- und Nichtraucherräume ist obligatorisch!
2. in Ein-Gastronomie-Lokalen kann die/der Inhaber/in entscheiden, ob das Rauchen gestattet wird oder nicht, wenn die Grundfläche des Raumes
 - weniger als 50m² misst oder
 - zwischen 50m² und 80m² und bauliche Maßnahmen zur Raumteilung nicht zulässig sind (aus baurechtlichen, feuerpolizeilichen oder denkmalschutzrechtlichen Gründen).

Übergangsbestimmungen regeln weitere, zeitlich befristete Ausnahmen. Die Vollziehung des Tabakgesetzes obliegt dem Bundesministerium für Gesundheit.

Die neue Regelung versucht einen sorgfältigen Interessensaustausch zwischen Unternehmer/innen und Mitarbeiter/innen in der Gastronomie sowie zwischen Nichtraucher/innen und Raucher/innen. Für das Jahr 2010 wurde eine Evaluierung des Gesetzes angekündigt.

Reisebürosicherungsverordnung - RSV

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

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

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

Das Veranstalterverzeichnis ist im Internet unter: www.bmwfj.gv.at abrufbar.

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

Mit der Novellierung der RSV durch BGBl II Nr. 402/2006 wurden zwei weitere Versicherungsstufen bei Pauschalreisen eingeführt und die Informationspflichten bei ausländischen Veranstaltern verbessert. Weiters ist der Reiseveranstalter nicht mehr berechtigt, Vorauszahlungen zu fordern bzw. entgegenzunehmen (Frühbucherinkasso).

EG-VO 261/2004 - Mindestrechte für Fluggäste bei Nichtbeförderung, Annulierung und Verspätung

Inkrafttreten am 17. Februar 2005; wesentliche Änderung zu VO Nr. 295/91:

- Einbeziehung von Pauschalreisen im Linien- und Charterverkehr in den Gelungsbereich (soferne nicht die Pauschalreiserichtlinie zu tragen kommt)
- Ausweitung des Regelungsbereiches Mindestrechte für Fluggäste in folgenden Fällen:
 - Nichtbeförderung gegen ihren Willen (Artikel 4)
 - Annulierung des Flugs (Artikel 5)
 - große Verspätung des Flugs (Artikel 6)

Im Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie gibt es eine eigens eingerichtete Servicestelle zur Beratung betreffend die Fluggastrechte-Verordnung.

Bildungskarenz

Mit dem Bundesgesetz BGBl. I Nr. 104/2007 wurde die Bildungskarenz als wichtiges Instrument der Weiterqualifizierung und Persönlichkeitsentwicklung der Arbeitnehmer/innen ab 1.1.2008 attraktiver gestaltet.

So wurde es auch befristet beschäftigten Arbeitnehmer/innen, die in einem Saisonbetrieb tätig sind, ermöglicht, eine Bildungskarenz in der Dauer von drei Monaten bis zu einem Jahr zu vereinbaren. Als Saisonbetrieb gelten Betriebe, die ihrer Art nach nur zu bestimmten Jahreszeiten arbeiten oder die regelmäßig zu gewissen Zeiten des Jahres erheblich verstärkt arbeiten, wie dies vor allem auch in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft häufig der Fall ist. Voraussetzung für die Vereinbarung einer Bildungskarenz für Saisonarbeitskräfte ist, dass das bestehende Arbeitsverhältnis ununterbrochen drei Monate gedauert hat und innerhalb eines Zeitraums von vier Jahren vor Antritt der Bildungskarenz befristete Arbeitsverhältnisse von insgesamt einem Jahr zu jenem/jener Arbeitgeber/in vorliegen, mit dem/der die Bildungskarenz vereinbart wird.

Neue Reisefreimengen-Richtlinie (RL 2007/47/EG)

Ab 1. Dezember 2008 gelten neue Regeln für zoll- und steuerfreie Einfuhren von Waren. Für Reisende, die in ihrem persönlichen Reisegepäck Waren in die EU einführen, gelten dann günstigere Bedingungen. Mit Reisefreimengen sind die Freibeträge bzw. Höchstmengen gemeint, bis zu denen Reisende aus Drittländern

Waren in ihrem Reisegepäck zoll- und abgabenfrei in die EU einführen dürfen.

Ab 1. Dezember 2008 gelten folgende Änderungen:

- Der bisherige Freibetrag von 175 EUR wird für See- und Flugreisende auf 430 EUR und für Reisende im Straßen- und Binnenwasserverkehr auf 300 EUR angehoben. Mit dem geringeren Freibetrag für Reisende im Straßen- und Binnenwasserverkehr soll die besondere Situation der Mitgliedstaaten berücksichtigt werden, die Landesgrenzen zu Drittstaaten mit erheblich niedrigerem Preisniveau haben.
- Die Höchstmengen für Parfum, Eau de Toilette, Kaffee und Tee werden abschafft (d.h. diese Waren fallen künftig unter die Wertgrenze).
- Die Freimenge für nicht schäumenden (stillen) Wein wird von 2 auf 4 Liter erhöht.
- Für Einfuhr von Bier gilt künftig eine Höchstmenge von 16 Litern.
- Die Mitgliedstaaten können im Rahmen ihrer Gesundheitspolitik die Freimengen für Tabakerzeugnisse begrenzen (z. B. für Zigaretten von 200 auf 40).

Die gleichen Regeln gelten bei der Einreise aus Gebieten, in denen die Mehrwert- und Verbrauchsteuervorschriften der EU nicht angewandt werden, wie den Kanarischen Inseln, den Kanalinseln, den Französischen Überseeischen Gebieten, den Aland-Inseln und Gibraltar.

Ein detaillierter Überblick über die neuen Bestimmungen ist auf der Webseite der Europäischen Kommission, Generaldirektion Steuern und Zölle, abrufbar:
http://ec.europa.eu/taxation_customs/common/travellers/enter_eu/index_de.htm

Verordnung über gemeinsame Vorschriften für die Durchführung von Luftverkehrsdienssten in der Gemeinschaft

Die Verordnung (VO 2008/1008/EG) trat im November 2008 in Kraft und hat die Erhöhung der Sicherheit und der Preistransparenz von Flugticketpreisen als Kernelemente. Es wird die Erteilung von Genehmigungen, die Überwachung der Fluggesellschaften und der Marktzugang geregelt sowie die Veröffentlichung aller Steuern und Abgaben, aus denen sich der Endflugticketpreis zusammensetzt, um den Konsumenten einen Tarifvergleich zu erleichtern.

Genauere Informationen dazu sind auf der Webseite der Europäischen Kommission, Generaldirektion Transport zu finden:
http://ec.europa.eu/transport/air/internal_market/internal_market_en.htm

Vorschlag für zwei Verordnungen für stärkere Rechte von Busfahrgästen und Schiffspassagieren

Die Europäische Kommission hat im Dezember 2008 zwei Verordnungsvorschläge angenommen, mit denen Fahrgastrechte im Bus- und Schiffsverkehr sowohl auf Inlands- als auch auf Auslandsreisen festgeschrieben werden. Dazu gehören der

Anspruch aller Fahrgäste auf ein Mindestmaß an Informationen vor und während der Reise, Unterstützungs- und Entschädigungsleistungen bei Fahrtunterbrechungen, Maßnahmen bei Verspätungen sowie spezifische Hilfeleistungen für Personen mit eingeschränkter Mobilität. Wie für den Luft- und Eisenbahnverkehrssektor sehen die Vorschläge die Einrichtung unabhängiger nationaler Stellen zur Streitbeilegung vor. Somit wird eine Gleichschaltung des Niveaus bei den Fahrgastrechten auf alle Verkehrsträger erreicht. Je nach Ablauf des europäischen Gesetzgebungsprozesses (Verabschiedung durch Rat und europäisches Parlament) wird ein Inkrafttreten der Verordnungen in einigen Jahren erwartet. Genauere Informationen dazu sind auf der Webseite der Europäischen Kommission, Generaldirektion Transport zu finden:

http://ec.europa.eu/transport/passengers/road/road_en.htm

Änderung der Mehrwertsteuersystemrichtlinie 2006/112/EG

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

Im März 2009 hat der Rat der europäischen Finanz- und Wirtschaftsminister politische Einigung erzielt, dass durch eine Änderung der MwSt-Systemrichtlinie 2006/112/EG alle EU-Mitgliedstaaten die Möglichkeit der dauerhaften Anwendung von ermäßigten Mehrwertsteuersätzen in gewissen arbeitsintensiven Dienstleistungssektoren haben. Darunter fallen auch Leistungen des Gaststättengewerbes (mit Ausnahme alkoholischer Getränke). Die Änderungsrichtlinie ist Teil des europäischen Maßnahmenpakets für Klein- und Mittelbetriebe "Small Business Act" und soll bei Beschlussfassung ab 2011 gelten.

Weiterführende Informationen sind auf der Webseite der Europäischen Kommission, Generaldirektion Steuern und Zölle zu finden. Weiters findet sich dort auch eine Aufstellung über die geltenden Mehrwertsteuersätze in den EU-Mitgliedstaaten:

http://ec.europa.eu/taxation_customs/taxation/vat/how_vat_works/rates/index_de.htm

4 REISEWIRTSCHAFT

Reisebüros und Reiseveranstalter

In Österreich besteht die Reisebürobranche hauptsächlich aus Kleinunternehmen mit weniger als zehn Beschäftigten:

- Mit Stichtag 31.12.2008 übten 2.583 Betriebe das Reisebürogewerbe aus,
- 2.050 davon verfügen über eine unbeschränkte Reisebüroberechtigung.
- Rund 660 dieser Reisebüros treten als Reiseveranstalter auf.
- In den Reisebüros sind 10.593 Mitarbeiter/innen beschäftigt (Quelle: WKO Beschäftigungsstatistik in der Kammersystematik 2008). Sie brachten einen Umsatzerlös von rund 4,1 Mrd. EUR (Quelle: Leistungs- und Strukturstatistik).
- Incoming-Reisebüros tragen mit rund 24 Mio. gebuchten Nächtigungen und einem Umsatz von rund 1 Mrd. EUR zum Erfolg des heimischen Tourismus bei.

2008 betrug die durchschnittliche Reisedauer der Österreicher/innen ca. 11 Tage.

Tourismus-Servicestelle

Die Tourismus-Servicestelle ist die zentrale Anlaufstelle für Wirtschaftspartner des Tourismus in Österreich und für Reisende. Sie ist Koordinations- und Informationsplattform für die Tourismuswirtschaft sowie Koordinator bundesweiter PR-Aktivitäten für den Tourismus (Wettbewerbe, Staatspreis Tourismus und Staatspreis Architektur im Tourismus) und von Sonderprojekten als Impulsgeber für die Tourismuswirtschaft; Schwerpunktthemen sind z. B. Barrierefreier Tourismus, Nachhaltigkeit im Tourismus, die Implikationen des Klimawandels, Ausbildung und Job im Tourismus. Die Tourismus-Servicestelle fungiert als Schnittstelle zu Behörden, Unternehmen und anderen Institutionen in allen tourismusrelevanten Fragestellungen; Inlands- und Auslandsreisende können sich für Anfragen, Auskunftsersuchen und Informationen an die Tourismus-Servicestelle wenden.

Ein besonderer Service der Tourismus-Servicestelle ist die kostenlose, unbürokratische und unparteiische Vermittlung in Konfliktfällen zwischen Reisenden und Tourismusanbietern. Die Tourismus-Servicestelle bearbeitet regelmäßig eine Vielzahl von Anfragen und Beschwerden. In der überwiegenden Zahl der Fälle kann rasch und unbürokratisch sofort durch persönliche oder telefonische Auskunft oder durch Beantwortung per E-Mail weitergeholfen werden. Bei jenen rund 300 Beschwerden im Jahr 2008, welche einer intensiveren und weiterführenden Bearbeitung bedurften, konnte in deutlich mehr als 50 % der Beschwerdefälle erfolgreich zwischen den beteiligten Parteien vermittelt werden.

Die Vermittlung der Tourismus-Servicestelle hilft - mitunter kostenintensive - Gerichtsverfahren zu vermeiden und unterstützt die positive Imagebildung und Qualitätssteigerung im Tourismus.

Weiters bietet die Servicestelle ein Krisenmanagement (bei Naturkatastrophen, Terroranschlägen, Epidemien oder Bürgerkriegen), was aufgrund der oft unmittelbar bevorstehenden Abreise bzw. der Stornobedingungen und -termine ein besonders rasches Handeln erfordert. Im Jahr 2008 lösten insbesondere die verheerenden Anschläge von Terrorkommandos am 26.11.2008 in Mumbai, Indien, sowie die Unruhen in Thailand am internationalen Flughafen in Bangkok (Totalsperre des Flughafens Ende November 2008) zahlreiche Auskunftsersuchen zu möglichen Storno- bzw. Umbuchungsvarianten aus.

Die gute Kooperation mit der Reisewirtschaft - besonders bei größeren krisenhaften Ereignissen - soll hier hervorgehoben werden.

5 SEKTION TOURISMUS IM BMWFJ - AUSGEWÄHLTE SCHWERPUNKTE 2008

Der intakte Natur- und Lebensraum ist ein wichtiger Wettbewerbsvorteil des österreichischen Tourismus. Diesen zu erhalten und auf die ökologischen, ökonomischen und soziokulturellen Gegebenheiten zu achten, ist wichtigstes Ziel eines nachhaltigen Tourismus. Es gilt dabei, regional vorhandene Wirtschaftspotenziale in die touristische Entwicklung einzubinden sowie tourismusrelevante Maßnahmen in enger Kooperation mit Akteuren der Tourismus- und Freizeitwirtschaft, aber auch der Bevölkerung zu planen und umzusetzen. Die Regierung bzw. das Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend (BMWFJ) unterstützt nachhaltigen Tourismus seit Jahren. Das Thema Nachhaltigkeit ist seit Jahren integrierter Bestandteil aller Tätigkeitsfelder der Tourismussektion.

Auch in diesem Bericht wird das Thema Nachhaltigkeit mit einigen beispielhaften Themen behandelt.

5.1 Tourismus und Nationalparks

In Österreich gibt es derzeit sechs Nationalparks mit einer Gesamtfläche von knapp über 2.300 km² (= 3 % der Gesamtfläche Österreichs) und sehr unterschiedlichen räumlichen Merkmalen. Österreich hat etwa den größten alpinen Nationalpark (Hohe Tauern), den einzigen Steppennationalpark Europas (Neusiedler See-Seewinkel) oder den einzigen europäischen Flussauennationalpark an der Donau (Donau-Auen). Diese Einzigartigkeit der österreichischen Nationalparks ist eine wichtige Grundlage für naturnahen und nachhaltigen Tourismus in unserem Land.



Um dieses touristische Potenzial künftig noch besser zu nutzen, hat der Tourismusausschuss des Parlaments im November 2007 den Entschließungsantrag 463/A(E) - gerichtet an den Umwelt- und an den Wirtschaftsminister - beschlossen. Konkret soll eine ganzheitliche Strategie (die neben den Aspekten des Umwelt-, Arten- und Naturschutzes und der Landwirtschaft eben auch die tourismuswirtschaftlichen Möglichkeiten berücksichtigt) erarbeitet und dadurch die touristische Vermarktung der österreichischen Nationalparks optimiert werden.

Auf Grundlage dieses parlamentarischen Antrags hat das BMWFJ Anfang 2008 eine Task Force Nationalparks eingerichtet. Nach einer konstituierenden Sitzung Ende Juni und nach Gesprächsrunden in allen sechs Nationalparks fand am 30. Oktober 2008 in den neuen Räumlichkeiten des Schloss Schönbrunn Tagungszentrums das Symposium "Tourismus als Chance für österreichische



Nationalparks" statt. Die Tagung war eine Gemeinschaftsveranstaltung des BMWFJ und des BMLFUW. In fünf Arbeitskreisen wurde über Zielgruppen und Gästestrukturen, über Rollenverteilung und Organisationsmodelle, über Artenschutz und Biodiversität, über Nachhaltigkeit sowie über Kooperationsmarketing diskutiert. Wichtigste Schlussfolgerungen dabei waren die

Forcierung eines bewussten Nationalparktourismus als prioritäres Ziel und daraus folgend die Notwendigkeit zu strategischer Klarheit über Kommunikation und Zielgruppen. Anwesend waren u. a. die Abgeordneten zum Nationalrat Dr. Gabriele Moser (Grüne), Gerald Hauser (FPÖ) und Franz Hörl (ÖVP), die unisono die besondere Bedeutung der Nationalparks für Österreich und die Notwendigkeit, die touristische Komponente - neben der Schutzidee - weiterzuentwickeln, betonten.

Der Abschlussbericht der Task Force ist auf der Homepage des BMWFJ unter www.bmwfj.gv.at/tourismus abrufbar. Als Follow-up werden 2009 drei Workshops zu den Themen touristisches Leitbild Nationalparks, Tourismusmarketing und buchbarer Nationalpark/Nationalpark-Partnerbetriebe veranstaltet. Zielgruppe der eintägigen Seminare sind die Direktoren der Nationalparks und lokale Touristiker/innen.



5.2 European Destinations of Excellence (EDEN)-Tourismus Award der Europäischen Union

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

Der Award findet jährlich zu wechselnden Themen statt:

2007 Beste aufstrebende, ländliche Destination

2008 Tourismus und immaterielles Kulturerbe

2009 Tourismus und Naturschutz

Jeder teilnehmende europäische Staat¹¹⁾ organisiert einen nationalen Auswahlprozess zur Ermittlung eines nationalen Siegers. In Österreich wird diese Aufgabe (mehrstufiges Verfahren) von der ÖW mit Unterstützung des BMWFJ übernommen.

Die bisherigen Österreich-Sieger des Awards waren:

2007 das "Pielachtal" (Mostviertel, NÖ)

2008 das "Steirische Vulkanland"

2009 der Biosphärenpark Großes Walsertal

Die Preisverleihungen erfolgten durch Staatssekretärin Christine Marek im Marmorsaal des BMWFJ. Alle nationalen Sieger werden auf europäischer Ebene im Rahmen des jährlich stattfindenden Europäischen Tourismusforums (Portugal - Oktober 2007, Bordeaux - September 2008 und Europäische Kommission - Brüssel - Herbst 2009) prämiert und durch Informations- und Kommunikationsmaßnahmen der EK unterstützt. Ein Ziel ist u.a. auch die Netzwerkbildung zwischen den Destinationen. Die Internetplattform www.edenineurope.eu wurde dazu entwickelt. Ein erstes Treffen der Gewinnerregionen 2007 und 2008 fand im Februar 2009 in Irland statt. An der Internetplattform können jeweils die Gewinner und vier weitere Destinationen aus jedem teilnehmenden Staat partizipieren. In Österreich werden für alle am Bewerb teilnehmenden Destinationen Nachfolgeveranstaltungen (Vertiefungsworkshops mit Expert/innen) in der jeweiligen Gewinnerregion durch das BMWFJ und die ÖW durchgeführt.

5.3 Touristische Modellregionen

Bundesminister Dr. Bartenstein gab am 10. April 2008 den Startschuss für das Projekt „Touristische Modellregionen“. Vier engagierte Tourismusregionen wurden gesucht, die sowohl geographisch als auch thematisch einen repräsentativen Querschnitt der österreichischen Tourismuslandschaft darstellen sollten und an einem Auf- bzw. Ausbau des Ganzjahrestourismus bzw. Saisonverlängerung, an nachhaltigem, integriertem Wirtschaften sowie an Innovationen im Tourismus interessiert sind. Mit den in der Region vorhandenen Ressourcen sollen durch strategische Weichenstellungen sowie interne Schwerpunktsetzungen und mit Unterstützung des BMWFJ nachhaltige Verbesserungen erzielt werden.

¹¹⁾ Teilnehmer 2009 – 22 Staaten (20 MS, 2 Kandidaten): Österreich, Belgien, Bulgarien, Kroatien, Zypern, Tschechien, Estland, Frankreich, Griechenland, Ungarn, Irland, Italien, Lettland, Litauen, Luxemburg, Malta, die Niederlande, Polen, Rumänien, Slowenien, Spanien und die Türkei.

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

Nach einer Ausschreibung wählte eine hochkarätig besetzte Jury (Abg. z. NR Mag. Melitta Trunk, Abg. z. NR Franz Hörl, GD Dr. Reinhard Mücke (ÖHT), Tourismusdirektor Georg Bliem und SC Mag. Elisabeth Udolf-Strobl (BMWFJ)) im Juni 2008 folgende vier Regionen aus:

- Montafon Tourismus,
- Ferienregion Reutte + Naturpark Tiroler Lech,
- Steirisches Thermenland,
- Wörthersee Tourismus GmbH.

Als offizieller Startschuss für die operativen Tätigkeiten der Regionen fand am 2. Oktober 2008 in Velden am Wörthersee der 1. Workshop der Vertreter/innen der Pilotregionen mit Vertretern des BMWFJ und Herrn Mag. Werner Taurer (Kohl & Partner) als Moderator des Prozesses statt.

Der 2. Workshop fand am 14. Mai 2009 in Reutte/Tirol statt, die Regionen berichteten über ihre Projekte und nutzen dieses Zusammentreffen für einen intensiven Erfahrungsaustausch.

Als Termin für den Abschlussworkshop wurde der 10. November 2009 in Wien vereinbart, darauf aufbauend wird ein Abschlussbericht verfasst werden.

Kurzbeschreibung der Intentionen der ausgewählten Pilotregionen

Ferienregion Reutte/Naturpark Tiroler Lech:

(Schwerpunkt Nachhaltigkeit)

- Aufbau eines naturorientierten Tourismus, der eine nachhaltige wirtschaftliche Wertschöpfung auslösen soll (ökonomische Nachhaltigkeit).
- Die Natur als wertvollstes „Anlagevermögen“ des Tourismus ist nachhaltig zu pflegen (ökologische Nachhaltigkeit).
- Weiterentwicklung des Tourismus als attraktivem Arbeitgeber (soziale Nachhaltigkeit).

Montafon:

(Schwerpunkt Nachhaltigkeit)

- im Mittelpunkt stehen die nachhaltige Vermarktung des regionalen Potenzials, die Bewusstseinsbildung und die Förderung regionaler Identität.

