

3294/AB
vom 03.06.2019 zu 3338/J (XXVI.GP)
Bundesministerium
 Nachhaltigkeit und
 Tourismus

Elisabeth Köstinger
 Bundesministerin für
 Nachhaltigkeit und Tourismus

Herrn
 Mag. Wolfgang Sobotka
 Präsident des Nationalrats
 Parlament
 1017 Wien

Geschäftszahl: BMNT-LE.4.2.4/0078-RD 3/2019

Ihr Zeichen: BKA - PDion (PDion)3338/J-NR/2019

Wien, 3. Juni 2019

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Josef Schellhorn, Kolleginnen und Kollegen haben am 17.04.2019 unter der Nr. **3338/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend Imagekampagnen sind kein Masterplan für den Tourismus gerichtet.

Diese Anfrage beantworte ich nach den mir vorliegenden Informationen wie folgt:

Zur Frage 1:

- Im Aktionsplan wird eine strategische Neuausrichtung auf Basis des Plan T und eine entsprechend ausreichende finanzielle Dotierung der Österreich Werbung gefordert. Was konkret bedeutet das vor dem Hintergrund, dass beispielsweise föderale Doppelgleisigkeiten im Marketing im Papier nicht einmal angesprochen werden?

Die Österreich Werbung ist kompetente Partnerin für die Tourismusbranche im Auftritt nach außen und Netzwerknoten nach innen. Die massiven Veränderungen, nicht zuletzt durch Digitalisierung und Globalisierung, bedingen eine Evaluierung ihrer Aufgaben. Dabei ist die Bedeutung der Nutzung von Effizienzpotenzialen und der Kooperation im Tourismusmarketing unbestritten.

Die strategische Neuausrichtung der Österreich Werbung wird derzeit von den Vereinsmitgliedern erarbeitet. Die entsprechende finanzielle Dotierung erfolgt auf Basis der Ergebnisse in einem nächsten Schritt.

Zur Frage 2:

- Das aktuelle System in der Außenvermarktung Österreichs ist eben in vielen Punkten von Doppelgleisigkeiten und Redundanzen geprägt. Neben der Österreich Werbung werben aktuell 9 Landestourismusorganisationen. Daneben sind auch noch Betriebe, Gemeinden, Destinationen, AMA Genussregionen, "Kulinarisches Erbe", "Beste Österreichische Gastfreundschaft" und "Kulinarische Initiative Österreich" in der Vermarktung aktiv. Im Aktionsplan liest man dazu: Gemeinsame Rad-Kampagne 2019 mit Landestourismusorganisationen als Prototyp für kommende Kooperationsprojekte.
 - a. Welche konkreten Bestrebungen gibt es seitens des BMNT, die Wertschöpfung für Österreichs Regionalwirtschaft und Tourismus effizienter bzw. transparenter zu machen?
 - b. Welche konkreten Kooperationsprojekte sind geplant?

Zahlreiche Maßnahmen im „Plan T – Masterplan für Tourismus“, zum Beispiel die verstärkte Zusammenarbeit von Landwirtschaft und Tourismus in den Regionen (siehe Handlungsfeld 7 im Masterplan), zielen auf eine Stärkung der Wertschöpfungsketten ab.

Um die Bedeutung des Tourismus für Wertschöpfung und Beschäftigung transparent darstellen zu können, laufen derzeit Gespräche mit den Bundesländern. Ziel ist, das Tourismus-Satellitenkonto auch auf regionaler Ebene nach einheitlichen und vergleichbaren Standards zu etablieren.

Die derzeit laufende Radkampagne ist ein Kooperationsprojekt der Österreich Werbung und der Landestourismusorganisationen. Nach Evaluierung dieser Kampagne soll über die Ausweitung auf andere Themen entschieden werden.

Zur Frage 3:

- Ist eine Valorisierung der Beiträge der Österreich Werbung angedacht?

Die Vereinsmitglieder führen derzeit Gespräche zu den zukünftigen Aufgaben der Österreich Werbung und werden darauf aufbauend auch über die finanzielle Ausstattung der Österreich Werbung entscheiden.