- GPS FOX Sports Activity Plattform: interaktive, virtuelle Plattform auf GPS basierend.
- Interaktive Karten auf der Destinationsplattform www.montafon.at.
- Beratungsservices und Schulungen im Rahmen des laufenden Projekts „eFitness Montafon“ sollen einen langfristigen Aufbau von Kompetenzen gewährleisten.
- Tälerübergreifende Konzeption von Besucherangeboten für Schutzgebiete.

Wörthersee:

(Schwerpunkt Saisonverlängerung - vom Sommertourismus zum Ganzjahrestourismus)

- Aufbau von Urlaubsthemen abseits des Badetourismus, wie:
 - Wandern (Wörthersee Erlebnis-Rundwanderweg)
 - Rad: Forcierung des Themas Rennradtourismus
 - Seenwellness (Sauna am See, Wellnessschiff, See als Ort der Kraft/Ruhe, Kuschelboote uvm.)
- Winter: durch Kooperation im Bereich Schi-/Gastro-/Wellnessangebot und Nutzung/Forcierung „neuer“ Vertriebswege

Steirisches Thermenland:

(Schwerpunkt Innovation)

- Steigerung des ausländischen Gästeanteils
- Steigerung der regionalen Wertschöpfung
- Vernetztes, regionales Urlaubsangebot
- Nutzung der regionalen Ressourcen
- Individualisierung des Internets
- Dynamic Packaging
- Angebotsentwicklung
- Tourismuscard.

Parallel zu diesem Projekt gibt es ein Tourismus-Arbeitsmarktprojekt im Burgenland - die „Modellregion Tourismusnetzwerk“ von Prof. Zellmann (Institut für Freizeit und Tourismusforschung) - das aber vom Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz inhaltlich begleitet und finanziell getragen wird.

5.4 Kulturtourismus

Creative Austria



2008 war das zweite operative Geschäftsjahr der Arbeitsgemeinschaft Creative Austria, die im Mai 2006 gegründet wurde, um ein modernes, progressives und zeitgenössisches Bild Österreichs auf dem Markt zu platzieren und das klischeehafte Österreich-Bild zu ergänzen und zu dynamisieren. Folgende Institutionen sind seit der Gründung mit dabei:

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

Im Laufe des Jahres 2008 wurde die Zusammenarbeit mit der ÖW weiter intensiviert und es wurde vereinbart, dass die ARGE auch weiterhin abseits der gewohnten touristischen Pfade werben wird.

So bleiben die Guerilla-Marketing-Aktionen auch weiterhin ein zentrales Element im Magazin-Vertrieb.

Creative-Austria-Magazin

2008 wurden wiederum drei Magazine mit einer Auflage von 70.000, 100.000 und 50.000 Stück produziert und zur Verteilung gebracht.

Die Promotions fanden 2008 bei folgenden Veranstaltungen statt:

Diagonale	Assembly Design Festival
Art Cologne	Bachmann Preis
Leipziger Buchmesse	Bregenzer Festspiele
Wiener Festwochen	Salzburger Festspiele
Lifeball Wien	Forum Alpbach
Architekturbiennale Venedig	Ars Electronica
Expo 2008 Zaragoza	Frankfurter Buchmesse

Darüber hinaus wurde das Magazin bei Kulturfrequenzpunkten aufgelegt und dem 3-sat-Printmagazin beigelegt.

Die Website - www.creativeaustria.at

Die Website ist weiterhin zentraler Bestandteil des Auftritts der Creative-Austria-Gruppe. Zusätzlich zu den bereits vorhandenen Features wurde nun auch ein Ad-Server eingerichtet, um den Partnern aus der Kulturszene Werbeplatz einräumen zu können. Im Tausch dafür erhält die ARGE Präsentationsflächen bei den einzelnen Partnern in deren Einrichtungen bzw. auf deren Web-Sites.

Neu ist auch ein Ticket-Webshop, der Kulturkarten für auswärtige Besucher/innen durch einen online-Vertrieb leichter verfügbar macht sowie ein Literatur-Shop, der destinationsaffine Literaturtipps gibt und auch gleich zum Kauf anbietet.

Der Creative Austria-Webguide verweist auf jene Hauptthemen, auf die sich die ARGE geeinigt hat: Bildende Kunst, Musik, Architektur, Film, Design, Literatur, Medien, Theater/Tanz. Eine überregionale Darstellung dieser Genres ist in Österreich weiterhin einzigartig. Unter Destinationen ist schließlich das regionale Angebot der ARGE-Mitglieder übersichtlich und zielgruppengerecht aufbereitet. Unter dieser Rubrik können auch die touristischen Leistungen der Destinationen abgerufen werden.

Neue Projekte

- Nach intensiver Vorbereitung im Jahr 2008 wird 2009 das erste Creative-Austria-TV-Magazin auf Sendung gehen. Fünf Sendungen sind vorderhand geplant und werden auf 3-sat ausgestrahlt.
- Das produzierte Film-Material wird darüber hinaus in anderen Vertriebskanälen (vor allem im Internet) verwendet.
- Das Symbol für die ARGE, „ERNI the chicken“ von Edgar Honetschläger, bleibt auch weiterhin im Einsatz, da sich ERNI in der Zwischenzeit zu einem bekannten Symbol für die ARGE und deren Aktionen entwickelt hat
- Es gibt laufend Gespräche mit allfälligen Interessenten im Hinblick auf eine Erweiterung der ARGE.

OECD Seminar „A new design for Tourism“

Im Rahmen des Projektes des OECD Tourismuskomitees „Culture, Tourism and Creative Industries: Driving Forces for Local Development“ wurde im Februar 2009 in Bregenz das Seminar „A new design for Tourism“ von der Vorarlberg Tourismus GmbH gemeinsam mit dem BMWFJ und der OECD veranstaltet.

Vorarlberg hatte sich bereits im Vorfeld an der OECD Studie "The Impact of Culture on Tourism" (siehe auch Kapitel 3.3) mit dem Fallbeispiel „Kulturtourismusstrategie Vorarlberg 2010+“ beteiligt. Diese Studie wurde kurz vor dem Seminar von der OECD veröffentlicht und in Bregenz präsentiert. Die Untersuchung identifiziert und analysiert eine Reihe langfristiger Herausforderungen, unter anderem die erfolgreiche Integration kultureller, touristischer und regionaler Entwicklungsstrategien. Dieses Thema war auch Schwerpunkt des Seminars in Vorarlberg.

Die Diskussion analysierte die Rolle von Kunst, Kultur und Kreativwirtschaft für die lokale und regionale Wirtschaft und die touristische Entwicklung einer Region. Welche Strategien werden verfolgt, um nicht nur aus der einmaligen Landschaft touristisches Kapital zu schlagen, sondern materielle und immaterielle kulturelle Ressourcen zu nutzen, innovative und attraktive kulturtouristische

Angebote zu entwickeln. Solche Angebote umfassen sowohl das kulturelle Erbe als auch zeitgenössische künstlerische und kulturelle Ausdrucksformen sowie die Kreativwirtschaft.

Fallbeispiele aus Österreich (Kulturtourismusstrategie Vorarlberg 2010+, Kulturhauptstadt Linz09, Kultur am Berg – Lech/Zürs, Kunsthaus Bregenz „Horizon Fields“ von Antony Gormley), Deutschland (Kulturhauptstadt RUHR 2010), der Schweiz (Film Location Switzerland), Kanada (Earth Rhythms) und dem Vereinigten Königreich (Cities and Regions London) wurden präsentiert. Zwei Fächekursionen zu den Themen „Architektur, Design und kulturelles Erbe – Elemente einer unverwechselbaren Tourismusmarke“ und „Design, Kunst und kulturelle Identität – Wie entsteht ein erfolgreiches Zusammenspiel von traditionellem und zeitgenössischem Design für eine Feriendestination“ vertieften das Programm.

Es wurde klar, dass eine sektorenübergreifende Zusammenarbeit ein zentraler Erfolgsfaktor für die Steigerung der Attraktivität und der internationalen Wettbewerbsfähigkeit ist. Regionen, die es schaffen ihre kulturellen und kreativen Kräfte zu bündeln, die regionalen Besonderheiten zu stärken und damit ihren „Lebensraum“ unverwechselbar und einmalig zu machen, sind sicherlich langfristig erfolgreicher und wettbewerbsfähiger. Um eine kulturell aufgeladene touristische Marke prominent auf dem internationalen Markt zu positionieren, ist eine reibungslose und effiziente Zusammenarbeit zwischen der Tourismuswirtschaft, den kulturellen Einrichtungen, den Kommunen, anderen relevanten privaten und öffentlichen Institutionen sowie regionalen Akteuren unumgänglich. Es bedarf Entwicklungsstrategien, die so unterschiedliche Bereiche wie Leben, Arbeiten und Investieren in einer Region, aber auch den Besuch der Region durch Tourist/innen umfassen. Gäste und Bevölkerung sollen durch diesen integrativen Ansatz gleichermaßen profitieren.

Das Seminar diente als Forum für Austausch und Inspiration und war ein gelungener österreichischer Beitrag zur internationalen Diskussion dieses Themas.

„Architektur macht Gäste“

Grundlagenstudie über den Zusammenhang zwischen Architektur und Wirtschaftlichkeit im Tourismus

Zeitgenössische, gute Architektur und Baukultur können einen wesentlichen Beitrag zur Identitätsbildung und Markenprofilierung eines Unternehmens, einer Gemeinde oder einer Region leisten. Zu diesem Ergebnis kommt die Studie "Architektur macht Gäste", die im Rahmen des gleichnamigen Architektursymposiums vom 10. bis 11. Oktober 2007 in Bregenz vorgestellt wurde.

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

Ziel der Studie war es,

- den Zusammenhang zwischen Architektur und Wirtschaftlichkeit im Tourismus zu untersuchen,
- die Grundvoraussetzungen für qualitätsvolles Bauen im Tourismus zu erläutern,
- den betriebswirtschaftlichen Nutzen guter Architektur für die Hotellerie, die Gastronomie und andere touristische Einrichtungen zu dokumentieren,
- eine Orientierungshilfe für die heimische Tourismuswirtschaft zu haben,
- Österreich im Bereich Planen und Bauen im Tourismus international positionieren zu können.

Die wichtigsten Ergebnisse:

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

Tourismusbetriebe, die in gute Architektur investieren, erreichen damit nicht nur eine Qualitätssteigerung, sondern erhalten auch ein wichtiges Marketingargument.

Die Erfolgsfaktoren für gute Architektur im Tourismus lassen sich wie folgt zusammenfassen: innovatives Unternehmertum, professionelle Beratung, Planung und Umsetzung sowie gute Kommunikation.

5.5 Export- und Kooperationsplattform für österreichisches Tourismus Know-how: www.tourism-knowhow.at

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

www.tourism-knowhow.at wurde vom BMWFJ ins Leben gerufen, um das österreichische Know-how im Tourismus darzustellen, internationale Kooperationen zu fördern und die Information, Kommunikation und Vernetzung zu verbessern.

Gemeinsam mit der Krems Research Forschungsgesellschaft mbH wurde ein zweisprachiges (EN, DE), benutzerfreundliches Instrument für österreichische Anbieter/innen und internationale Nachfrager/innen nach touristischem Fachwissen geschaffen. Für Interessent/innen aus dem Ausland, die auf der Suche nach tourismusspezifischer Expertise sind, ist es nun sehr einfach, mögliche Partner/innen zu finden. Die Plattform führt über unterschiedliche Suchmasken direkt zu österreichischen Organisationen oder Unternehmen mit entsprechenden Kompetenzen, die umgehend kontaktiert werden können.

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

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

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

Im BMWFJ wurden in diesem Zusammenhang auch in den Jahren 2008 und 2009 wieder Veranstaltungen organisiert. Die Präsentation der Plattform und ihrer Mitglieder im März 2008 vor ausländischen Vertretungen (Botschaften, Handelsdelegationen, Corps touristique) aus über 20 Staaten zeigte das große internationale Interesse für dieses Instrument. Im April 2009 tagte das Netzwerk zum Thema Förderungen internationaler Projekte mit Schwerpunkt Ost- und Südosteuropa. Hier gelang es - neben vielen österreichischen Organisationen - den rumänischen Staatssekretär für Tourismus, Sorin Munteanu, für die Veranstaltung zu gewinnen. Ein Schwerpunkt der Arbeiten im Jahr 2009 liegt auf der weiteren Verbesserung der Informationen und Inhalte für die Mitglieder und der Bekanntmachung der Plattform in einschlägigen Kreisen.

5.6 Tourismus ohne Barrieren

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

Die Initiativen des BMWFJ reichen von der Ausschreibung von Preisen über die Abhaltung von Wettbewerben oder die Unterstützung webbasierter Informationsplattformen bis hin zur Herausgabe von Broschüren und Handbüchern. Insgesamt hat das BMWFJ in den letzten sieben Jahren nahezu 600.000 EUR für Projekte für Menschen mit Behinderung eingesetzt.

Im Jahr 2008 wurde in Zusammenarbeit mit der Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ) die Informationsbroschüre "Tourismus für Alle - Barrierefreies Planen und Bauen in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft" entwickelt. Diese informiert über den wirtschaftlichen Nutzen und das touristische Potenzial eines barrierefreien Tourismus, gibt Erläuterungen zu den derzeit bestehenden gesetzlichen Rahmenbedingungen, im Besonderen zum Bundesbehindertengleichstellungsgesetz, zeigt Fördermöglichkeiten auf und gibt Hinweise, was bei der Planung zu beachten ist und wie ein barrierefreier Internetauftritt gestaltet wird. Die Adaptierungsbeispiele stellen einige barrierefrei gestaltete Tourismus- und Freizeitbetriebe vor - beginnend beim Hotel, über Museen bis hin zum Tagungszentrum.



Ende 2008 wurden weiters die Vorbereitungsarbeiten zur Einrichtung eines permanenten Workshops „Barrierefreies Reisen für Alle - Eine Chance für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft“ gemeinsam mit der WKÖ eingeleitet; Ziel dieses Workshops ist es, alle Akteure – sowohl Vertreter/innen der Tourismus- und Freizeitwirtschaft als auch Behindertenverbände und Betroffene – an einen Tisch zu bringen, um an der Verbesserung eines barrierefreien Tourismus für Alle in Österreich zu arbeiten. Die Konzeption des Workshops sieht neben Treffen im Plenum die Einrichtung von vier Arbeitskreisen (AK) vor, in denen in kleinerer Teilnehmerzahl zu bestimmten 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) Maßnahmen erarbeitet werden sollen, die nachhaltig zu einer Verbesserung des touristischen Angebots für alle Menschen beitragen.

5.7 Staatspreis Architektur 2008

Der Staatspreis Architektur, der abwechselnd Projekte in den Bereichen Tourismus und Freizeit, Industrie und Gewerbe, sowie Neue Arbeitswelten in Verwaltung und Handel auszeichnet, stand 2008 wieder unter dem thematischen Schwerpunkt „Architektur für Tourismus und Freizeit“ und erzielte mit knapp 80 die bisher größte Zahl an Einreichungen. Dies zeugt von der großen Innovationskraft der österreichischen Tourismus- und Freizeitbetriebe und der Architektur, aber auch von der Bedeutung und dem Stellenwert, der diesem Staatspreis beigemessen wird. Neben dem Staatspreis wurde auch ein Sonderpreis „Alt & Neu“ verliehen, mit welchem das Augenmerk auf qualitätvolle Erneuerungen gelenkt und aufgezeigt werden sollte, dass aus der Verbindung von Bestand und Neuem sehr überzeugende Gesamtlösungen entstehen können.

Die eingereichten Projekte - insbesondere das Siegerprojekt, der Sonderpreis „Alt & Neu“ und die nominierten Objekte - zeigen einen imposanten Querschnitt an kreativen und zukunftsweisenden Lösungen für die unterschiedlichsten Aufgabenstellungen der österreichischen Tourismus- und Freizeitbetriebe. Sie stehen für die Innovationskraft und das Verantwortungsbewusstsein der österreichischen Unternehmen als Botschafter und Bannerträger der Gastlichkeit und Kulturlandschaft Österreichs, zeigen aber auch das Bewusstsein der Projektträger für das Erfordernis eines nachhaltigen, auf Ressourcenschonung gerichteten Agierens auf.

Der Staatpreis Architektur 2008 würdigt diese herausragenden Beispiele der Verbindung von Tourismus- und Freizeitwirtschaft mit Architektur und will zugleich wichtige Impulse und Anregungen für weitere architektonische Innovationen und Lösungen im Tourismus und in der Freizeitwirtschaft, aber auch in der Baukultur allgemein, geben.

Die ausgezeichneten Projekte des Jahres 2008 waren:

Staatspreis:

„Hotel Schwarzer Adler Kitzbühel“; Architektur: tatanka ideenvertriebsgmbh, Mils und Gogl + Partner, Linz; Bauherr: Dr. Christian und Andrea Harisch, Schwarzer Adler Kitzbühel

Aus der Jurybegründung: Das Hotel der Luxusklasse macht viele Schichten des „Bauens für Gäste“ ablesbar und zeigt sehr selbstbewusst seine unterschiedlichen Zeitstempel, ohne in Mimikry und falsch verstandene Heimatidylle zu verfallen.

Sonderpreis:

„Stadtbad Dornbirn“; Architektur: cukrowicz nachbaur architekten zt gmbH, Bregenz; Bauherr: Stadt Dornbirn

Der Jury erschien das Stadtbad Dornbirn in diesem Kontext besonders bemer-

kenswert, weil es äußerst gefühlvoll ein Objekt aus den 1960er Jahren an die heutigen Ansprüche adaptiert. Neben der sehr gelungenen architektonischen Synthese beeindruckte auch das optimierte Energiekonzept, welches bei verdoppelter Nutzfläche gleich bleibende Betriebskosten erbringt.

Nominierungen

Neben dem Staatspreisträger und dem Sonderpreisträger sind folgende Projekte als "für den Staatspreis nominiert" ausgezeichnet worden:

„Burg Forchtenstein“; Architektur: driendl*architects, Wien; Bauherr: Burg Forchtenstein Betriebsgesellschaft mbH

„Golfclub St. Oswald“; Architektur: x architekten, Linz und Wien; Bauherr: Golf- und Tourismusförderung St. Oswald

„Galzigbahn“; Architektur: driendl*architects, Wien; Bauherr: Arlberger Bergbahnen AG

„Holzbox Apartment Module“; Architektur: Holzbox ZT GmbH, Innsbruck; Bauherren: Naturfreunde Österreich Reisebüro & Freizeitbetriebe GmbH, Marktgemeinde Passail, Die Frohnleitner, Lebenshilfe Ausseerland, Entwicklungsverein Planneralm & Plannereckbahn

„life medicine RESSORT DAS KURHAUS Bad Gleichenberg“; Architektur: Jensen & Skodvin Arkitektkontor AS mit Partnerarchitekt Domenig & Wallner ZT GmbH; Projektmanagement: WENDL ZT GmbH; Bauherr: Kappa Thermenbeteiligung GmbH

5.8 Klima und Energie

Klima(folgen)forschungsprogramm StartClim

Das Thema Klimawandel wird für die Tourismuswirtschaft zunehmend bedeutsam. Die Sektion Tourismus und Historische Objekte im BMWFJ beteiligt sich daher inhaltlich und finanziell am Österreichischen Klima(folgen)forschungsprogramm StartClim, um die Auswirkungen des Klimawandels auf den Bereich Tourismus wissenschaftlich untersuchen und mögliche Anpassungsmaßnahmen erarbeiten zu lassen (siehe Kapitel 5.11 Studien). Ziel der österreichischen Tourismuspriorisierung ist seit Jahrzehnten der qualitativ hochwertige, umweltfreundliche und nachhaltige Tourismus. In dem Bemühen um die Aufarbeitung der touristischen Herausforderungen an den Klimawandel wird diese Strategie fortgesetzt. Die vom BMWFJ beauftragten Klimastudien werden im Einzelnen im Kapitel 5.11 vorgestellt.

CO₂-Emissionshandel auf EU-Ebene

Als Maßnahme zum Klimaschutz sieht die Europäische Kommission zwar keine Besteuerung von Kerosin vor, hat jedoch einen Vorschlag für eine Änderung der

Richtlinie zum EU-Emissionshandel-Schema ausgearbeitet, der den Flugverkehr inkludiert. Die politische Einigung dazu erfolgte im Umweltministerrat am 20. Dezember 2007. Die Annahme der neuen Richtlinie "Einbeziehung des Luftverkehrs in den EU-Emissionshandel" durch das Plenum des Europäischen Parlaments erfolgte am 8. Juli 2008 (mit 640 Ja-Stimmen gegenüber 30 Nein-Stimmen). Das bedeutet, dass der Flugverkehr innerhalb sowie von und nach Europa beginnend mit 1. Jänner 2012 in den Europäischen Emissionshandel (European Emission Trading Scheme - EU ETS) einbezogen wird. Der neuen Richtlinie zufolge sollen 85 % der Zertifikate gratis zugeteilt, 15 % müssen ersteigert werden. Im ersten Jahr müssen die Fluggesellschaften 3 % ihrer Emissionen im Vergleich zum Zeitraum zwischen 2004 und 2006 reduzieren, ab 2013 sind es 5 %.

Die Vermutung liegt nahe, dass die neue Richtlinie für jene Fluglinien, die überwiegend Flüge innerhalb der EU ausführen, einen Wettbewerbsnachteil darstellt, weil diese Flüge deutlich teurer werden müssen. Als weitere Konsequenz ist anzunehmen, dass europäische Flughäfen für Interkontinentalflüge an Attraktivität verlieren und die Flüge aus Übersee aus wirtschaftlichen Gründen auf Flughäfen ohne EU ETS Verpflichtung (insbesondere Schweiz, Kroatien, Ukraine) für ihre Europadestinationen ausweichen werden. Die für den Tourismus so wichtige Verbindung über Direktflüge wäre damit deutlich erschwert.

CO₂-Kompensation bei Flugreisen

Flugpassagiere haben die Möglichkeit zur Entrichtung eines freiwilligen Beitrages in Relation zum verursachten CO₂-Ausstoß. Die CO₂-Emissionen können zwar dadurch nicht verhindert, sollen jedoch an anderer Stelle eingespart werden. Mit den Kompensationsbeiträgen werden internationale Klimaschutzprojekte unterstützt. In Österreich gängige Kompensationsmodelle sind:

www.climateaustria.at

www.myclimate.org

atmosfair.at verlinkt mit www.atmosfair.de

Welttourismustag 2008

Die Welttourismusorganisation (UNWTO) rief den Welttourismustag am 27. September 2008 unter dem Titel "Tourism Responding to the Challenge of Climate Change" aus, um die touristischen Herausforderungen an den Klimawandel verstärkt in das Bewusstsein der Tourismuswirtschaft zu rücken. Denn der Tourismus ist nicht nur betroffen vom Klimawandel, sondern auch mitverantwortlich für die globale Erwärmung. Die Welttourismusorganisation bekannte sich in der Davos-Deklaration vom 3. Oktober 2007 zu konkreten Empfehlungen und Maßnahmen.

Sondernummer Integra "Tourismus gewinnt durch Klimaschutz"

Anlässlich des Welttourismustages 2008 hat das BMWFJ gemeinsam mit dem BMLFUW und dem Institut für Integrativen Tourismus und Entwicklung eine Sondernummer der populärwissenschaftlichen Fachzeitschrift Integra zum Thema "Tourismus gewinnt durch Klimaschutz" erarbeitet und in 15.000-facher Auflage herausgegeben. Zielgruppe waren Unternehmer/innen und Praktiker/innen aus der Tourismuswirtschaft sowie Multiplikatoren im Bereich Tourismus.

In dieser Sondernummer wurden in zahlreichen Beiträgen die Meinungsvielfalt und die Fülle der Handlungsmöglichkeiten unterschiedlicher Stakeholder dargestellt. Anhand erfolgreicher Beispiele aus den Bereichen Energie, Wasser, Bauen und Mobilität wurde gezeigt wie Tourismusbetriebe Kosten sparen und gleichzeitig das Klima schützen können. Es galt, die Tourismusunternehmer/innen zu motivieren, nachhaltige und Ressourcen schonende Lösungen in ihren Betrieben zu realisieren und die dafür vorhandenen Förderungen in Anspruch zu nehmen. Die Ansprechpartner/innen für Energieberatung und Förderungen sind auf einer Seite zusammengefasst und geben einen raschen Überblick. Außerdem wurde aufgezeigt, dass klimafreundliches Handeln zum guten Image beiträgt: denn der Einsatz von erneuerbaren Energien und energieeffizienten Systemen wird von den Gästen in zunehmendem Maße wahrgenommen und geschätzt. Die Botschaft an die Tourismusunternehmer/innen lautet: wirtschaftliches Handeln und Klimaschutz sind kein Gegensatz.

5.9 2008 – Neuaufage Medienpaket Tourismus & Freizeitwirtschaft

Das Medienpaket Tourismus & Freizeitwirtschaft wurde im Dezember 2008 zum vierten Mal (1993, 1998, 2001) in aktualisierter und didaktisch neu aufbereiter Form, gemeinsam vom BMWFJ, der WKO und der Arbeitsgemeinschaft Wirtschaft und Schule (AWS) aufgelegt.

Das Medienpaket ist als Unterrichtsbehelf für Lehrkräfte vorwiegend für die Sekundarstufe II in Gymnasien, das Kapitel "Ausbildung im Tourismus" auch für die Sekundarstufe I konzipiert. Die umfassenden Sachinformationen wurden von Tourismusexperten aufbereitet und enthalten viele Beispiele aus der Praxis. Besonders interessant ist der Didaktikteil mit Übungsblättern und Projektaufgaben samt Lösungsvorschlägen - mit Kopiervorlagen und Folien, die unmittelbar im Unterricht einsetzbar sind.

Die Tourismus- und Freizeitwirtschaft zählen in Österreich zu den wichtigsten Wirtschaftszweigen und haben bedeutenden Einfluss auf Wirtschaftswachstum, Einkommen, Beschäftigung, regionale Entwicklung und somit auf die Lebensqualität in unserem Land. Dem BMWFJ ist es daher ein Anliegen, dass die Schüler/innen über die Bedeutung der Tourismus- und Freizeitwirtschaft erfah-

ren und ihnen die Möglichkeiten und beruflichen Chancen, die diese Branche bietet, näher gebracht werden.

Neben diversen Pressemitteilungen wurden - mit der Versendung von rund 1.000 eigens gestalteten "Appetizern" - Schulen und touristische Ausbildungsstätten sowie alle maßgebend für den Tourismus verantwortlichen Stellen auf die Neuerscheinung des Medienpaketes aufmerksam gemacht.

Das Medienpaket Tourismus & Freizeitwirtschaft ist als Printausgabe bei der AWS zu einem Preis von 10 EUR (exkl. Versandkosten) zu beziehen und steht zum kostenlosen Download zur Verfügung, entweder auf der Homepage des BMWFJ unter www.bmwfj.gv.at/tourismus oder direkt unter www.wko/aws.

Go for Ski-Initiative

Das BMWFJ unterstützte in der Wintersaison 2008/09 die Go for Ski-Initiative des Marketing Forums beim Fachverband der Seilbahnen in der Wirtschaftskammer Österreich. Es handelt sich um eine Marketing- und Imagekampagne zur Förderung des Wintersports und zur Erhöhung der Sicherheit und Eigenverantwortung der Wintersportler/innen auf Österreichs Skilisten.

Die Initiative bestand aus drei Elementen (I. Leporello Safer Snow - More Fun, II. 2 CDs mit Argumentationshilfen für Lehrer/innen und Eltern, III. Kreativwettbewerb in Volksschulen):

I. Leporello: Safer Snow - More Fun

In einer 20-seitigen Minibroschüre im Kreditkartenformat (in Deutsch und Englisch) wird in einer humorvollen Geschichte von "Helmi" (zur Verfügung gestellt vom Kuratorium für Verkehrssicherheit) und Dominic Tritscher, dem Freestyle, auf Sicherheitsmaßnahmen hingewiesen (552.000 Stück).

Durch die Landestourismusorganisationen, deren lokale und regionale Tourismusverbände und durch die Österreich Werbung wurden 58.000 Stück Leporellos in ganz Österreich (außer Wien und Burgenland) aufgelegt, verteilt und den Winteranfragen beigelegt. Zusätzlich wurden die Tourismusorganisationen ersucht, das Leporello auf die Homepage zu stellen. Darüber hinaus wurde das Leporello der Zeitschrift "SKI & BOARD 2008" beigelegt. Dieses Fachmagazin ergeht an 8.500 personalisierte Adressen (Sportlehrer/innen und Schulen) in Österreich.

II. Zwei CDs (12.000 Stück)

- Als Argumentationshilfe zur Durchführung von Wintersportwochen für Lehrer/innen und Schulen bei Eltern-Informationsabenden (Argumente, Rechtliches, Vorbereitung, Fitness, Checkliste, Auswahl von Skigebiet und Unterkunft, Sportarten, Sicherheit, Erste Hilfe, alpine Gefahren, Klima/Beschneiung, Nachwuchsförderung, Wirtschaftsfaktor Wintersport) wurden Statements von Partnern aus Wirtschaft und Sport sowie ein BMWFJ-Statement der Leiterin der Sektion Tourismus und Historische Objekte abgegeben.

- Weiters gibt es einen Film zu 20 Minuten.

III. Kreativwettbewerb in Volksschulen

Im Rahmen der Go for Ski-Initiative wurden 2.600 österreichische Volksschulen mit zwei Directmailings an Lehrer/innen eingeladen, an einem Kreativwettbewerb teilzunehmen. Dabei sollte die Klasse eine Verhaltensregel aus den Leporelos auswählen und diese dann auf kreative Weise, z. B. gezeichnet oder gemalt, als Bastelarbeit oder verpackt in eine Geschichte oder in einem Video, dargestellt werden. Verlost wurde pro Bundesland ein Sicherheits-Skitag für die ganze Klasse inklusive Skilehrer/in.

Exkurs: T-MONA - Familienurlauber in Österreich, Kurzporträt Sommer 2008

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

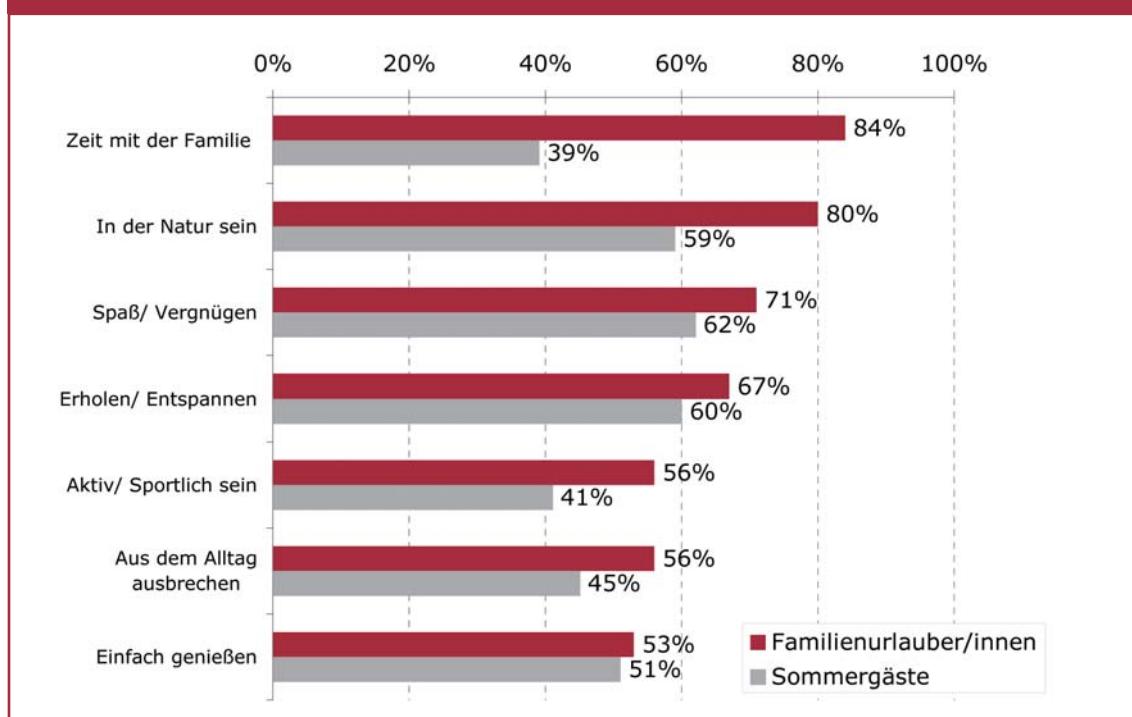
T-MONA gibt es seit 2004 und wird im Zwei-Jahres-Rhythmus durchgeführt. T-MONA zählt europaweit zu den größten und effektivsten Gästebefragungen.

Um die Möglichkeit von T-MONA an einem Beispiel zu verdeutlichen, werden hier Erkenntnisse über Familienurlauber/innen beispielhaft dargestellt.

Familienurlauber in Österreich – ein Kurzporträt!

Jung, gesellig, erlebnishungrig und informierter.

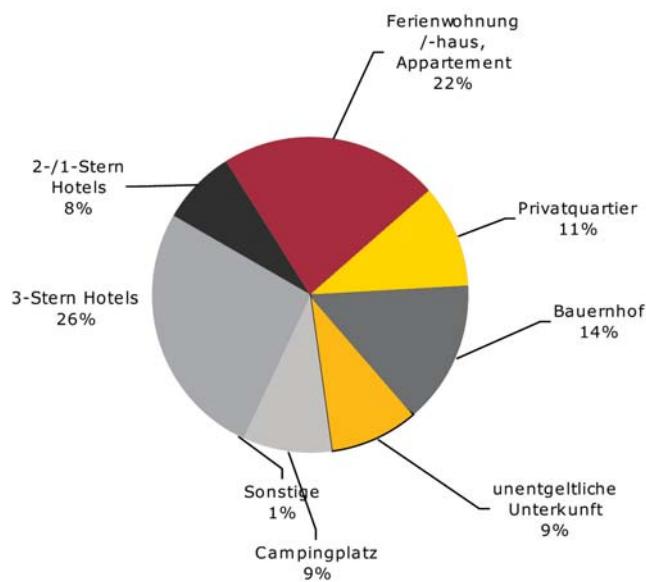
Die/Der Familienurlauber/in ist mit 43 Jahren deutlich jünger als der österreichische Sommertourist insgesamt. Familienurlauber/innen legen sehr viel Wert auf die Urlaubs vorbereitung - die Urlaubsentscheidung fällt oft schon Monate im Voraus und der Informationsbedarf ist deutlich höher. Familienurlauber/innen sind vor allem die Zeit mit der Familie und der Bezug zur Natur sehr wichtig. Das sind auch die ausschlaggebenden Urlaubsmotive für ihren Urlaub in Österreich: Zeit mit der Familie/Freunden, in der Natur sein und was natürlich nicht fehlen darf – Spaß und Vergnügen. Sie sind deutlich aktiver als andere Urlaubsgäste, wobei moderate Aktivitäten wie Spazieren in der Natur, Flanieren und Bummeln oder einfach nur Ausspannen ganz oben auf der Liste der beliebtesten Urlaubsaktivitäten stehen. Spitzenreiter sind die Familienurlauber/innen beim Abhalten von individuellen Ausflügen.

Abbildung 6: Urlaubs motive der Familienurlauber 08

Nicht nur Hotel, sondern auch Selbstversorger oder am Bauernhof!

Die/Der Familienurlauber/in verreist gewöhnlich mit dem Auto. Die Unterkunft muss nicht immer ein Hotel sein – Familienurlauber/innen wählen auch ganz gern Ferienwohnungen, wo sie als Selbstversorger/innen nächtigen. Besonders beliebt ist bei den Familienurlauber/innen auch der Urlaub am Bauernhof. Für Familienurlauber/innen bietet Urlaub am Bauernhof vor allem einen großen Vorteil – das Unterhaltungsprogramm für Kinder ist direkt vor Ort vorhanden.

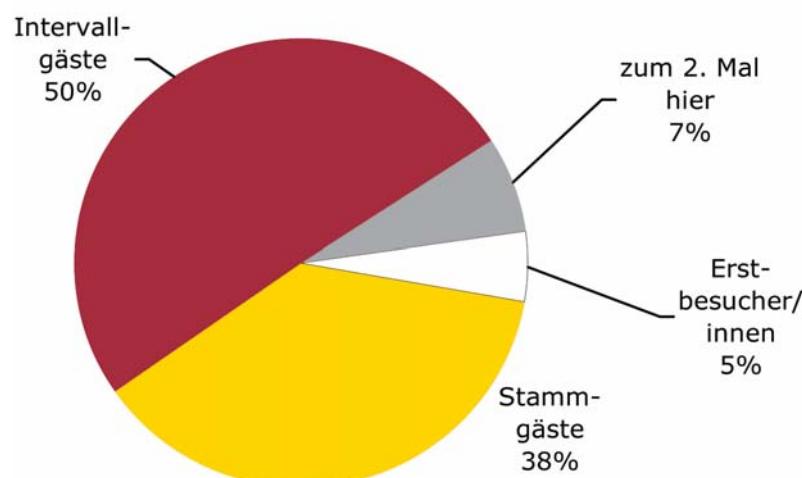
Niederländische Familienurlauber/innen bevorzugen ganz besonders Ferienwohnungen/-häuser und Campingplätze; Nobel logieren Familienurlauber/innen aus der Schweiz: 47 % steigen in 4-/5-Sterne Häusern ab (im Vergleich Italien: 26 %; Deutschland: 25 %; Österreich: 20 %).

Abbildung 7: Unterkunftsart im Überblick – Familienurlauber 08

Länger und oft in Österreich.

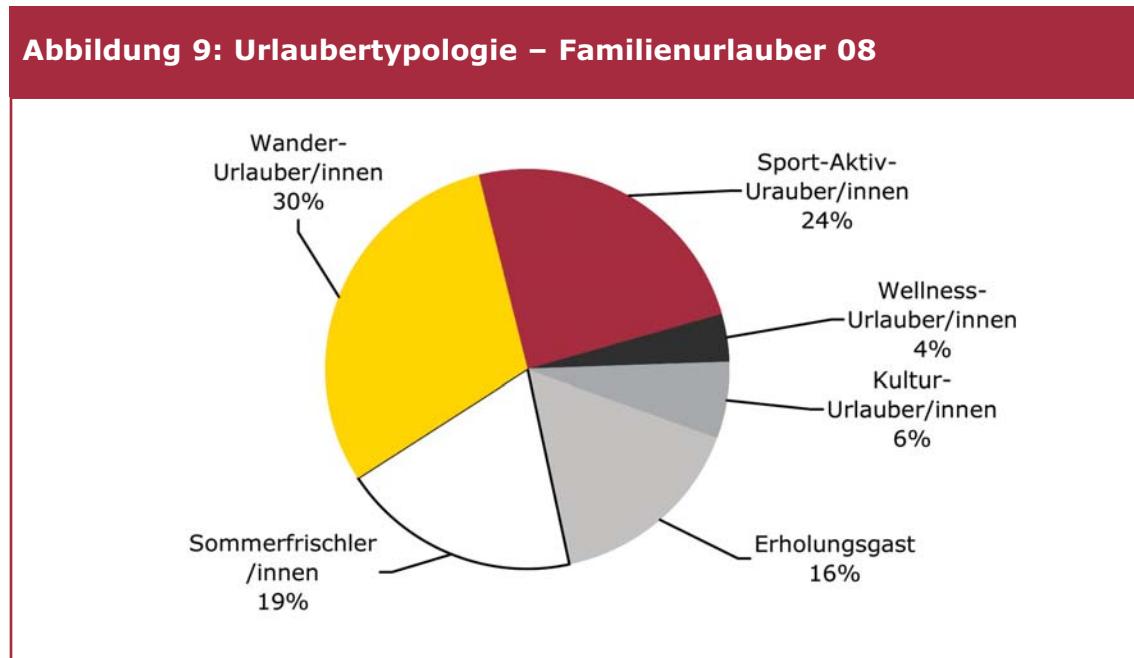
Familienurlauber/innen bleiben durchschnittlich eine Nacht länger als andere Sommertouristen. Die relative Mehrheit bleibt eine Woche, deutlich geringer ist der Anteil der Kurzurlauber/innen – nur 10 % der Familienurlauber/innen machen einen Kurzurlaub (Knapp 20 % der Sommertouristen unternahmen einen Kurzurlaub).

Familienurlauber/innen kommen gerne wieder nach Österreich. Insgesamt sind 27 % der Familienurlauber/innen Stammgäste in Österreich, weitere 60 % waren schon mindestens zwei Mal in Österreich, kommen aber nicht ganz so regelmäßig wie die Stammgäste.

Abbildung 8: Bisherige Besuchserfahrung der Familienurlauber 08

Die aktiven und vielseitigen Urlauber

Familienurlauber/innen sind vor allem den Wander- und Sport-Aktiv-Urlaubern/innen zuzuordnen. Obwohl sie auch großen Wert auf Erholung legen, ist die/der Erholungsurlauber/in deutlich seltener vertreten (16 % versus 26 % beim Österreichgast gesamt). Das zeigt sich auch deutlich bei ihren sportlichen Aktivitäten während des Urlaubes. Sie gehen öfter Wandern, Schwimmen, Radfahren, Bergsteigen, Nordic Walking als die anderen Sommerurlauber/innen. Daneben zeigen sie auch ein deutlich höheres Interesse an Brauchtumsveranstaltungen, Museen und Ausstellungen oder auch Theater- und Kabarettbesuchen – sie wollen möglichst überall dabei sein.



Familienurlauber/innen sind sehr zufriedene Österreich-Urlauber/innen und vergeben bessere Noten als der Sommertyp generell!

5.10 Die Bedeutung der Tagungs- und Kongresswirtschaft für den österreichischen Tourismus

Gastkommentar von KR Rudolf Kadanka - bis Juni 2009 Präsident des "Austrian Convention Bureau" (ACB)

Die wirtschaftliche Bedeutung der Tagungs- und Kongresswirtschaft – der Königsdisziplin im Tourismus – hat in den letzten Jahren in Österreich, auch Dank der vielseitigen Aktivitäten des ACB und im Besonderen durch die Errichtung von sieben zusätzlichen Landes-Convention Bureaus einen höheren Stellenwert in der öffentlichen Wahrnehmung erreicht. Wenn das "kleine" Österreich im weltweiten Wettbewerb heute den hervorragenden 12. Rang einnimmt

und Wien seit Jahren die führende Kongress-Metropole der Welt ist, so sind es vor allem die beteiligten Menschen – kreative, engagierte Persönlichkeiten – die weitgehend hinter diesem Erfolg stehen.

In global wirtschaftlich schwierigen Zeiten – wie wir sie derzeit erleben – sind Verbandskongresse noch am wenigsten beeinträchtigt. Forschung, wissenschaftliche Weiterentwicklung und neue Erkenntnisse erfordern Weiterbildung und sind als Chance für hohe Wertschöpfung im Tagungs- und Kongress-Tourismus zu werten. Österreich profiliert sich auch zunehmend als Sitz europäischer wissenschaftlicher Gesellschaften und damit als bevorzugte Tagungsdestination neben zahlreichen internationalen Verbänden. Als hervorragendes Beispiel sei hier die Europäische Gesellschaft für Radiologie mit Sitz in Wien genannt, welche seit 1980 jährlich ihren Kongress mit bis zu 18.000 Personen in Wien durchführt.

Finanzkrise verändert Kongress- und Tagungsbranche

Verbandskongresse (Association Meetings) werden künftig straffer und kürzer und weiters die Rahmenprogramme schlichter abgehalten werden.

Firmen (Corporate Meetings) treten auf die Ausgabenbremse und streichen ihre geplanten Tagungen und Seminare. Diejenigen, die ihre Veranstaltungen trotzdem abhalten, treten nunmehr moderater und bescheidener auf. Noch vor wenigen Monaten konnten Events nicht groß und opulent genug sein. Jetzt besinnt man sich wieder mehr auf Zurückhaltung. Nur nicht prunken und protzen, scheint die Devise zu lauten. Im selben Atemzug gehen Geschäftsreisen zurück.

Investitionen von rund 650 Millionen EUR in Kongressinfrastruktur

Laut einer Umfrage im Oktober 2008 des ACB beträgt das Investitionsvolumen in die Kongress- und Tagungsinfrastruktur mehr als eine halbe Milliarde EUR, also etwa die Hälfte des Jahresumsatzes der Kongressbranche.

Rund 430 Millionen EUR wurden 2008 getätig, für das Jahr 2009 sind weitere 220 Millionen EUR vorgesehen. Spaltenreiter sind die Bundesländer Tirol und Wien, gefolgt von der Steiermark, Niederösterreich und Oberösterreich.

An führender Position steht das Bundesland Tirol mit einer Investitionssumme von rund 168 Millionen EUR. Das tourismusintensivste Bundesland liegt damit auch bei Investitionen im Kongressbereich an vorderster Stelle.

Die Bundeshauptstadt Wien rangiert mit rund 165 Millionen EUR am zweiten Platz. Trotz bester Infrastruktur wird Jahr für Jahr ständig in neue Kongresshotels bzw. in den Um- und Ausbau von Kongress- und Tagungsfazilitäten in Wien investiert. Dieser Umstand trägt sicherlich auch dazu bei, dass Wien bereits seit Jahren zu den führenden Kongressstädten der Welt gehört. Laut internationaler Kongressstatistik der ICCA (International Congress and Convention Association) ist Wien „Kongressstadt Nummer 1“, d.h. in keiner anderen Stadt der Welt finden so viele internationale Kongresse wie in Wien statt.

Auch die Bundesländer Steiermark, Niederösterreich und Oberösterreich, mit Investitionen in der Höhe von 50 bis 100 Millionen EUR pro Bundesland, verbessern und erweitern kontinuierlich die Qualität der Tagungs- und Kongressinfrastruktur.

Salzburg hat mit 37 Millionen EUR im Jahr 2008 vergleichsweise wenig investiert. Der Grund ist einfach zu erklären: Da 2006 und 2007 zwei Großprojekte realisiert werden konnten, ist das Bundesland Salzburg in diesem Segment infrastrukturell bereits sehr gut aufgestellt.

Selbiges gilt auch für Kärnten. Nachdem im Jahr 2007 160 Millionen EUR in die Kongress- und Tagungsinfrastruktur investiert wurden, hat man sich 2008 mit rund 22 Millionen EUR etwas zurückgehalten. Für 2009 sind jedoch neuerlich Investitionen im Wert von 17 Millionen EUR vorgesehen.

Selbst die kleinsten Bundesländer wie Vorarlberg und Burgenland leisten mit einem Investitionsvolumen von rund 30 Millionen (für 2011 geplant) bzw. 17 Millionen EUR (2008) einen Beitrag zur ständigen Erweiterung der Kongress- und Tagungsinfrastruktur in Österreich.

Österreichweite Kongressstatistik

Nach jahrelanger Bemühung ist es dem ACB mit finanzieller Unterstützung der Österreich Werbung unter Mitwirkung aller Convention Bureaus nun endgültig gelungen, in absehbarer Zeit eine aussagekräftige, österreichweite Kongressstatistik und einen österreichweiten sowie bundeslandspezifischen Kongresskalender zu erstellen.

Initiative „Green & Sustainable Meetings 2009“

Auch für Kongress-Unternehmen ist im Bereich Umwelt und Nachhaltigkeit ein pro-aktives Handeln angesagt: Energieeffizienz, Abfallmanagement, Mobilität, regionale Wertschöpfung sowie soziale Verantwortung sind zentrale Aspekte in der Umsetzung nachhaltiger Veranstaltungen.

In Kooperation mit dem Österreichischen Ökologie-Institut und mit Unterstützung des Lebensministeriums trägt das ACB dieser Entwicklung Rechnung. Die hohe Beteiligung von rund zwei Dritteln der Mitgliedsbetriebe des ACB an einer Umfrage Oktober 2008 des ACB zum Thema Umwelt und Nachhaltigkeit bestätigt die Bedeutung des Themas.

Grundsätzlich stellt sich die österreichische Kongress- und Veranstaltungsbranche im internationalen Vergleich im Bereich „Umwelt-Standards“ eine durchschnittliche bis gute Note aus. Die überwiegend starke bzw. wachsende Bedeutung des Themas Nachhaltigkeit bei der Ausrichtung der Unternehmenspolitik wird von der Branche als Herausforderung gesehen: Strukturierte Strategieentwicklung, Informations- und Qualifizierungsmaßnahmen sowie die Umsetzung von Umwelt- und Nachhaltigkeitsstandards in der operativen Leistungsentwicklung werden mehrheitlich für die nächsten Jahre angestrebt.

Auf Initiative des ACB und führender Kongresshäuser übernimmt Österreich – aus einer Führungsrolle in der internationalen Kongressstatistik heraus – nun auch die Themenführerschaft im Bereich Umweltschutz und Nachhaltigkeit innerhalb der Meetings- und Eventbranche.

Die Initiative „Green Meeting: nachhaltig tagen“ knüpft an die bereits bestehenden hohen Umweltstandards in der Gebäude-Infrastruktur und Energietechnologie, bei Catering oder sonstigen Eventdienstleistungen an und will diese weiter ausbauen.

Die Entwicklung unternehmensspezifischer Umwelt- und Nachhaltigkeitsstrategien sollen die bestehenden Standards schrittweise verbessern und dauerhaft sichern. Informations- und Qualifizierungsmaßnahmen stellen einen weiteren Baustein dieser Initiative dar.

5.11 Studien

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

Alle veröffentlichten Studien bzw. Projekte werden auf der Homepage des BMWFJ mit kurzer inhaltlicher Darstellung vorgestellt (www.bmwfj.gv.at/tourismus).

Kurzfassungen der veröffentlichten Studien bzw. Projekte sind gratis downloadbar oder werden auf Anfrage kostenlos zugesendet.

Die Langfassungen der veröffentlichten Studien bzw. Projekte können bei der im Auftrag des BMWFJ eingerichteten Dokumentationsstelle an der Wirtschaftsuniversität Wien ("Tourismus-Studien Austria", Adresse: Augasse 2-6, 1090 Wien, Internet: www.studien.at) kostenlos bezogen werden.

Ein Tourismus-Satellitenkonto für Österreich. Methodik, Ergebnisse und Prognosen für die Jahre 2000 bis 2009

Auftragnehmer: Statistik Austria/Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung

Inhalt: Die volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus und dessen Beitrag zur wirtschaftlichen Wertschöpfung ist eine wesentliche Kennziffer für die Wirtschaftspolitik. Die Berechnungen im Rahmen des TSA erfolgen auf verschiedenen Ebenen (z. B. direkte und indirekte Wertschöpfungseffekte, nicht-touristischer Freizeitkonsum).

Das österreichische Beherbergungs- und Gaststättenwesen im regionalen Vergleich

Auftragnehmer: Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung

Inhalt: Die österreichischen Tourismusregionen weisen unterschiedliche strukturelle Charakteristika auf, welche die Grundlage für die jeweilige Entwicklungs-dynamik und die realisierte Wettbewerbsposition bilden. Zur Darstellung tourismusspezifischer Unterschiede sowie zur Analyse der unterschiedlichen Entwick-lungspfade der österreichischen Tourismusregionen wurde im Rahmen der vor-liegenden Studie ein spezifisches Kennzahlensystem entwickelt, das auf Ver-knüpfungen verschiedener Kenngrößen des Beherbergungs- und Gaststätten-wesen aus einer Sonderauswertung der Leistungs- und Strukturstatistik für die Jahre 2002 und 2005 basiert. Die Daten wurden regional für 35 Gebietseinheiten erfasst.

Freiwilligenarbeit im Tourismus in Österreich

Auftragnehmer: ARGE Zolles & Edinger GmbH / Worknet

Inhalt: Was kann in Österreich an Freiwilligenarbeit im Tourismus und in touris-musnahen Bereichen mobilisiert und für beide Seiten nutzbar gemacht werden? Welcher Initiativen und Organisationsformen bedarf es hierzu? Auf diese Fragen gibt die vorliegende Studie Antwort, denn Erfahrungen aus anderen europä-ischen Ländern, aber auch zahlreiche erfolgreiche Einzelaktionen in Österreich zeigen, dass es erhebliches Potenzial für qualifizierte Freiwilligenarbeit im Tourismus und in tourismusnahen Bereichen gibt, dieses Potenzial aber bislang kaum mobilisiert wurde.

Stellenwert der Gemeinden für den österreichischen Tourismus

Auftragnehmer: Österreichisches Institut für Raumplanung

Inhalt: Im Rahmen dieser Studie wird eine differenzierte Analyse der Tourismus-gemeinden vorgenommen und der Frage nach den Auswirkungen des Tourismus auf die kommunalen Finanzen nachgegangen.

Nachdem im Rahmen des Österreichischen Klima(folgen)forschungsprogramms StartClim2006 folgende drei Studien erarbeitet wurden,

1. Die Sensitivität des Sommertourismus in Österreich auf den Klimawandel,
2. Auswirkungen des Klimawandels auf das klimatische Tourismuspotenzial,
3. See-Vision: Einfluss von klimabedingten Wasserschwankungen im Neusiedler See und die Wahrnehmung und das Verhalten von Besucherinnen und Besuchern,

konnte im Rahmen von StartClim2007 das Projekt

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

wissenschaftlich aufbereitet werden.

Auftragnehmer: Österreichisches Institut für Raumplanung in Zusammenarbeit mit der Zentralanstalt für Meteorologie und Geodynamik

Inhalt: Mittelfristig eröffnet der Temperaturanstieg Chancen für die Ausweitung der Sommersaison in den alpinen Regionen sowie die Möglichkeit einer verstärkten Orientierung auf Ganzjahrestourismus z. B. durch die erwartete Zunahme von Sommertagen und den Rückgang von Niederschlägen im Sommer. Allerdings werden in den Regionen entsprechende Anpassungen sowohl in der Infrastrukturentwicklung, in der Angebotsgestaltung sowie in der Vermarktung notwendig werden. Da die erwarteten Klimatrends für bestimmte Höhenlagen klimatische Vorteile erwarten lassen, ist davon auszugehen, dass hier der Flächenbedarf weiter zunehmen wird und dadurch verstärkt ökologisch sensible Bereiche betroffen sein werden. Eine strikte ordnungsplanerische Vorsorge sowie entsprechende Rahmenbedingungen für die touristische Angebotsentwicklung im alpinen Raum sind in Betracht zu ziehen.

Laufende Studie im Rahmen von StartClim2008

Wahrnehmung und Bewertung von Naturgefahren als Folge von Gletscherschwund und Permafrostdegradation in Tourismus-Destinationen am Beispiel des Tuxer Tals (Zillertaler Alpen, Österreich)

Auftragnehmer: Universität für Bodenkultur, Department für Raum, Landschaft und Infrastruktur, Institut für Landschaftsentwicklung, Erholungs- und Naturschutzplanung, in Zusammenarbeit mit der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt

Ziel dieser Studie ist es, den Wandel der Kryosphäre am Beispiel einer Tourismusdestination zu erarbeiten, die ökonomischen Folgen abzuschätzen, Besucherlenkungs- und Managementmaßnahmen sowie Adoptionsstrategien als Grundlage für andere Gebirgsräume zu entwickeln. Zudem findet im Untersuchungsgebiet ein Workshop mit Vertreter/innen aus Tourismus, Umwelt, Wissenschaft und Verwaltung statt, dessen Ergebnisse in die Studie einfließen sollen.

Die Veröffentlichung der Studien erfolgt nach Approbation aller Studien aus dem Österreichischen Klima(folgen)forschungsprogramm StartClim2008 in der zweiten Hälfte des Jahres 2009.

ETC/UNWTO Russlandstudie

Im Auftrag der European Travel Commission ETC und der Welttourismusorganisation UNWTO wurde eine Studie zur Erhebung des russischen Outbound-

Marktes, der zu jenen mit den größten Wachstumsraten weltweit gehört, verfasst. Ein zentrales Ziel der Studie ist es, das Image, das Europa in Russland als Destination genießt, besser zu verstehen und den jeweiligen Mitgliedsländern Handlungsempfehlungen für die weitere Marktbearbeitung in Russland zu geben. Die kostenpflichtige Studie ist auf den Webseiten von ETC und UNWTO zu beziehen.

Quellen: <http://www/etc-corporate.org> unter 'Reports & Studies'

<http://pub.unwto.org/epages/Store.sf/?ObjectPath=/Shops/Infoshop/Products/1482/SubProducts/1482-1>

6 INTERNATIONALE BEZIEHUNGEN

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

Eine Konzentration auf Schwerpunktländer ergibt sich aus folgenden Kriterien:

- wichtiger touristischer Quellmarkt für Österreich,
- wichtiger Markt für Export von Know-how und Ausstattung im Tourismus,
- besonderes politisches Interesse,
- Länder mit bestehenden Tourismusabkommen oder Tourismusarbeitsgruppen im Rahmen der Wirtschaftsabkommen.

Intensivere Beziehungen bestehen mit:

- Ost- und Südosteuropa (Tschechien, Ungarn, Slowakei, Slowenien, Rumänien, Bulgarien, Russland, Ukraine, Türkei und Westbalkan - insbesondere Kroatien),
- Asien (insbesondere China, Indien, Japan und Mongolei),
- Arabischer Raum sowie EUROMED (z. B. Ägypten, Oman, Vereinigte Arabische Emirate),
- Ad hoc Aktivitäten mit weiteren Staaten.

Beispielsweise wurde im Rahmen der Tagung der AG Tourismus Österreich-Russische Föderation im Juni 2008 in Sotschi das Angebot eines österreichischen Konsortiums für Tourismusausbildung in Russland präsentiert.

6.1 Welttourismusorganisation (UNWTO)

Die UNWTO ist eine Spezialagentur der Vereinten Nationen (VN) mit Sitz in Madrid und dient als globales Forum für Tourismuspolitik und Plattform für touristisches Know-how und Statistik. Derzeit umfasst die UNWTO 154 Vollmitglieder, sieben assoziierte Mitglieder (Regionen) und mehr als 300 angeschlossene Mitglieder (affiliated members). Letztere repräsentieren den privaten Sektor, Ausbildungseinrichtungen, Tourismusverbände und lokale Tourismusbehörden.

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

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

Mitarbeit Österreichs

Österreich ist Gründungsmitglied der UNWTO und sieht als bedeutendes Tourismusland die aktive Mitarbeit als wichtigen Beitrag. Österreich hatte zuletzt von 1999 bis 2007 den Vorsitz im Programmkomitee. Seit 2007 ist Österreich neben dem Vorsitz Zypern gemeinsam mit Bulgarien Vizepräsident der Regionalkommission für Europa (CEU).

Schwerpunkte des Arbeitsprogramms 2008-2009 der UNWTO, in seiner neuen Struktur, sind folgende strategische Ziele:

- kontinuierliche Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit der Destinationen,
- Förderung der nachhaltigen Entwicklung des Tourismus in Übereinstimmung mit dem Globalen Ethik-Kodex und den Millennium-Entwicklungszielen.

Tagung der Kommission für Europa

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

Die 49. Tagung wurde am 26. und 27. März 2009 in Baku (Aserbaidschan) gemeinsam mit einem Seminar zum Thema "The Effects of the Crisis on European Tourism: Challenges and Responses" abgehalten.

XVIII. Generalversammlung der UNWTO

Vom 1. bis 8. Oktober 2009 wird die XVIII. Generalversammlung der Welttourismusorganisation in Astana (Kasachstan) tagen, anlässlich derer auch die Wahl des neuen Generalsekretärs stattfinden wird.

Welttourismustage 2008 und 2009

Der Welttourismustag am 27. September 2008 stand unter dem Thema „Tourism Responding to the Challenge of Climate Change“. Die offiziellen, internationalen Feierlichkeiten wurden in Peru abgehalten.

Der Welttourismustag 2009 wird unter dem Thema "Tourism - Celebrating Diversity" stehen. Das Gastland für die Austragung der internationalen Feierlichkeiten 2009 wird Ghana sein.

In Österreich wird der Welttourismustag am 28. September 2009 mit einer Diskussionsveranstaltung zum diesjährigen Thema der Vielfalt im Tourismus in Salzburg begangen, die gemeinsam vom Referat für Tourismus- und Freizeitpastoral, der Wirtschaftskammer Salzburg sowie dem BMWFJ organisiert wird.

Technisches Programm: Aufbau von Kapazitäten im Bereich der Tourismusstatistik

Seit dem Jahr 2001 unterstützt das BMWFJ die Arbeiten der Statistik Austria und des Wirtschaftsforschungsinstitutes im Bereich der Tourismus-Satellitenkonten. Österreich gehört damit zu den Pionieren in diesem Bereich in Europa. Die UNWTO hat daher Österreich ausgewählt, im Bereich der Tourismusstatistik als Partner für die Umsetzung eines technischen Unterstützungsprogramms in Europa zur Verfügung zu stehen. Gemeinsam mit Experten der UNWTO, der Statistik Austria und weiteren österreichischen Stellen wurde/wird dieses Programm 2008 und 2009 in Form von vier einwöchigen Workshops und einer europaweiten Konferenz in Wien durchgeführt. Tourismus- und Statistikexpert/innen aus Albanien, Bulgarien, Georgien, Kasachstan, Lettland, Litauen, Montenegro, Polen, Rumänien, der Russischen Föderation, der Slowakei und der Türkei wurden für eine Teilnahme an diesem Programm ausgewählt und trafen bereits im April und im Dezember 2008 in Wien zu ihren ersten beiden Workshops zusammen. Mit Hilfe dieses Programms sollen die teilnehmenden Länder konkrete Fortschritte im Hinblick auf die Umsetzung der UN Empfehlungen zur Tourismusstatistik und die Einführung von Tourismus-Satellitenkonten erzielen. Am 1. und 2. Juli 2009 fand im Anschluss an das 3. technische Seminar (29. und 30. Juni) ein Regionales Seminar an der MODUL University Vienna statt. Ziel war der allgemeine Informations- und Know-how Austausch und die Berichterstattung über die erzielten Fortschritte der teilnehmenden Länder betreffend die Umsetzung der UN Empfehlungen zur Tourismusstatistik und die Einführung von Tourismus-Satellitenkonten. Der letzte Workshop findet vom 16. bis 20. November 2009 in Wien statt.

Ethik im Tourismus

Der "Globale Ethikkodex für den Tourismus" gilt nach wie vor als wichtiger Handlungsrahmen für mehr soziale Verantwortung und die UNWTO ist bemüht, seine Empfehlungen mit Hilfe des Weltkomitees für Tourismusethik unter freiwilliger Beteiligung möglichst vieler Akteure weltweit umzusetzen. Neben diversen anderen Aktivitäten hat das BMWFJ 2004 in Zusammenarbeit mit respect - Institut für Integrativen Tourismus eine Informationsbroschüre herausgegeben. Eine überarbeitete Version dieser Informationsbroschüre, welche österreichische bzw. auch europäische Initiativen aufzeigt, die dem Geist des Globalen Ethikkodex für den Tourismus entsprechen, kann unter tourismusethik@bmwfj.gv.at gratis bestellt werden.

Einen besonderen Stellenwert räumt das BMWFJ auch weiterhin dem Thema "Schutz der Kinder vor sexueller Ausbeutung im Tourismus" ein. Zuletzt wurden im Auftrag des BMWFJ

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

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

Eine neue Kampagne zum Schutz der Kinder vor Ausbeutung im Tourismus wurde von der UNWTO und der „Internationalen Task Force für den Schutz der Kinder im Tourismus“ im November anlässlich des internationalen Tages des Kindes weltweit vorgestellt. Nach Schätzungen der ILO (International Labour Organisation) arbeiten weltweit 218 Mio. Kinder und viele davon werden ausbeutet und missbraucht. Die UNWTO, unterstützt von anderen UN-Organisationen, zahlreichen nationalen Regierungen, Tourismusorganisationen sowie anderen Partner/innen aus dem öffentlichen und privaten Sektor, bietet verschiedene Medienformen (Print, Video und Web) an, um die Kampagne weltweit voranzutreiben. Alle Unternehmen und Organisationen aus dem Tourismus sind aufgerufen, die Kampagne zu unterstützen. Logos und Sticker sowie Handlungsempfehlungen für jede/n Einzelne/n für die Bekämpfung der Ausbeutung der Kinder im Tourismus sind im Internet verfügbar: http://www.unwto.org/protect_children/

6.2 Organisation für wirtschaftliche Entwicklung und Zusammenarbeit (OECD)

Das Tourismuskomitee der Organisation für wirtschaftliche Entwicklung und Zusammenarbeit (OECD) ist ein internationales Forum der Mitgliedsländer für den Austausch und das Monitoring von tourismuspolitischen Initiativen der Mitgliedstaaten. Die Entwicklung von Strategien und der direkte Vergleich von tourismuspolitischen Maßnahmen zur Identifikation von Best Practices sind von großer Bedeutung. Die Struktur der OECD mit ihren zahlreichen Fachkomitees erlaubt es, das Know-how anderer Komitees für den Tourismus zu nutzen und tourismuspolitische Beiträge in anderen Komitees einzubringen. Dem Tourismus als klassische Querschnittsmaterie kommt dies in besonderer Weise zu Gute. Österreich unterstützt seit vielen Jahren die Arbeit des Tourismuskomitees, unter anderem durch Beiträge zu Studien und die Ausrichtung von Seminaren. Weiters ist Österreich Mitglied im Büro des Tourismuskomitees.

Schwerpunkte aus dem Arbeitsprogramm 2007/2008

- Publikation "Tourism in OECD Countries 2008: Trends and Policies"

Anfang 2008 hat die OECD als einen Schwerpunkt des Arbeitsprogramms des Tourismuskomitees nach längerer Pause wieder die Publikation "Tourism in OECD Countries 2008: Trends and Policies" herausgegeben. Es ist geplant, dass diese Publikation nun alle zwei Jahre erscheint. Neben einer Analyse der internationa-

len Herausforderungen im Tourismus und Spezialthemen wie globale Wertschöpfungsketten im Tourismus oder die Dienstleistungsliberalisierung, beinhaltet dieser Bericht vor allem auch touristische Länderprofile über Organisationsstrukturen, Budgets, wichtige Politikbereiche und statistische Daten von 32 entwickelten Staaten.

- Themenschwerpunkt "Kultur, Kreativwirtschaft, Tourismus und die Attraktivität von Standorten"

Im Zentrum dieses Projektes stand die Analyse wie Kunst, Kultur und die Kreativwirtschaft zusammen mit dem Tourismus die regionale Entwicklung fördern. Aus den Arbeiten an diesem Schwerpunkt ging die Publikation „The Impact of Culture on Tourism“ hervor. Ziel dieser Studie ist die Analyse der Beziehung zwischen Tourismus, Kultur sowie der Attraktivität und Wettbewerbsfähigkeit von Destinationen. Aufbauend auf dieser Analyse arbeitet das Buch einige Schlüsselfaktoren und politische Maßnahmen heraus, mit deren Hilfe die Attraktivität von Destinationen als Reiseziele, Orte zum Leben und Investitionsziele maximiert werden kann. Österreich hat das Fallbeispiel der Kulturtourismusstrategie Vorarlbergs eingebracht.

Zur Vertiefung der Diskussion und Präsentation der Ergebnisse der Studie fanden Anfang des Jahres 2009 Seminare in Österreich/Vorarlberg und Mexiko statt, die gemeinsam mit der OECD veranstaltet wurden.

Themen und Schwerpunkte 2009/2010

Das Arbeitsprogramm 2009/2010 sieht Arbeiten in folgenden Bereichen vor:

- Schaffung eines analytischen Rahmens für die Evaluierung von Tourismusprogrammen und Tourismuswerbung.
- Ein Bericht über Aus- und Weiterbildungspraktiken im Tourismus und diesbezügliche Programme und Politiken.
- Bericht über Trends im Tourismus und Tourismuspolitiken in OECD Staaten.
- Ein Bericht über die Integration von Nachhaltigkeit in den nationalen Tourismuspolitiken mit Schwerpunkt auf die Herausforderungen des Klimawandels in entwickelten Tourismusdestinationen.
- Eine umfangreiche Analyse der Tourismusstrategie Italiens.

www.oecd.org/cfe/tourism

6.3 Europäische Union

EU Reformvertrag - Tourismus im "Vertrag von Lissabon"

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

Der Schwerpunkt liegt auf der Schaffung eines günstigen Unternehmensumfelds und dem Austausch von Best Practices. Die Grundsätze der Subsidiarität sollen gewahrt bleiben. Bevor dieser Vertrag nun in Kraft treten kann, muss er in den einzelnen Mitgliedstaaten und vom Europäischen Parlament ratifiziert werden. Die Ablehnung durch die irische Bevölkerung und die Probleme bei der Ratifikation in Tschechien stellen den gesamten Prozess in Frage.

Studie über die Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Tourismuswirtschaft

Bereits Ende 2008 wurde von der EK eine Studie über die Wettbewerbsfähigkeit des Tourismus in Auftrag gegeben. Diese Studie soll nicht nur Empfehlungen für die langfristige Wettbewerbsfähigkeit der Europäischen Tourismuswirtschaft geben, sondern im Hinblick auf die abgeschwächte wirtschaftliche Entwicklung auch kurz- und mittelfristige Änderungen der Nachfrage und Auswirkungen auf das touristische Angebot in der EU berücksichtigen. Zu diesem Zweck wurde eine umfassende Eurobarometer Untersuchung in den 27 EU Staaten in Auftrag gegeben und im Februar 2009 durchgeführt. Die Ergebnisse dieser Umfrage wurden Ende März 2009 von der EK publiziert (http://ec.europa.eu/public_opinion/index_en.htm). Auch die Ergebnisse laufender Studien der ETC (European Travel Commission) über das Reiseverhalten von Tourist/innen aus außereuropäischen Herkunftsländern wie China, der Russischen Föderation, Japan, Indien und Studien der UNWTO sollen in die Analysen einfließen. Daneben wurde zur angebotsseitigen Erhebung möglicher Auswirkungen eine europaweite Umfrage in Tourismusbetrieben (KMU) mit Hilfe des Enterprise Europe Netzwerkes unternommen. Die Veröffentlichung erster Ergebnisse der Gesamtstudie sind für Juli 2009, die Publikation des Endberichts für September 2009 geplant.

Projekt EDEN (European Destinations of Excellence) – Auszeichnung von nachhaltigen Destinationen

(siehe 5.2)

Projekt Calypso - Europaweiter grenzüberschreitender Sozialtourismus

Ziel der ersten Phase des Projekts ist, durch eine Länderanalyse Möglichkeiten sowie Best Practices im Bereich des Sozialtourismus aufzuzeigen und maßgeschneiderte Empfehlungen auszuarbeiten, die gegebenenfalls in späteren Jahren zu einer europaweiten Zusammenarbeit bei der Ermöglichung des Tourismus für benachteiligte Gruppen führen können. Als benachteiligte Gruppen gelten dabei ältere Personen, Personen mit speziellen Bedürfnissen, Jugendliche und speziell einkommensschwache oder sozial benachteiligte Familien.

Ein solcher, im Idealfall europaweit grenzüberschreitender Sozialtourismus, soll somit zur Entzerrung der Tourismusströme und Saisonverlängerung beitragen und dadurch Arbeitsplätze erhalten bzw. schaffen sowie auch über die Saisonen hinaus sichern. Ebenfalls wird durch vermehrte Gästeströme die Wirtschaft stimuliert und das europäische Identitätsgefühl der Zielgruppen des Projekts gefördert.

Projekt Iron Curtain Trail – Belebung des Radtourismus entlang des ehemaligen Eisernen Vorhangs

Dieses Projekt basiert auf einer Initiative des Europäischen Parlaments mit dem Ziel der Belebung des Radtourismus und der Errichtung eines durchgehenden Radwegs entlang des ehemaligen Eisernen Vorhangs.

Netzwerke zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit und Nachhaltigkeit des europäischen Tourismus

Die EK unterstützt im Rahmen des CIP Programms (Competitiveness and Innovation Programme) Netzwerke, die es vor allem KMU erleichtern sollen, die Themen Nachhaltigkeit und Wettbewerbsfähigkeit zu verknüpfen und ihre Geschäftspraktiken entsprechend anzupassen. Im Rahmen der ersten diesbezüglichen Ausschreibung im Jahr 2008 werden drei transnationale Netzwerke gefördert. Die Ausschreibung 2009 sieht die Einbeziehung von Partnern aus Wissenschaft und Forschung vor und legt den Schwerpunkt auf „Wissensnetzwerke“.

http://ec.europa.eu/enterprise/tourism/major_activities/sustainability_and_competitiveness/networks_call_en.htm

Veranstaltungen der EU Ratspräsidentschaften 2008 und 2009 und weitere Fachveranstaltungen

1. Halbjahr 2008 (EU-Ratspräsidentschaft Slowenien)

- EuroMed Tourismusministerkonferenz, Féz, 3. April 2008

Es wurden die Rahmenbedingungen und Problembereiche für die Entwicklung des Euro-Mediterranen (EuroMed) Raumes diskutiert und Schlussfolgerungen verabschiedet.

- EK Konferenz „Facilitating the Growth of the Youths and Senior Citizens Tourism Markets“, Brüssel, 23. April 2008

http://ec.europa.eu/enterprise/tourism/events/social_tourism/conference_2008/index_en.htm

- Konferenz „Europäische Finanzierungsinstrumente für den Tourismus“, Portorož, Slowenien, 10. Juni 2008

http://www.bmwfj.gv.at/BMWA/Schwerpunkte/Tourismus/IntTourBeziehung/EU/4_eu_finanzierung.htm

2. Halbjahr 2008 (EU-Ratspräsidentschaft Frankreich)

- 7. Europäisches Tourismusforum und informelle Tourismusminister-Sitzung, Bordeaux, Frankreich, 18./19. September 2008

Thema des Tourismusforums war "Das Europäische Tourismusangebot: Qualität und Nachhaltigkeit vor dem Hintergrund der sich ändernden Nachfrage", wobei die Auswirkungen der Finanz- und Wirtschaftskrise auf den europäischen Touris-

mus diskutiert wurden. In der informellen Ministerrunde wurde beschlossen, eine Studie zur Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Tourismuswirtschaft inkl. einer umfassenden Erhebung zum Urlaubsverhalten der Europäer durchzuführen.

Wie schon in den Vorjahren wurden im Rahmen des Tourismusforums die 20 nationalen Gewinner des European Destinations of Excellence-Wettbewerbs 2008 - der unter dem Thema "Tourismus und immaterielles Kulturerbe" stand - geehrt und dem Publikum vorgestellt. Für Österreich war eine Delegation des nationalen Gewinners "Steirisches Vulkanland" vertreten.

- „European Day of Tourism“ im Rahmen der sog. „Open Days“, Brüssel, Belgien, 7. Oktober 2008, Schwerpunkt auf Finanzierung und Netzwerkbildung

In Fortsetzung der Vorstellung der Europäischen Finanzierungsinstrumente (Portoróz, Slowenien, Juni 2008) fand am 7. Oktober 2008 eine weitere Konferenz im Rahmen der "Open days" in Brüssel statt.

http://www.bmwfj.gv.at/BMWA/Schwerpunkte/Tourismus/IntTourBeziehung/EU/4__eu_finanzierung.htm

1. Halbjahr 2009 (EU-Ratspräsidentschaft Tschechien)

- Fachkonferenz zum Thema "Tourism Industry: Employment and Labour market challenges", Prag, Tschechien, 10. und 11. Juni 2009

2. Halbjahr 2009 (EU-Ratspräsidentschaft Schweden)

Das jährliche Tourismusforum findet am 9. Oktober 2009 in Brüssel statt.

7 WIRTSCHAFTLICHE LAGE DER BETRIEBE UND FÖRDERUNGEN

7.1 Wirtschaftliche Lage der Betriebe

Die wirtschaftliche Lage der Hotellerie

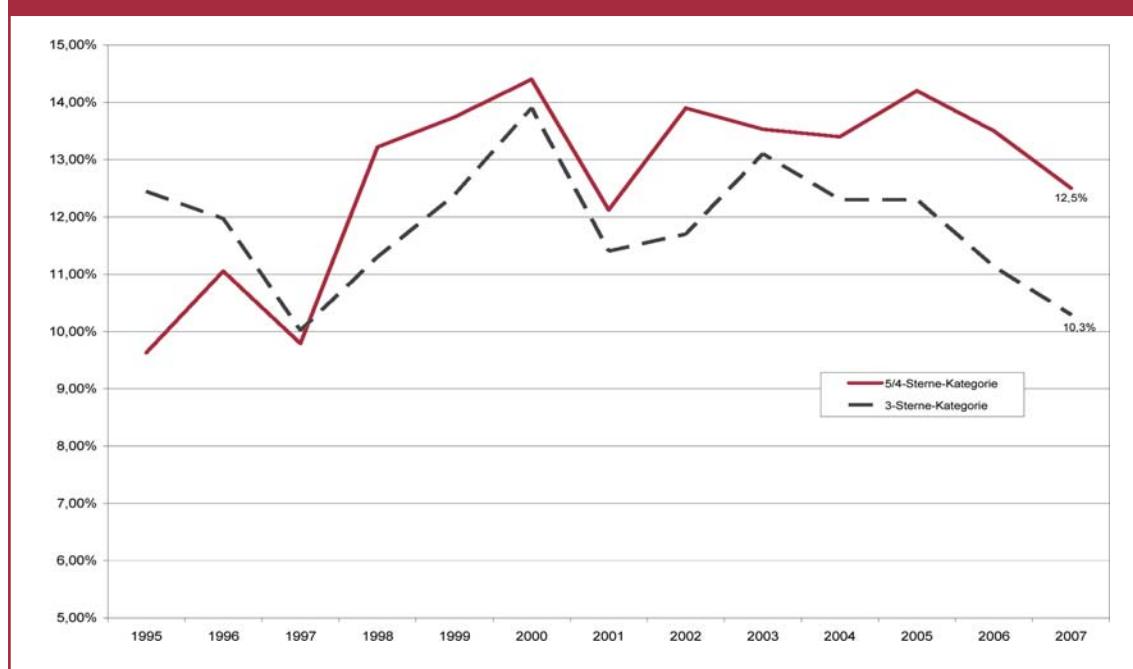
Die Entwicklung der Einnahmen

Die durchschnittlichen Einnahmen¹²⁾ pro Unternehmen in der 3-Sterne-Kategorie, die bei rund 600.000 EUR p.a. liegen, sind im Vergleich zum Vorjahr leicht gestiegen. Bei den Unternehmen der 5/4-Sterne-Kategorie konnte mit durchschnittlichen Einnahmen von rund 1,5 Mio. EUR das Niveau des Vorjahres gehalten werden.

Eine Anpassung der Preise an die Inflation war durchwegs möglich. In der 5/4-Sterne-Kategorie stieg der Personalaufwand, gleichzeitig sanken die Instandhaltungsaufwendungen, sodass das Betriebsergebnis vor Zinsen leicht zurückging.

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

**Abbildung 10: Entwicklung des Cashflows nach Zinsen
(in % der Einnahmen)**



Quelle: ÖHT

¹²⁾ Sämtliche wirtschaftlichen Informationen beruhen - soweit nicht anders angegeben - auf Auswertungen der Bilanz- und Erfolgsdaten 2007 der Kreditnehmer der ÖHT. Diese stellen eine Teilmenge der Grundgesamtheit der österreichischen Hotellerie dar. Daher sind Abweichungen zu aus anderen Quellen stammendem Datenmaterial möglich.

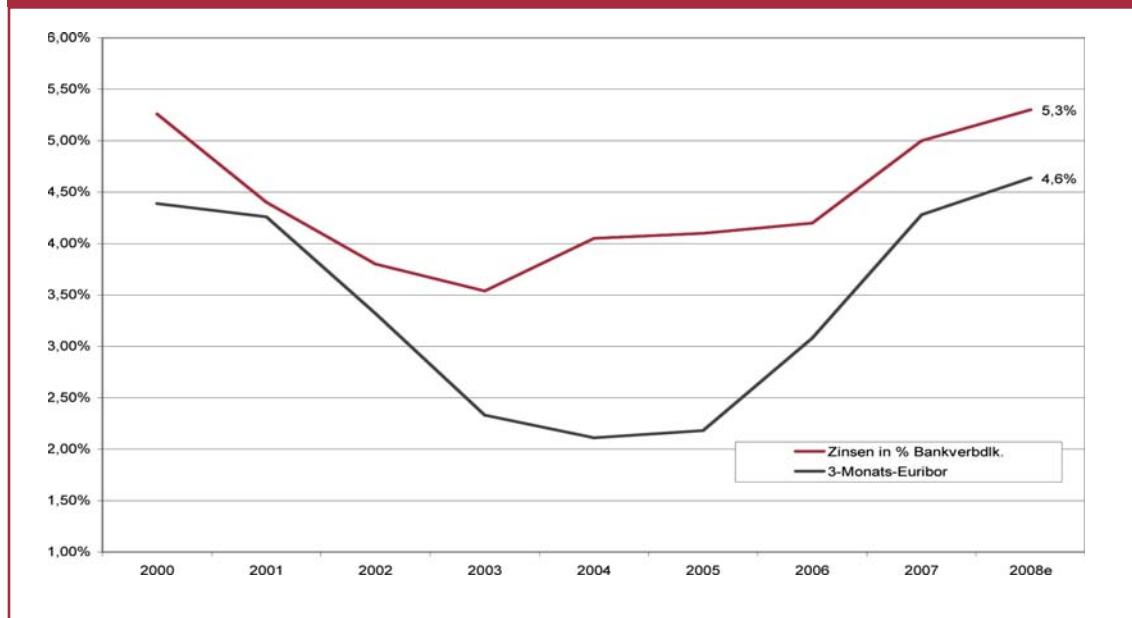
Die Entwicklung des Cashflows

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

Die Eigenkapitalunterlegungsvorschriften für Banken und die Entwicklung der Zinsen

Schon vor einigen Jahren haben die Banken begonnen, die Konditionengestaltung unter Berücksichtigung der Erfordernisse von Basel II umzustellen und Risiken, Sicherheiten sowie die notwendige Eigenkapitalunterlegung in weitaus präziserem Umfang als früher zu berechnen und in die Zinskondition einzukalkulieren. Diese Vorgangsweise hat sich in einer deutlichen Spreizung der Aufschläge auf die jeweiligen Zinsparameter je nach Bonitäts- und Risikoklassen geäußert.¹³⁾

Abbildung 11: Entwicklung des 3-Monats-Euribor sowie der Zinsen der 5/4-Sterne-Hotellerie (in % des Fremdkapitals)



Quelle: ÖHT

Wie aus obiger Abbildung zu sehen ist, haben die Banken bereits in den vergangenen Jahren ihre jeweilige Vorgangsweise geändert und die künftigen Notwendigkeiten vorweggenommen. Während die Geldmarktzinsen im Laufe der letzten Jahre einen sinkenden bzw. stabilen Verlauf nahmen, haben sich die der Hotellerie verrechneten Zinsen deutlich erhöht. Zuletzt hat sich jedoch der Abstand verringert und weist nunmehr eine parallele Entwicklung auf. Der Abstand zwischen Zinshöhe am Geldmarkt und seitens der Hotellerie

¹³⁾ Vgl. Risikogerechter Verfahrenszinssatz für Förderungskredite, www.oeht.at

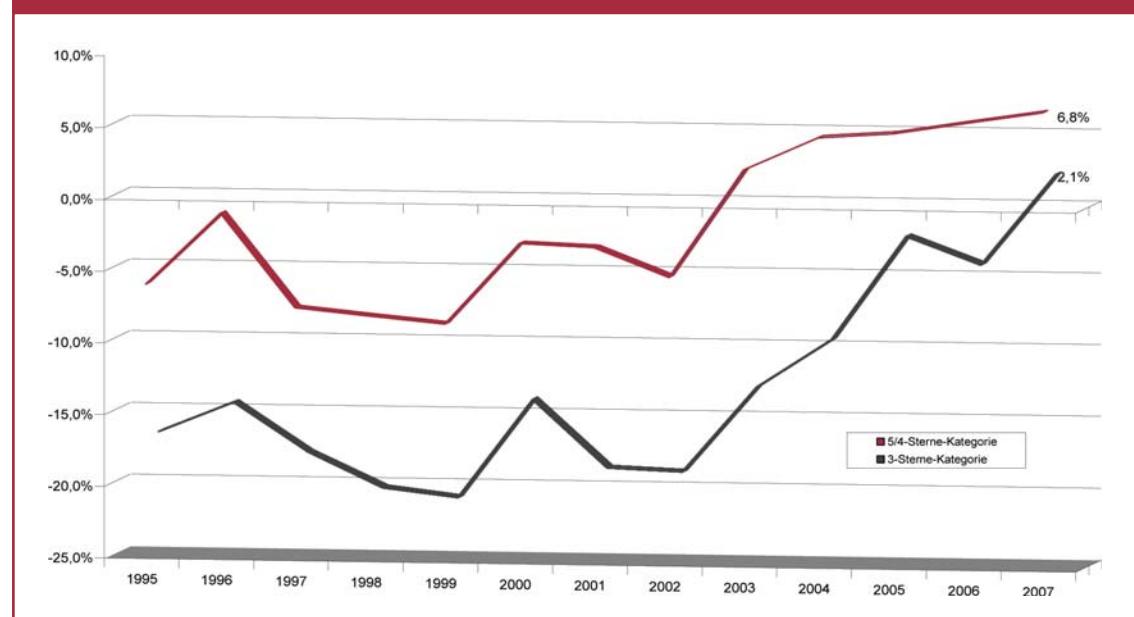
tatsächlich zu leistenden Zinsen kann als jener Aufschlag verstanden werden, der aufgrund des neuen Ansatzes bei der Verrechnung von Kreditrisiko und Eigenkapitalkosten erforderlich wurde. Die Hotellerie, die mehrheitlich eine hohe Verschuldung aufweist, wurde aufgrund der teilweise unterdurchschnittlichen Bonität und eines zum Großteil ausgereizten Besicherungsspielraumes mit überdurchschnittlichen Aufschlägen für Risiko und zusätzliche Eigenkapitalunterlegung belastet.

Die daraus resultierende Mehrbelastung konnte relativ leicht verkraftet werden, weil sich die Erträge gut entwickelten. Trotz des erhöhten Aufschlages betragen die Zinsen im Jahre 2007 etwa 7 % der Erlöse, während noch einige Jahre zuvor im Durchschnitt 8 % zu leisten waren.

Die wirtschaftliche Stabilität der Hotellerie

In der Hotellerie hat sich in den letzten Jahren eine weitere Verbesserung der Eigenkapitalsituation eingestellt. So können heute die Unternehmen der 5/4-Sterne-Kategorie ein positives Eigenkapital von 6,8 % vorweisen. Auch die Unternehmen der 3-Sterne-Kategorie konnten eine deutliche Verbesserung auf 2,1 % erreichen.

Abbildung 12: Entwicklung des Eigenkapitals (in % der Bilanzsumme)

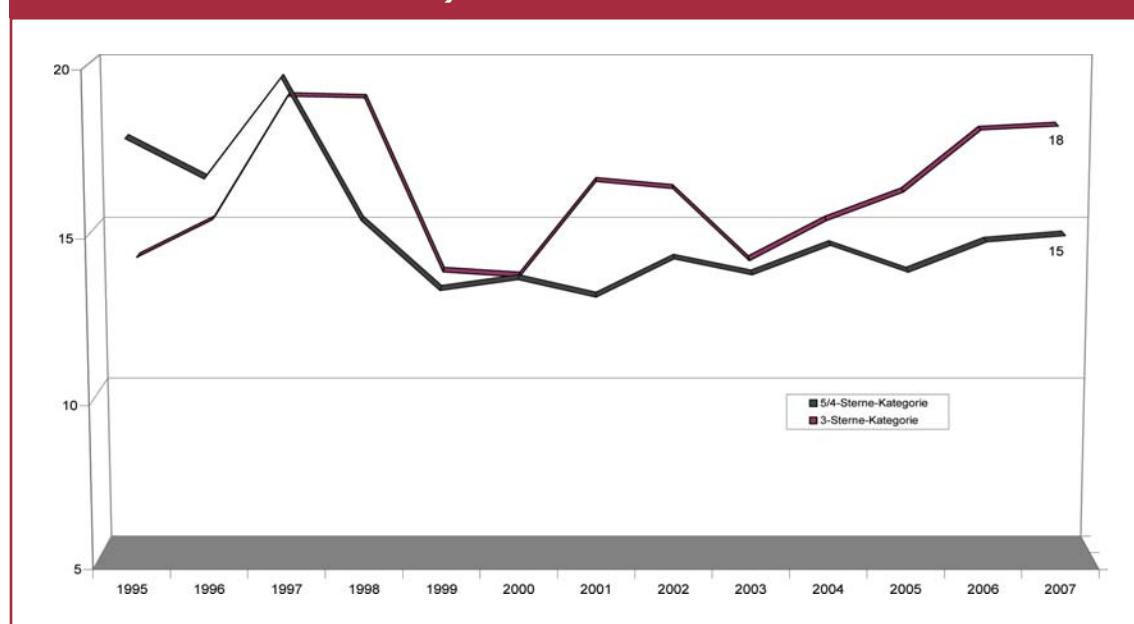


Quelle: ÖHT

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

Am prägnantesten von allen Kennzahlen beschreibt das Verhältnis von Fremdkapital zum Cashflow das Ausmaß vorhandener Verschuldung. Diese Kennzahl wird auch als "dynamischer Verschuldungsgrad" oder "fiktive Fremdkapitalrückzahlungsdauer" bezeichnet, da das Ergebnis auch als jene Zeitspanne interpretiert werden kann, die erforderlich ist, um das gesamte Fremdkapital aus dem Cashflow zurückzuführen. Derzeit können die Unternehmen der 5/4-Sterne-Kategorie die vom Unternehmens-Reorganisations-Gesetz (URG) geforderte Grenze von maximal 15 Jahren einhalten.¹⁵⁾ Die Unternehmen der 3-Sterne-Kategorie verfehlten mehrheitlich dieses Limit. Dies bedeutet, dass sich nach wie vor eine Vielzahl von Unternehmen der Tourismuswirtschaft in einer wirtschaftlich angespannten Situation befindet.

Abbildung 13: Entschuldungsdauer in Jahren (Fremdkapital/Cashflow nach Zinsen)



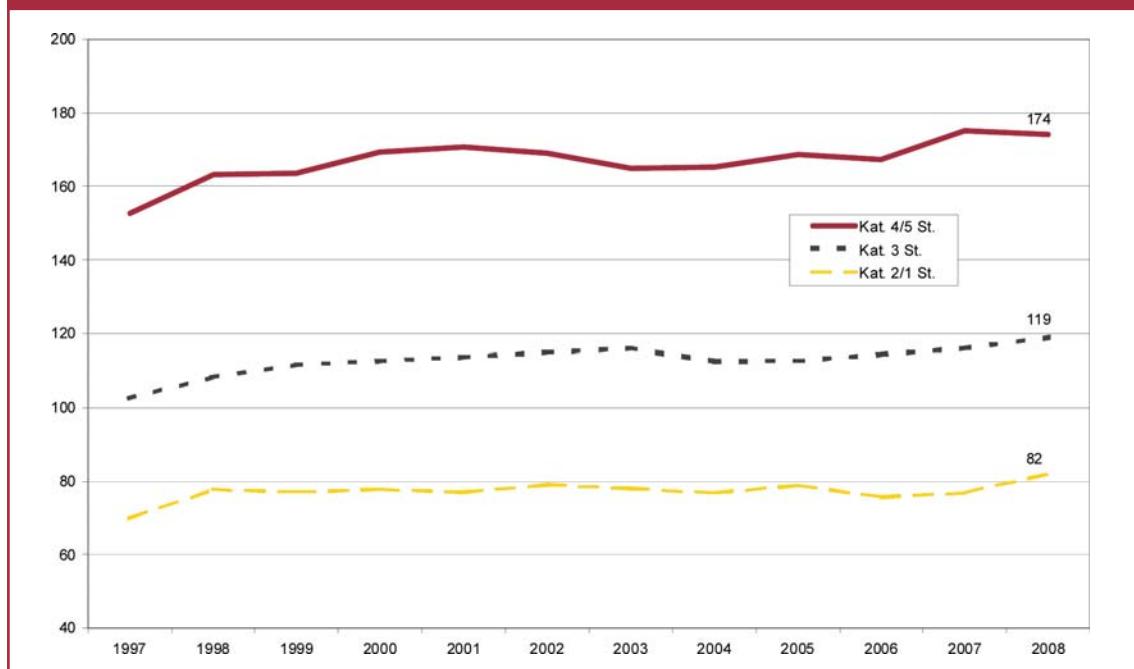
Quelle: ÖHT

Auslastung

Nachstehende Darstellung der Auslastung nach Vollbelegstagen (VBT) beruht auf den Erhebungen der WKÖ¹⁴⁾ 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 174 VBT (2008) verbessern konnten, die 3-Sterne-Betriebe von 103 auf 119 VBT zulegten, konnten die Betriebe der 2/1-Sterne-Kategorie lediglich eine Steigerung von 70 auf 82 VBT erzielen. Eine wirtschaftliche Betriebsführung ist bei dieser Auslastung nicht möglich.

¹⁴⁾ Eine Entschuldung sollte entsprechend den Bestimmungen des URG in maximal 15 Jahren möglich sein.

**Abbildung 14: Entwicklung der Auslastung nach Kategorien
(in Vollbelegstagen)**



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

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

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

Die betriebswirtschaftliche Analyse der Hotellerie lässt sich wie folgt zusammenfassen:

- Die Hotellerie konnte die guten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in verstärktem Umfang für eine fortgesetzte Stabilisierung nutzen. Sowohl den Unternehmen der 3-Sterne- als auch der 4/5-Sterne-Kategorie ist es gelungen, ein - wenn auch bescheidenes - positives bilanzielles Eigenkapital auszuweisen. Damit weist die Hotellerie im Durchschnitt ein posi-

tives Eigenkapital in ihren Bilanzen aus. Ein Großteil der Unternehmen weist nun Bilanzrelationen auf, die den formellen Ansprüchen der Banken für die Kreditvergabe genügen.

- Trotzdem ist die Verschuldung hoch. Die Unternehmen der 5/4-Sterne-Kategorie können mit einem durchschnittlich positiven Eigenkapital und einer verkraftbaren dynamischen Verschuldung als stabil bezeichnet werden. Die Unternehmen der 3-Sterne-Kategorie haben zwar ihre Eigenkapitalausstattung in den letzten Jahren verbessern können, in dynamischer Betrachtung können sie jedoch die vom URG vorgegebene Entschuldungsdauer von 15 Jahren nicht einhalten.
- Nach einem Zinsanstieg im Jahr 2007, der sich auch 2008 fortsetzte, ist im laufenden Jahr eine deutliche Leitzinssenkung der EZB erfolgt, sodass sich die angespannte wirtschaftliche Lage der Betriebe aus dieser Thematik entspannen dürfte.
- Vom Standpunkt der Einnahmen ist bemerkenswert, dass die Unternehmen im Durchschnitt eine recht gute Auslastung erzielen, die sich allerdings schon seit mehreren Jahren auf hohem Niveau bewegt. Der Umsatzzuwachs röhrt aus bescheidenen Preisanpassungen, die jedoch nicht ausreichen, das Niveau der Steigerungen auf der Aufwandsseite aufzuwiegen. Dies führt zu einem deutlichen Rückgang des GOP (Gross Operating Profit entspricht etwa dem EBITDA [earnings before interest, taxes, depreciation and amortization]), 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 2007 und von 24 % auf 21,5 % im selben Zeitraum bei den Unternehmen der 3-Sterne-Kategorie).
- Im Zeitraum 2000 bis 2007 konnte der durchschnittliche GOP pro Zimmer bei den Unternehmen der 5/4-Sterne-Kategorie noch um 8,7 % auf 7.200 EUR gesteigert werden, wenn die Zunahme damit auch deutlich unter der Inflationsrate geblieben ist. Die Unternehmen der 3-Sterne-Kategorie konnte im selben Sieben-Jahres-Zeitraum nur eine Steigerung um 0,2 % realisieren und haben damit real an Produktivität verloren.
- Bei sich verschlechternden wirtschaftlichen Rahmenbedingungen wird das im Durchschnitt ohnedies knappe Ergebnis sowohl auf der Auslastungs- als auch Preisseite unter Druck kommen. Dies wird die wirtschaftliche Stabilität einiger Unternehmen auf eine harte Probe stellen.
- Vor allem Betriebe mit suboptimalen Betriebsgrößen und solche mit minderer Qualität stehen weiter durch die sich ändernden Rahmenbedingungen besonders unter Druck. Demgegenüber können Qualitätsbetriebe wahrscheinlich ihr gutes wirtschaftliches Niveau im Wesentlichen halten. Diese Unternehmen werden sich auch weiter wirtschaftlich gut entwickeln und sind die Hoffnungsträger für die weitere positive Entwicklung des Tourismus.

Die wirtschaftliche Lage der Gastronomie

Die Entwicklung von Einnahmen und Cashflow

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

	2006/7	2005/06	2004/05
durchschnittliche Einnahmen in EUR	765.000	688.000	633.000
Umsatzveränderung gegenüber Vorjahr	11 %	9 %	4 %
Cashflow (vor Zinsen)	11 %	11 %	12 %
Cashflow (nach Zinsen)	9 %	9 %	10 %

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

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

Die wirtschaftliche Stabilität der Gastronomie

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

	2006/7	2005/06	2004/05
Eigenkapitalausstattung	5,9 %	3,6 %	3,6 %
Schuldentlastungsdauer	6,3 Jahre	6,3 Jahre	6,2 Jahre

* Quelle: KMU Forschung Austria

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

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.

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

Tabelle 4: Ausgewählte Kennzahlen 2006/07 der Gastronomie nach Größenklassen*

Eigenkapitalausstattung (alle Unternehmen)	5,9 %
Eigenkapitalausstattung (Umsatz bis 0,3 Mio. EUR)	-12,4 %
Eigenkapitalausstattung (Umsatz 0,3 – 0,5 Mio. EUR)	-11,4 %
Eigenkapitalausstattung (Umsatz 0,5 – 1 Mio. EUR)	- 0,7 %
Eigenkapitalausstattung (Umsatz 1 – 2 Mio. EUR)	- 0,9 %
Eigenkapitalausstattung (Umsatz 2 – 4 Mio. EUR)	15,3 %
Eigenkapitalausstattung (Umsatz 4 – 7 Mio. EUR)	24,5 %
Eigenkapitalausstattung (Umsatz über 7 Mio. EUR)	21,1 %
Schuldentilgungsdauer (alle Unternehmen)	6,3 Jahre
Schuldentilgungsdauer (Umsatz bis 0,3 Mio. EUR)	negativ
Schuldentilgungsdauer (Umsatz 0,3 – 0,5 Mio. EUR)	19 Jahre
Schuldentilgungsdauer (Umsatz 0,5 – 1 Mio. EUR)	11 Jahre
Schuldentilgungsdauer (Umsatz 1 – 2 Mio. EUR)	8 Jahre
Schuldentilgungsdauer (Umsatz 2 – 4 Mio. EUR)	5 Jahre
Schuldentilgungsdauer (Umsatz 4 – 7 Mio. EUR)	5 Jahre
Schuldentilgungsdauer (Umsatz über 7 Mio. EUR)	6 Jahre

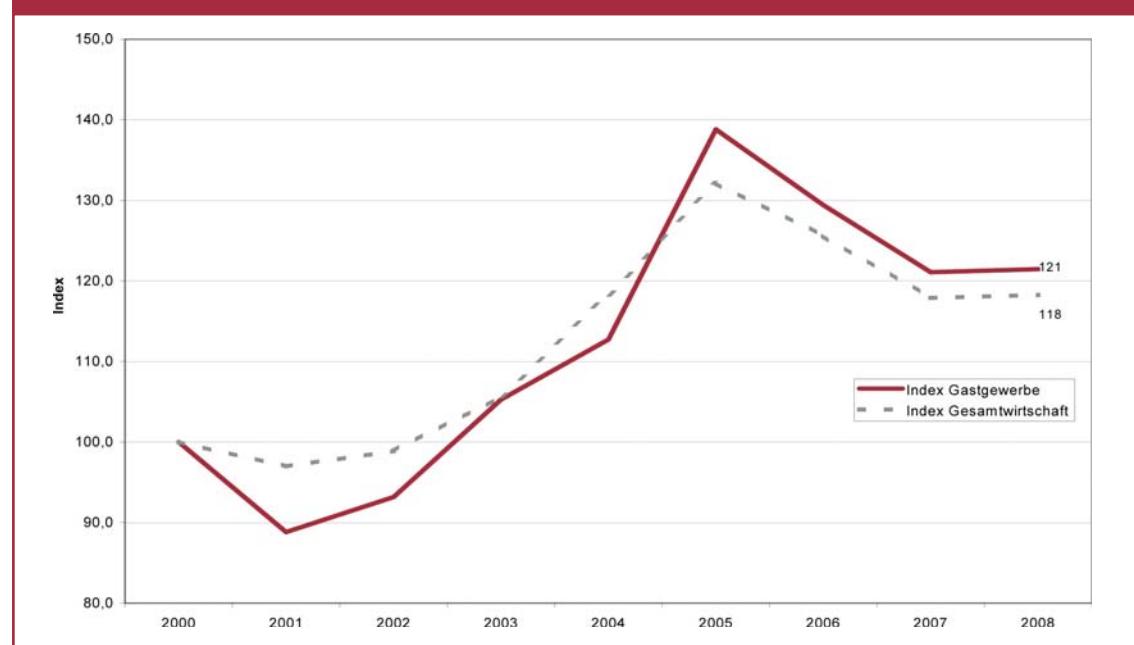
* Quelle: KMU FORSCHUNG AUSTRIA, Bilanzdatenbank

Die Insolvenzsentwicklung in Hotellerie und Gastronomie

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

Die Ende 2008 veröffentlichten Insolvenzzahlen zeigen insgesamt einen erfreulichen Rückgang bei den Unternehmensinsolvenzen seit dem Jahr 2005. Dies gilt für das Gastgewerbe und für die gesamte Wirtschaft in gleicher Weise. Bislang konnte die gute Konjunktur sogar die Nachteile aus gestiegenen Zinsen wettmachen.

Abbildung 15: Entwicklung der Insolvenzen und mangels Masse abgewiesenen Konkurse (Index: 2000 = 100)



Quelle: KSV, Grafik ÖHT

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

Als einzelne Branche betrachtet ist das Gastgewerbe mit 945 Insolvenzen oder abgewiesenen Konkursen naturgemäß massiv am Insolvenzgeschehen beteiligt, daher auch seine vordere Positionierung in der Statistik.

Bemerkenswert ist darüber hinaus, dass Unternehmen des Gastgewerbes, falls sie zahlungsunfähig werden, im Durchschnitt nur einen Schuldenstand von rund 190.000 EUR bereinigen müssen, das sind nur rund 6 % des durchschnittlichen Schuldenstandes in der Gesamtwirtschaft von rund 3 Mio. EUR. Der volkswirtschaftliche Schaden einer Insolvenz im Gastgewerbe fällt also deutlich geringer aus.

Somit kann grundsätzlich Folgendes festgehalten werden:

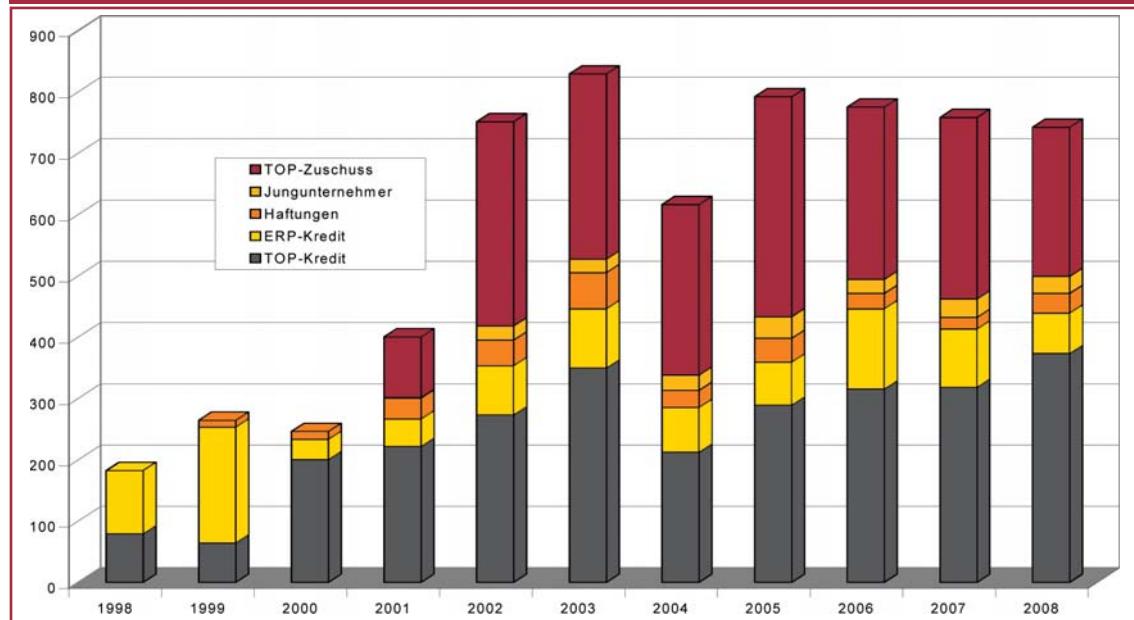
- Im Zusammenhang mit dem Konjunkturaufschwung sind auch die Insolvenzzahlen der Unternehmen insgesamt erfreulich zurückgegangen. Dieser Trend hat sich auch im Jahr 2008 noch fortgesetzt.
- Wenn es jedoch tatsächlich zur Zahlungsunfähigkeit kommt, dann ist der volkswirtschaftliche Schaden, den die Gläubiger zu tragen haben, mit knapp 6 % des durchschnittlichen Schadens in der Gesamtwirtschaft vergleichsweise gering.

7.2 Investitionen / Finanzierung

Investitionen

Nach mehreren guten Jahren mit Nächtigungszuwachsen und dadurch ausgelösten Investitionen hat die Tourismuswirtschaft 2008 – auf hohem Niveau – weiter investiert. Das geförderte Gesamtinvestitionsvolumen – inklusive des mittels TOP-Zuschuss bzw. Jungunternehmerförderung und Haftung des Bundes geförderten Investitionsvolumens – belief sich auf rund 750 Mio. EUR.

Abbildung 16: Entwicklung des geförderten Investitionsvolumens bei der ÖHT (in Mio. EUR)



Quelle: ÖHT

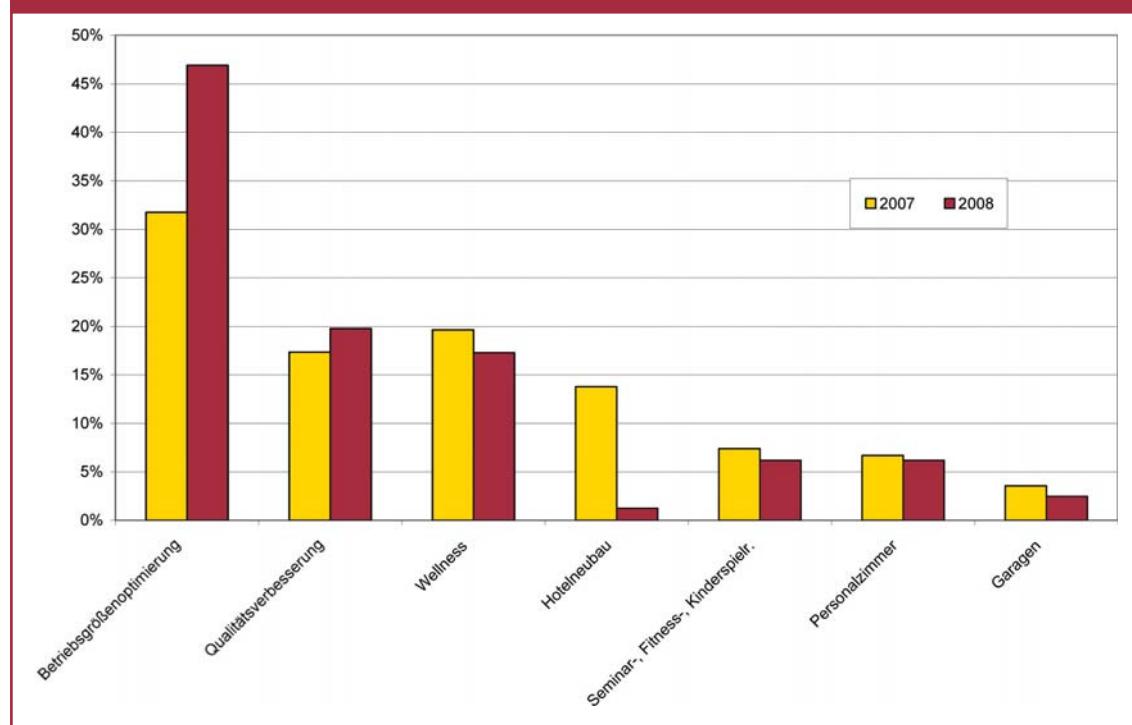
Eine Aufteilung des geförderten Investitionsvolumens zeigt, dass rund

- 81 % auf den Bereich Hotellerie,¹⁵⁾
- 12 % auf den Bereich regionale Infrastruktur¹⁶⁾ und
- 7 % auf den Bereich Restaurants¹⁷⁾

entfallen.

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

Abbildung 17: Schwerpunkte der Investitionen in der Hotellerie



Quelle: ÖHT

Mit den Investitionen in der Hotellerie wird versucht, einerseits im Qualitätswettbewerb mitzuhalten und andererseits auch die Wetterunabhängigkeit zu verbessern sowie ein eigenständiges Angebot mit Zusatzeinrichtungen zu schaffen. Das Ziel der Saisonverlängerung spielt mit insgesamt 23 % der geförderten Investitionskosten ebenfalls eine bedeutende Rolle (Infrastruktur sowie Wellness- und Seminareinrichtungen in der Hotellerie). Dieser Umstand hat auch erfreuliche Auswirkungen auf Offenhaltungszeiten und Beschäftigungs dauer. Bei den ÖHT-finanzierten Unternehmen erfolgte sowohl im Bereich der

¹⁵⁾ Im Bereich Hotellerie sind die Investitionsschwerpunkte Betriebsgrößenoptimierung, Qualitätsverbesserung, Schaffung von Wellness-, Seminar-, Fitness- und Kinderspielräumen, Hotelneubauten sowie Personalzimmer zusammengefasst.

¹⁶⁾ Im Bereich regionale Infrastruktur sind die Investitionsschwerpunkte Beschneiungsanlagen, Golfplätze und Freizeitparks zusammengefasst.

¹⁷⁾ Im Bereich Restaurants sind die Investitionsschwerpunkte Errichtung und Verbesserung von Restaurants zusammengefasst.

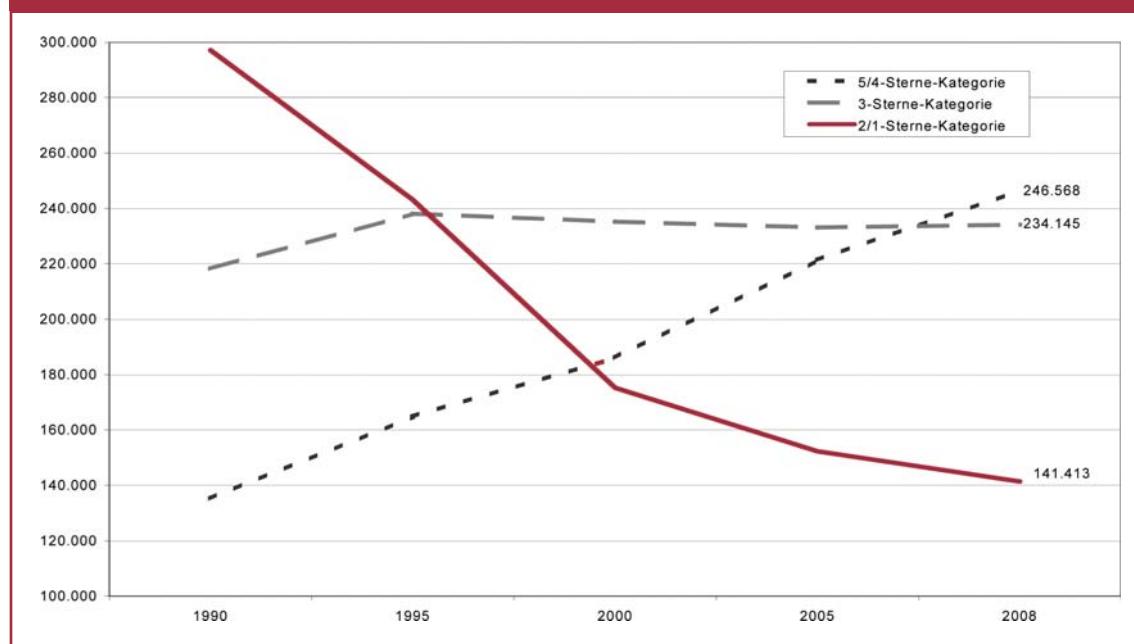
3-Sterne- als auch im Bereich der 5/4-Sterne-Hotellerie eine Steigerung von 280 Offenhaltungstagen im Jahre 2000 auf 300 Tage im Jahre 2007.

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

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

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

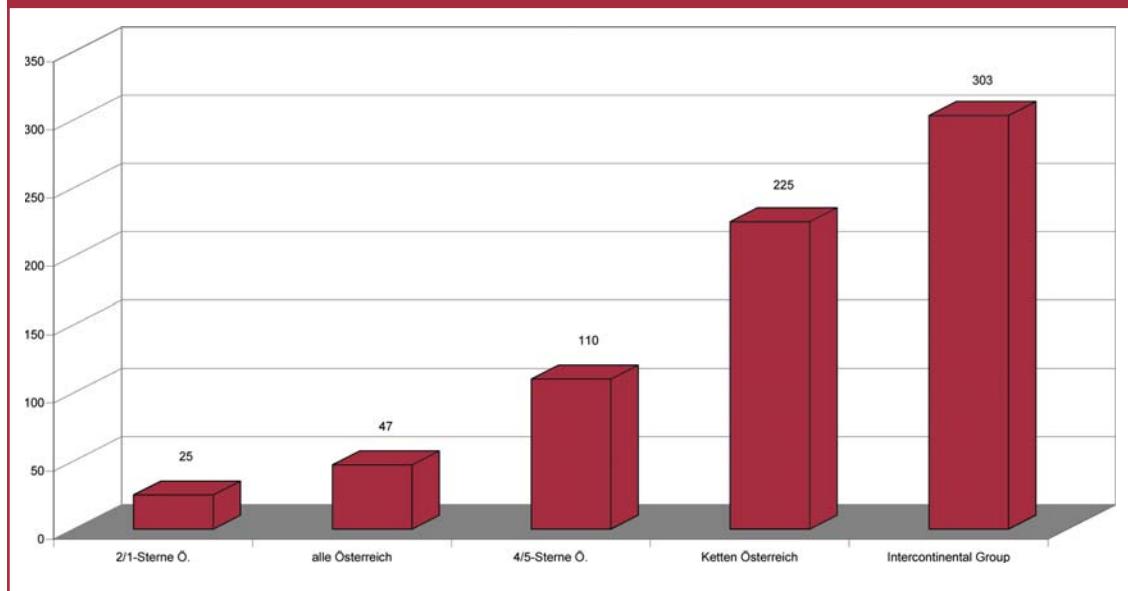
Abbildung 18: Entwicklung des Sommer-Bettenangebotes nach Qualitäten



Quelle: Tourismus in Zahlen, WKÖ, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft, 45. Ausgabe, März 2009, Grafik ÖHT

Diese Veränderungen haben auch bewirkt, dass die durchschnittliche Betriebsgröße in bescheidenem Ausmaß von durchschnittlich 37 Betten pro Betrieb im Jahr 1996 auf 47 Betten im Jahr 2008 gestiegen ist.

Abbildung 19: Betriebsgrößen in der österreichischen und internationalen Hotellerie



Quelle: Tourismus in Zahlen, WKÖ, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft, 45. Ausgabe, März 2009, u.a., Grafik ÖHT

Bei den Betriebsgrößen gibt es erhebliche Unterschiede je nach Kategorie: Im Bereich der 5/4-Sterne-Kategorie ist die Größe der Betriebe kontinuierlich auf durchschnittlich 110 Betten gewachsen, während etwa im Bereich der 2/1-Sterne-Kategorie die durchschnittliche Betriebsgröße schon seit Jahren bei etwa 25 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.

Tabelle 5: Entwicklung der Großkredite gemäß § 75 BWG, Beherbergungs- und Gaststättenwesen*

Jahr	Großkredite in Mio. EUR	Veränderung gegenüber Vorjahr
2001	3.193	
2002	3.373	5,6 %
2003	3.585	6,3 %
2004	4.051	13,0 %
2005	4.573	12,9 %
2006	4.780	4,5 %
2007	5.235	9,5 %
2008	5.937	13,4 %

* Kredite über 0,363 Mio. EUR

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

Während 2008 in der Gesamtwirtschaft die Zunahme der Verschuldung gegenüber dem Vorjahr 6,5 % ausmachte, hat sich die Verschuldung im Beherbergungs- und Gaststättenwesen - gemessen an den Großkreditausleihungen - im selben Zeitraum um 13,4 % erhöht. Dies ist ein Hinweis auf die im vergangenen Jahr sehr rege Investitionstätigkeit der Tourismuswirtschaft, wenn auch in der obigen Darstellung nur ein kleiner Teil der Tourismus- und Freizeitwirtschaft (lt. OeNB nur etwa 7 %) erfasst wird.

7.3 Förderungen

Organisation

Budgetmittel für Förderungsmaßnahmen im touristischen Bereich waren im Jahr 2008 im Teilheft zum Bundesvoranschlag beim Kapitel "Wirtschaft und Arbeit" 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, welche 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.

Überdies vergibt das BMWFJ auf Grundlage der Allgemeinen Rahmenrichtlinien für die Gewährung von Förderungen aus Bundesmitteln (ARR 2004) – teilweise auch in Verbindung mit EU-Kofinanzierungsmitteln – direkt Förderungsmittel für touristische Projekte.

Die Austria Wirtschaftsservice Gesellschaft mit beschränkter Haftung (aws) wickelt Förderungsaktionen - vor allem im Garantiebereich - ab, die auch dem Tourismus zugute kommen können.

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

Strategie

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. Dabei unterstützte das BMWFJ die Wirtschaft im Jahr 2008 nach folgenden strategischen Überlegungen:

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

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. Neben den Budgetmitteln des Bundes kommen auch Mittel des ERP-Fonds sowie EU-Kofinanzierungsmittel für die Tourismusförderung zum Einsatz. Mit der Vergabe von Werkverträgen wird die Entwicklung von touristischen Projekten initiiert und unterstützt.

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

Betriebliche Tourismusförderung

TOP-Tourismus-Förderung

Die Richtlinien für die TOP-Tourismus-Förderung gelten – in Anlehnung an die EU-Programmplanungsperiode – noch bis 2013. Die mit diesen Richtlinien angebotenen Unterstützungen sollen helfen, dass sich die Tourismus- und Freizeitwirtschaft den sich rasch verändernden Rahmenbedingungen – sowohl im Hinblick auf die baulichen Gegebenheiten als auch im Hinblick auf Aspekte der Betriebsführung – laufend anpassen kann. Dies steht im Einklang mit dem Ziel der Europäischen Union, durch eine verstärkte Förderung der kleinen und mittleren Unternehmen das Beschäftigungsvolumen, die Innovationskraft und die Dynamik der Wirtschaft zu erhöhen.

Zur Umsetzung dieses Ziels kommen in der TOP-Tourismus-Förderung folgende Förderschienen, die in den Richtlinien als Teile bezeichnet werden, zum Einsatz:

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

Teil A: TOP – Investition

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

Tabelle 6: Antrags- und Ergebnisübersicht (TOP-Tourismus-Kredite)

Antragsübersicht	
eingereichte Anträge (TOP-Tourismus- bzw. ERP-Kredite)	150
erledigte Anträge gesamt (inkl. Anträge aus Vorjahren)	107
abgelehnte Anträge	2
Ergebnisübersicht	
Gesamtinvestitionskosten der erledigten Fälle	373 Mio. EUR
bewilligtes TOP-Kreditvolumen	167 Mio. EUR
bewilligte Zuschüsse	18,7 Mio. EUR
Quelle: ÖHT	

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

- Insgesamt wurden in der TOP-Tourismus-Aktion 2008 107 Ansuchen mit einem Kreditvolumen von rund 167 Mio. EUR genehmigt.
- Zusammen mit ERP-Mitteln in Höhe von rund 30 Mio. EUR, die sich auf 24 genehmigte Ansuchen verteilten, konnten geförderte Finanzierungsmittel in Höhe von rund 197 Mio. EUR bereitgestellt werden. Damit wurden Tourismusprojekte mit einem geförderten Investitionsvolumen von rund 439 Mio. EUR unterstützt.
- Rund 88 % des genehmigten Investitionsvolumens entfiel auf den Bereich der Hotellerie und Gastronomie, der Rest auf den Bereich der touristischen Infrastruktureinrichtungen.

Der Mitteleinsatz in den Zielgebieten wird auf Seite 98 (EU-Förderungen mit Kofinanzierung durch das BMWFJ) dargestellt.

TOP-Tourismus-Zuschüsse (Vorhaben < 1,000.000 EUR)**Tabelle 7: Antrags- und Ergebnisübersicht (TOP-Tourismus-Zuschüsse)**

Antragsübersicht	
eingereichte Anträge	985
erledigte Anträge gesamt (inkl. Anträge aus Vorjahren)	673
abgelehnte Anträge gesamt (inkl. Anträge aus Vorjahren)	95
Ergebnisübersicht (Basis: erledigte Anträge lt. Antragsübersicht)	
Gesamtinvestitionskosten der erledigten Fälle	243 Mio. EUR
davon förderbare Kosten	184 Mio. EUR
bewilligte Zuschüsse	8,93 Mio. EUR
Quelle: ÖHT	

Die Schwerpunkte im Rahmen der Zuschussförderung lagen bei der Modernisierung und Qualitätsverbesserung der Betriebe, gefolgt von der Betriebsgrößenoptimierung. Lediglich 3,4 % des Investitionsvolumens betraf Infrastrukturprojekte. Diese werden aufgrund ihrer Größe vornehmlich mit ERP- bzw. TOP-Krediten finanziert.

Teil B: TOP – Beratung und Ausbildung

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

2008 wurden neun Ansuchen im Rahmen dieser Förderung eingereicht. Nach entsprechender Koordinierung mit den Ländern konnten mit Ende des Jahres Zuschüsse in der Höhe von rund 159.000 EUR gewährt werden.

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

Teil C: TOP – Kooperation

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

2008 wurden zehn Ansuchen im Rahmen dieser Förderung genehmigt. Für die TOP-Kooperationsförderung wurden rund 601.000 EUR an Budgetmitteln gebunden.

In Summe wurden bei den betrieblichen Kooperationen rund 21.000 Betten zusammengeschlossen, was in etwa 3 % der in Österreich gewerblich angebotenen Betten entspricht.

Die Entwicklung bei den regionalen Kooperationen verlief mit 1 Mio. Nächtigungen in den kooperierenden Tourismusorganisationen 2008 erfolgreich und entspricht einem Prozentsatz von knapp 1 % gemessen an den Nächtigungen österreichweit.

Der sich nun schon über einige Jahre abzeichnende Trend zur Angebots- und Auslastungsverbesserung bei der Gründung neuer Kooperationen, die ein gemeinsames Marketing bzw. gemeinsame Werbeauftritte in den Mittelpunkt

stellen, hat sich auch im abgelaufenen Jahr fortgesetzt, wobei vor allem Bemühungen zur Saisonverlängerung bzw. das Bewerben der zweiten Saison verstärkt wurden.

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

Teil D: TOP – Restrukturierung

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

Die Unterstützung ist grundsätzlich in dreifacher Form vorgesehen:

1. ideelle (nicht monetäre) Hilfestellung
2. Absicherung des Risikos durch Übernahme von Haftungen
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, die zum Teil durch das BMWFJ finanziert werden. In Ergänzung dazu kann eine materielle Hilfestellung in Form von Zinsenzuschüssen auf Langzeitdarlehen eingeräumt werden.

**Tabelle 8: Antrags- und Ergebnisübersicht
(TOP-Restrukturierungsmaßnahmen)**

Antragsübersicht 2008	
eingereichte Anträge	13
positiv erledigte Anträge	5
abgelehnte Anträge	6
aktuell verhandelte Anträge	6
Bilanzsumme der eingereichten Anträge	16,5 Mio. EUR
Gesamtumsatz der eingereichten Anträge	10,9 Mio. EUR
Gesamtverschuldung der eingereichten Anträge	21,8 Mio. EUR
Ergebnisübersicht 2008	
erzielte Obligoreduktionen	3,3 Mio. EUR
Zufuhr von Eigenkapital (vorwiegend durch Liegenschaftsverkäufe)	0,9 Mio. EUR
Langzeitdarlehen mit Zinsstützung aus der Restrukturierungsaktion	2,9 Mio. EUR
ausbezahlte Zuschüsse 2008	0,49 Mio. EUR
Quelle: ÖHT	

Jene Betriebe, die 2008 in der TOP-Restrukturierungsaktion angesucht haben, erzielten im abgelaufenen Bilanzjahr Umsätze von rund 10,9 Mio. EUR und beschäftigten 187 Mitarbeiter/innen. Die Verschuldung dieser Unternehmen betrug insgesamt rund 21,8 Mio. EUR und somit durchschnittlich etwa das 2-fache ihres Jahresumsatzes. Durch die Verhandlungen der ÖHT gelang es, im Rahmen der umgesetzten fünf Sanierungskonzepte bei den finanziierenden Hausbanken Forderungsverzichte über insgesamt 3,3 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 0,9 Mio. EUR seitens der Unternehmerfamilien zugeführt. Die Eigenkapitalbasis der Betriebe wurde somit um rund 4,2 Mio. EUR verbessert. Bei den Restverbindlichkeiten gelang es in der Regel, die Verzinsung auf eine unter dem ursprünglich vereinbarten Zinssatz liegende Kondition abzusenken. Richtliniengemäß wurden Teile der Restverbindlichkeiten für Zinsstützungen im Rahmen der Restrukturierungsaktion vorgeschlagen.

Jungunternehmer-Förderung

Die Richtlinie für die Jungunternehmerförderung in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft gilt – in Anlehnung an die EU-Programmplanungsperiode – noch bis 2013. Ziele der Jungunternehmerförderung sind die Unterstützung der Gründung und Übernahme von Unternehmen, die Stärkung der Innovationskraft, die Sicherung und Schaffung von Beschäftigung sowie die Erleichterung der Kapitalaufbringung.

**Tabelle 9: Antrags- und Ergebnisübersicht
(Unternehmensneugründungen und -übernahmen)**

Antragsübersicht 2008	
eingereichte Anträge	228
erledigte Anträge (inkl. Anträge aus Vorjahren)	108
abgelehnte Anträge (inkl. Anträge aus Vorjahren)	47
Ergebnisübersicht (Basis: erledigte Anträge)	
Gesamtkosten (materielle und immaterielle Kosten)	27,1 Mio. EUR
davon förderbare materielle Kosten	22,1 Mio. EUR
davon Zuschuss im Rahmen Teil A TOP-Zuschuss-Aktion (für materielle Kosten)	1,07 Mio. EUR
davon förderbare immaterielle Kosten	0,73 Mio. EUR
davon Zuschuss im Rahmen Unternehmensneugründungen und -übernahmen (für immaterielle Kosten)	0,17 Mio. EUR
geschaffene Arbeitsplätze	404
Quelle: ÖHT	

Bei den 108 erledigten Jungunternehmer-Fällen liegen die Schwerpunkte bei den materiellen Investitionen zur Ingangsetzung des Betriebes bzw. bei der Modernisierung des Bestandes. Trotzdem fällt auf, dass der Anteil der immateriellen Kosten sich fast verdoppelt hat und im abgelaufenen Jahr 3,4 % beträgt. Bei den positiv erledigten Fällen wurden insgesamt 404 Arbeitsplätze (512 inklusive der Jungunternehmer) geschaffen.

Weiters wurden die Neugründer/innen auch mit Haftungen unterstützt, wobei insgesamt 19 Ansuchen mit einem Investitionsvolumen von rund 10,5 Mio. EUR bewilligt wurden.

Übernahme von Haftungen für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft

Die Richtlinie für die Übernahme von Haftungen für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft gilt – in Anlehnung an die EU-Programmplanungsperiode – noch bis 2013. Die Zielsetzungen der Richtlinie entsprechen im Wesentlichen jenen der TOP-Tourismus-Förderung ergänzt um die Neugründung bzw. Übernahme von Unternehmen und die Internationalisierung der heimischen Tourismus- und Freizeitwirtschaft. Richtliniengemäß können Haftungen zur Finanzierung von Investitionen – auch im Zusammenhang mit der Gründung

und Übernahme von Unternehmen – sowie von Internationalisierungsaktivitäten und Eigenkapitalzufuhr übernommen werden.

Tabelle 10: Antrags- und Ergebnisübersicht (Übernahme von Haftungen für Tourismus- und Freizeitbetriebe)

Antragsübersicht 2008	
Zahl der Anträge	59
Antragsvolumen	30,6 Mio. EUR
Ergebnisübersicht (Basis: erledigte Anträge)	
positive Erledigungen	40
genehmigtes Volumen	18,4 Mio. EUR
besichertes Investitionsvolumen	32,4 Mio. EUR
Beschäftigte in Betrieben, die eine Haftung erhielten	443
Quelle: ÖHT	

Die Haftungen wurden 2008 überwiegend für die Finanzierung von Investitionen, vor allem für Qualitätsverbesserungen für Neugründungen und Betriebsgrößenoptimierungen herangezogen.

Aufgrund der gestiegenen Sicherheitsbedürfnisse der Kreditinstitute ist für die kommenden Jahre eine steigende Nachfrage nach dem Haftungsinstrument zu erwarten.

ERP-Kredite für die Tourismuswirtschaft

Im Jahr 2008 wurden von der ERP-Fachkommission für Kredite auf dem Agrar- und Tourismussektor, Sektor Tourismus, insgesamt knapp 30 Mio. EUR ERP-Kreditmittel für 24 Projekte vergeben, wobei mit der Kreditvergabe sehr ähnliche Ziele verfolgt wurden wie in der TOP-Tourismus-Förderung (Verbesserung der Angebotsqualität und der Wettbewerbsfähigkeit, Unterstützung des Aktiv- und Erlebnisurlaubs, touristische Entwicklung benachteiligter Regionen).

Tabelle 11: Antrags- und Ergebnisübersicht (ERP-Kredite)

Antragsübersicht	
eingereichte Anträge (ERP- bzw. TOP-Tourismus-Kredite)	131
erledigte Anträge gesamt (inkl. Anträge aus Vorjahren)	24
abgelehnte Anträge	2
Ergebnisübersicht	
Gesamtinvestitionskosten der erledigten Fälle	65,9 Mio. EUR
bewilligtes ERP-Kreditvolumen	29,6 Mio. EUR
Quelle: ÖHT	

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

Förderungen und Förderungseffekte ÖHT – Zusammenfassung

Folgende Zahlen skizzieren das Jahr 2008 im Bereich der Tourismus- und Freizeitwirtschaft:

- 976 Förderungsfälle mit einem bundeseitigen Förderbarwert von 30,8 Mio EUR wurden positiv erledigt. Bei mehr als 99 % der Förderungsempfänger handelt es sich um KMU.
- 108 Unternehmensgründer/innen konnten unterstützt werden. Sie haben Investitionsvorhaben im Umfang von 27,1 Mio. EUR umgesetzt.
- Das gesamte geförderte Investitionsvolumen beläuft sich auf rund 750 Mio. EUR.
- Hotelunternehmen mit rund 75.000 Betten wurden im Hard- bzw. Software-Bereich qualitativ verbessert. Das sind über 12 % des gesamten gewerblichen Bettenangebotes Österreichs.
- Alle unterstützten Unternehmen werden nach Durchführung der geplanten Maßnahmen etwa 1,8 Mrd. EUR an Umsatz erzielen und 22.000 Mitarbeiter/innen beschäftigen. Sie werden damit rund 13 % der Arbeitnehmer/innen des Beherbergungs- und Gaststättenwesens anstellen.¹⁸⁾
- Der Mitteleinsatz auf Bundesebene betrug (als Bruttosubventionsäquivalent) 30,8 Mio. EUR oder rund 0,18 % der direkten Wertschöpfung des Tourismus (lt. TSA, Prognose für 2007).¹⁹⁾
- Durch die auf Basis der Bundesrichtlinien vereinbarten Aktionen wurde gemeinsam mit den Ländern und der EU ein gesamtes Bruttosubventionsäquivalent von 46 Mio. EUR bereitgestellt.

Weitere Informationen zu den 2008 durchgeführten Förderungsmaßnahmen finden sich auf der Homepage der ÖHT unter www.oeht.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 2008 betrug rund 3,6 Mio. EUR.

¹⁸⁾ Tourismus in Zahlen, WKÖ, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft, 44. Ausgabe, März 2008, S. 13

¹⁹⁾ Tourismus in Zahlen, WKÖ, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft, 44. Ausgabe, März 2008, S. 55

Das BMWFJ unterstützte damit Projektträger bzw. Projekte wie den Bundesverband des Österreichischen Bergrettungsdienstes, den Bundesverband für Urlaub am Bauernhof in Österreich sowie die Österreichische Hoteliervereinigung.

Im Rahmen des Programms zur "Förderung der alpinen Infrastruktur" gewährte das BMWFJ dem Verband der alpinen Vereine Österreichs Unterstützung für die umweltgerechte Sanierung der Schutzhütten sowie die Erhaltung des Wanderwegenetzes.

EU-Förderungen mit Kofinanzierung durch das BMWFJ

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

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

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.

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 2008 im Bereich EU-Kofinanzierungen betrug insgesamt rund 1,6 Mio. EUR.

Ziel "Konvergenz" - Phasing Out Burgenland 2007-2013 und Additionalitätsprogramm 2007-2013 (EFRE)

Im Jahr 2008 wurden im Rahmen des Additionalitätsprogramms zwei Förderungsansuchen mit einem Förderungsvolumen (nationale Mittel/BMWFJ) in der Höhe von insgesamt 35.500 EUR positiv erledigt.

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 2008 wurden im Zusammenhang mit den Operationellen Programmen der Länder für das Ziel „Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung“ in Verbindung mit der TOP-Tourismus-Förderung acht Förderungsfälle für eine Förderung aus Tourismusförderungsmitteln des BMWFJ und EU-Mitteln mit einem Zuschussvolumen von rund 2,2 Mio. EUR erledigt. Weiters wurden sechs ERP-Kredite vergeben.

Ziel "Europäische Territoriale Zusammenarbeit" - grenzüberschreitende Zusammenarbeit ("INTERREG IVA")

Österreich ist an sieben grenzübergreifenden Programmen mit seinen Nachbarländern beteiligt: Deutschland/Bayern-Österreich, Alpenrhein-Bodensee-Hochrhein, Österreich-Italien, Österreich-Slowenien, Österreich-Ungarn, Österreich-Slowakische Republik und Österreich-Tschechische Republik. Geförderte Projekte umfassten in der Vergangenheit z. B. Kulturtourismus, Wander-, Rad-, Themen- und Pilgerwege, Ökotourismus, Regions- und Marketingmaßnahmen. Mit der Periode 2007-2013 wird verstärktes Augenmerk auf überbetriebliche und überregionale Vernetzung, regionale Verankerung und Nachhaltigkeit gelegt.

Im Jahr 2008 wurden vier Projekte mit einer Kofinanzierung aus Tourismus-Förderungsmitteln des BMWFJ in Höhe von 0,36 Mio. EUR bewilligt, Vertragsabschlüsse und Mittelflüsse haben sich jedoch – bedingt durch die teilweise ausstehenden formalen Rahmenbedingungen in den Programmen – in das Folgejahr verzögert.

Ziel "Europäische Territoriale Zusammenarbeit" - transnationale Zusammenarbeit ("INTERREG IVB")

In der transnationalen Kooperation ist Österreich an den Programmen ALPINE SPACE, CENTRAL EUROPE und SOUTH-EAST EUROPE beteiligt. Tourismus-Förderungsmittel des BMWFJ sollen in den Bereichen Innovation/Unternehmerische Initiative, Umwelt und Infrastrukturen (Gesundheit, Kultur, Tourismus, Bildung) zum Einsatz kommen. In der Periode 2007-2013 wurden noch keine Projekte mit BMWFJ-Kofinanzierung bewilligt.

Entwicklung des ländlichen Raumes

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 2008 konnten 13 Projekte mit 0,56 Mio. EUR BMWFJ-Mittel bewilligt und damit EU-Mittel in Höhe von 0,75 Mio. EUR ausgelöst werden.

8 ÖSTERREICH WERBUNG (ÖW)

Die Österreich Werbung (ÖW), Österreichs nationale Tourismusorganisation seit 1955, ist ein Verein mit den Mitgliedern BMWFJ und WKÖ. Mitgliedsbeiträge von 24 Mio. EUR (BMWFW) und 8 Mio. EUR (WKÖ) werden hauptsächlich durch Partnerbeteiligungen für gemeinsame Marketingaktivitäten auf ein Gesamtbudget von rund 51 Mio. EUR ergänzt. Die ÖW stellt die Markenwirksamkeit von Urlaub in Österreich sicher und bewirtschaftet die den meisten Erfolg versprechenden Märkte.

Leistungen der ÖW

- Klassische und online Bewerbung von Urlaub in Österreich.
- ReisePR, Medienkooperationen, Produktion von Themenbroschüren.
- Messeveranstaltung (actb, austrian & central european travel business; access, Fachmesse für die Kongress- und Tagungswirtschaft) und -auftritte (z. B. ITB in Berlin; viele weitere Fachmessen und Reiseplattformen).
- Schulungen von Reisebüroagenten und Veranstaltern.
- Maßgeschneiderte Marketingmaßnahmen für die österreichische Tourismuswirtschaft.
- T-MONA (Tourismus Monitor Austria) als laufende Gästedatenerhebung.
- Internetportal www.austria.info (40 Portale in 26 Sprachen) und das Urlaubsservice, eine individuelle Gästeinformation in neun Sprachen.

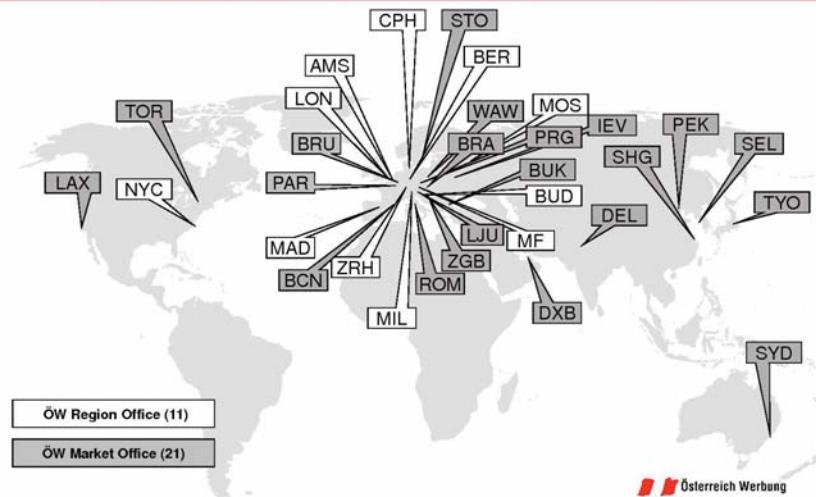
Um Marktanteile in einem international härter werdenden Wettbewerb auszubauen, wurde Ende 2007 die "Allianz der Zehn", bestehend aus ÖW und den neun Landestourismusorganisationen, ins Leben gerufen. Gemeinsame Marketingaktivitäten finden seit Frühling 2009 in Österreichs größtem Herkunftsmarkt, Deutschland, statt. Auch in den Niederlanden, Italien und im Wachstumsmarkt Rumänien agiert man gemeinsam.

Durch ihr Engagement stärkt die ÖW die Tourismusdestination Österreich in deren wichtigsten Herkunftsmärkten und leistet so einen Beitrag zur Steigerung der Wertschöpfung für die österreichische Tourismus- und Freizeitwirtschaft.

Innovatives und kreatives Marketing weltweit

Mit 32 Vertretungen von New York bis Sydney führte die ÖW im Jahr 2008 in 61 Märkten weltweit jährlich über 1.500 Marketing-Aktivitäten durch.

Weltweites ÖW Netzwerk 2008.



Eine detaillierte Aufstellung über die Tätigkeiten der ÖW finden Sie im Jahresbericht 2008 unter http://www.austriatourism.com/xxl/_site/int-de/_area/465220/_subArea/465260/fakten.html.

Exkurs: UEFA EURO 2008™ (7. bis 29. Juni 2008)

Die UEFA hat im Jahr 2002 die Austragung der Fußball Europameisterschaft 2008 an Österreich und die Schweiz vergeben. Die Fußball-Europameisterschaft ist nach den Olympischen Spielen und der Fußball-Weltmeisterschaft das drittgrößte Medienereignis der Welt und das größte Fußball-Event in Europa. Daher war die Austragung der Fußball-EM 2008 in Österreich eine einzigartige Chance, nicht nur für den Tourismus, sondern auch für den Wirtschaftsstandort Österreich.



Die Austragungsorte der Fußballspiele waren Basel, Bern, Genf, Zürich, Innsbruck, Klagenfurt, Salzburg und Wien. Das erste Spiel wurde am 7. Juni 2008 in Basel angepfiffen, das Finale, das die spanische und die deutsche Nationalmannschaften bestritten, fand am 29. Juni 2008 in Wien statt. Die Spanier gewannen das Turnier mit 1:0 und wurden damit zum zweiten Mal Fußball-Europameister.

Die Bilder, die aus Österreich in alle Welt ausgestrahlt worden sind, vermittelten die Gastfreundschaft und Attraktivität unseres Landes für Besucher/innen und festigten unser Image nachhaltig. Das war das Hauptziel der Aktivitäten der ÖW und wurde vollends erreicht.

Die ÖW gründete gemeinsam mit den österreichischen Host Cities und Landestourismusorganisationen sowie wichtigen touristischen Partnern im Jahr 2006 die „Plattform Tourismus UEFA EURO 2008™“, um sich in allen touristischen „UEFA EURO 2008™-Belangen“ abzustimmen und Synergien zu nutzen. Des Weiteren wurden mit allen Landestourismusorganisationen und Partnern Synergien genutzt und Abstimmungen getroffen, um Österreich im Rahmen dieser einmaligen Chance bestmöglich zu präsentieren und Österreich als das charmanteste Urlaubsland der Welt nachhaltig ins Rampenlicht zu rücken.

650 Maßnahmen wurden insgesamt umgesetzt. Basis dafür war ein Sonderbudget von 6 Mio. EUR aus dem BMWFJ, darüber hinaus konnte die ÖW durch Umschichtung 5 Mio. EUR bereitstellen. Die Österreich Werbung bearbeitete mit diesem Gesamtbudget insgesamt 38 Märkte und setzte besondere Highlight-Aktionen in neun definierten Schwerpunktmarkten, die über Tourismus- und Fußballrelevanz verfügten.

Während der Jahre 2006 und 2007 konzentrierte sich der Marketingmix auf die Ansprache der B2B- und Multiplikatorenkontakte, im Jahr 2008 wurde dieser Marketingmix um die Ansprache der B2C-Kontakte, also der potenziellen Österreich-Gäste, erweitert. Besonderer Schwerpunkt während der UEFA EURO 2008™ wurde auf die Betreuung und Servicierung der zahlreichen Journalist/innen und Medienvertreter/innen gelegt. Um die Aufmerksamkeit in ausgewählten Märkten auch nach der UEFA EURO 2008™ zu nutzen, wurde der Nachbearbeitung im Rahmen des Sonderbudgets bereits bei der Planung Rechnung getragen. Im Zeitraum 29.6.2008 bis 30.3.2009 wurden in den Märkten Spanien, Deutschland, Italien und Niederlande ausgewählte Marketingaktivitäten durchgeführt.



Touristische Entwicklung während der UEFA EURO 2008™

Aufgrund der zahlreichen Feiertage in den Monaten Mai und Juni werden üblicherweise die Zahlen zu Nächtigungen und Ankünften immer für die Monate Mai/Juni gemeinsam betrachtet.

Die prognostizierten Trends sind eingetroffen. Der Mai, diesmal mit allen Feiertagen der Sommer-Vorsaison gespickt, brachte die erhoffte hohe Steigerung bei Ankünften und Übernachtungen. Der feiertagslose Juni, der Monat der UEFA EURO 2008™, zeigte die befürchteten Rückgänge, gleichzeitig war es aber auch der Monat mit einer historisch einmaligen Dichte an medialer Berichterstattung über das Tourismusland Österreich.

Die hohe Präsenz internationaler Fernsehstationen und Journalist/innen, die weltweite mediale Berichterstattung über die UEFA EURO 2008™ sowie der perfekte Ablauf dieses fußballerischen Großereignisses haben das Gastgeberland Österreich nicht nur als schönes, sondern auch als sicheres Land bis in den letzten Winkel dieser Erde präsentiert. In Zeiten, wo die Menschen Sehnsucht nach Sicherheit haben, ein unschätzbarer Imagegewinn, der nicht in Zahlen auszudrücken ist.

Insgesamt ergab die Sommer-Vorsaison Mai und Juni 2008 damit ein Plus von 4,3 % bei den Nächtigungen, auch die Ankünfte stiegen im Mai und Juni 2008 um 4,6 % gegenüber dem Vorjahr (auf fast 5 Mio.). Das ist bisheriger Rekordwert. Die Ergebnisse der Sommer-Vorsaison werden immer wichtiger für den gesamten Sommerverlauf: Mai und Juni machten zuletzt ein Viertel des gesamten Sommerergebnisses bei den Nächtigungen und rund 29 % bei den Ankünften aus.

Die Fußball-Europameisterschaft als Chance für das Tourismusland Österreich

Im Auftrag des BMWFJ erstellte das Institut Sport+Markt eine Expertise mittels Pre-/Post-Ansatz hinsichtlich der Auswirkung der UEFA EURO 2008™ auf die zentralen Kennwerte der Urlaubsländer und Host Cities:

Die UEFA EURO 2008™ ist in allen Erhebungsländern auf immenses Interesse gestoßen. Wie bei sportlichen Mega-Events des Sports häufig beobachtbar, erreichte die UEFA EURO 2008™ erfreulicherweise auch Personen, die dem Fußball ansonsten eher distanziert gegenüberstehen.

Die Begeisterung für die UEFA EURO 2008™ hat die spontane Bekanntheit der Spielorte in Österreich und der Schweiz deutlich ansteigen lassen. Auch die touristische Bedeutung der österreichischen Host Cities hat sich infolge der UEFA EURO 2008™ in vielen Ländern verbessert. Die stärksten Effekte waren in Frankreich und Italien nachweisbar.

Das Image von Österreich hat sich im Zuge der UEFA EURO 2008™ in einigen Märkten verbessert. Besonders in Tschechien zeigten sich Imagegewinne, aber auch in Frankreich und im eigenen Heimatland waren teils bessere Imagewerte festzustellen. Durchgehende Imageaufwertungen blieben jedoch aus, da das Imageprofil Österreichs schon vor der UEFA EURO 2008™ sehr gut ausgeprägt war. Die Merkmale „qualitativ hochwertig“, „erholsam“, „gastfreundlich“, „ruhig“ und „sympathisch“ sind aus Sicht aller Länder für das Urlaubsland besonders charakteristisch.

Österreich hat sich nach Auffassung der Befragten ebenso wie die Schweiz als guter Gastgeber präsentiert. Die Darstellung beider Länder war während der UEFA EURO 2008™ fast durchwegs positiv. Die Ausrichtung der UEFA EURO 2008™ war aus Sicht der Befragten ein Erfolg für die Gastgeberländer!

MASSNAHMENPAKET TOURISMUS

Das Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend hat - zusätzlich zu den beiden großen Konjunkturpaketen und der Steuerreform der Bundesregierung ein Maßnahmenpaket für den Tourismusstandort Österreich geschnürt und umgesetzt, um die Wettbewerbsfähigkeit der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Zeiten der weltweiten Wirtschaftskrise zu erhalten und zu verbessern. Konkret wurden ein Sonderbudget für eine Inlandskampagne der Österreich Werbung und die Erhöhung der Förderungen und Haftungen für Tourismusbetriebe beschlossen.

Inlandskampagne Österreich Werbung

In wirtschaftlich schwierigen Zeiten werden Urlaubsreisen in nahe gelegene und leicht erreichbare Zielgebiete bevorzugt. In diesem Sinne hat das Wirtschaftsministerium ein Sonderbudget von 3 Millionen EUR für einen Marketingschwerpunkt auf dem österreichischen Inlandsmarkt und auf benachbarten Nahmärkten gewährt. Die Wirtschaftskammer unterstützt die Kampagne mit zusätzlich 1 Million EUR. Mit dem Slogan "Wo Urlaubsglücks so nahe liegt" werden die Nahmärkte Ungarn, Norditalien, Schweiz, die Tschechische Republik und Deutschland intensiv bearbeitet und somit möglichen Nachfrageausfällen internationaler Gäste aus Fernmärkten entgegengewirkt. Vor allem aber soll mittels einer Inlands-Imagekampagne den Österreicher/innen Urlaub im eigenen Land schmackhaft gemacht werden. Die Kampagne wurde von Bundesminister Dr. Mitterlehner auf der ITB in Berlin offiziell gestartet, seit April 2009 und noch bis Jahresende wird nun in einer Ö3-Radio-Kampagne, in TV-Spots im ORF (unter der Regie von Oscar-Preisträger Stefan Ruzowitzky), auf Plakaten und in zahlreichen Medienkooperationen für Urlaub in Österreich geworben. Ein überdimensionaler, sieben Meter hoher Postkartenständer mit Österreichsujets (à 3 x 2 m) tourte zudem im Juni, Juli und August durch alle Landeshauptstädte. Dessen ungeachtet setzt die Österreich Werbung auch in diesem Jahr im Rahmen ihres regulären Budgets in bewährter Form in weltweit 40 Märkten über 1.500 Marketingaktivitäten um.



Maßnahmen der Österreichischen Tourismusbank

Die österreichische Tourismuswirtschaft bietet über 180.000 sichere und Standort gebundene Arbeitsplätze. Eine solide Finanzierungsbasis der Betriebe ist in Zeiten der Krise unabdingbar. Daher wurden bereits im Dezember 2008 die für den Tourismus zur Verfügung stehenden ERP-Kreditmittel von 32 auf 38 Millionen EUR erhöht. Zusätzlich wurde Anfang März 2009 das Kleinkreditprogramm aus ERP-Fondsmitteln für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft geöffnet. Diese Kleinkredite können durch Haftungen der ÖHT besichert werden. Ein weiteres neues Haftungsinstrument soll die Bereitstellung von Überbrückungsfinanzierungen durch die Kreditwirtschaft für Betriebe, die krisenbedingt unter vorübergehenden Umsatzeinbußen leiden, erleichtern. Zudem wurde mit Inkrafttreten des Doppelbudgets 2009/10 und des Budgetbegleitgesetzes der im KMU-Förderungsgesetz für die ÖHT vorgesehene Haftungsrahmen mit Wirkung 1. Juli 2009 auf 500 Millionen EUR und die für die Tourismuswirtschaft vorgesehene Haftungsobergrenze im Einzelfall auf 4 Millionen EUR jeweils verdoppelt. Die ÖHT ihrerseits hat mit der Europäischen Investitionsbank einen Kreditvertrag über 140 Millionen EUR unterzeichnet. Damit ist die Refinanzierung der ÖHT bis zur voraussichtlichen Normalisierung der Marktbedingungen sichergestellt, und diese ist weiterhin in der Lage, den Betrieben Kredite zur Verfügung zu stellen, deren Konditionen nicht zuletzt aufgrund des Zinsenzuschusses des Wirtschaftsministeriums besonders attraktiv sind. Zudem wird in den Jahren 2009 und 2010 die TOP-Tourismus-Förderung um 3,8 Millionen EUR erhöht (von derzeit 22,04 auf 25,84 Millionen EUR).

Bereits jetzt lässt sich sagen, dass die gesetzten Fördermaßnahmen greifen. Im ersten Halbjahr 2009 sind bei der ÖHT allein für die investiven Förderungsmaßnahmen 889 Förderansuchen eingelangt (ein Plus von 22,3 % gegenüber dem Vergleichsraum des Vorjahres). Mit den insgesamt 703 genehmigten Förderungen wurde ein gefördertes Investitionsvolumen von 422 Millionen EUR ausgelöst.

Vom Krisenmanagement zum Chancenmanagement

Oben erwähnte Maßnahmen waren der erste Schritt. Ziel meiner Tourismuspriorisierung ist es daher, die Wettbewerbsfähigkeit des Tourismuslandes Österreich zu erhöhen und wertschöpfungsorientiertes Wachstum zu gewährleisten, um auch in schwierigen Zeiten Marktanteile zu gewinnen.

Derzeit sind Vorarbeiten für eine neue Tourismusstrategie im Gange.