Zur Frage 4:

- Das BMNT leistet 500.000 Euro zusätzlich für Digitalisierung in Form eines "Futurelab" bei der Österreich Werbung.
 - a. Wie wird diese Einrichtung konkret aussehen?
 - b. Welche konkreten Projekte sind geplant?

Österreichs Tourismus ist von der digitalen Transformation in ganz besonderem Maße betroffen. Die Österreich Werbung mit ihrem Netz an Auslandsbüros kennt einerseits das veränderte Nachfrageverhalten der Gäste aus den unterschiedlichsten Kulturräumen, andererseits aller österreichischen Player. Sie hat das Digitalisierungs-Knowhow, um in diesem Bereich koordinierend tätig zu werden. Das FutureLab soll der zentrale Innovationshub im Bereich der Digitalisierung für die Branche werden. Es soll als Netzwerkorganisation an der Schnittstelle zwischen traditionellen Tourismusstrukturen und der globalen Reise- und Kommunikationsbranche fungieren; branchenrelevante Entwicklungen sollen vorgefiltert und aufbereitet, neue Technologien aufgespürt und deren praktische Anwendungsmöglichkeiten für die Branche aufgezeigt sowie gemeinsame Strategien und Prototypen entwickelt werden. Im Zentrum der Aktivitäten stehen der Gast und das Reisen von morgen.

Zur Frage 5:

- Weiters wird eine Lernplattform für Digitalisierung im Tourismus gefordert.
 - a. Wie wird diese Plattform konkret aussehen?
 - b. Welche konkreten Projekte sind geplant?

Lernen ist im digitalen Zeitalter Grundvoraussetzung für Erfolg, lebenslanges Lernen ist auch im Tourismus unumgänglich. Das Ziel der Lernplattform ist, im Sinne des Open Source-Gedanken, Lernen voneinander zu ermöglichen und Wissen weiterzugeben. Die konkrete Ausgestaltung dieser Lernplattform wird derzeit zwischen der Österreich Werbung und den Bundesländern, aber auch den Anbieterinnen und Anbietern bereits bestehender Lernplattformen, erarbeitet.

Zu den Fragen 6 und 8:

- Angesichts der hohen Fremdkapitalquote im Tourismus möchte man Finanzierungs- und Förderungsmechanismen neu gestalten. Mit einem neuen Förderungsinstrument, den sogenannten Impuls-Calls, soll rasch und flexibel auf Branchenbedürfnisse reagiert werden können. Was genau ist unter Impuls-Calls zu verstehen?
- Für die Schwerpunkte Landgastronomie, Digitalisierung und Einrichtungen für Mitarbeiter_innen sollen zusätzlich bis zu 1,5 Millionen Euro bereitgestellt werden.

- a. Welche konkreten Projekte sollen in den genannten Bereichen mit dieser Summe umgesetzt werden?
- b. Bitte um zusätzliche Aufschlüsselung nach Kosten der einzelnen Projekte.

Das Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus erarbeitet derzeit eine Förderungsrichtlinie für Impuls-Calls. Darunter sind zeitlich befristete Förderschwerpunkte zu verstehen, die für bestimmte Themen eine finanzielle Unterstützung in Form von Krediten, Haftungen und bundeseitigen Zuschüssen vorsehen. Im Fokus der Impuls-Calls stehen kleine, eigentümergeführte Betriebe. Die Förderung hat die Zielsetzung, einen Qualitätsschub bei den Kleinst- und Kleinunternehmen zu unterstützen und ihre wirtschaftliche Lage zu stabilisieren. Für mittlere Unternehmen stehen weiterhin die bestehenden TOP-Tourismus-Förderungsprogramme zur Verfügung.

Die in Frage 8 genannten Schwerpunkte sind die derzeit geplanten Impuls-Calls. Für jeden Impuls-Call sind jeweils 500.000 Euro an Bundesmitteln vorgesehen. Beabsichtigt ist die Förderung von aktivierungsfähigen Investitionen in den erwähnten Bereichen. Die Förderrichtlinie dazu befindet sich gerade in Ausarbeitung, anschließend erfolgt der Call und Projekte können eingereicht werden.

Zu den Fragen 7 und 9:

- In einer Zeit, in der die Zinsen noch tief sind, sollten Maßnahmen zur Eigenkapitalbildung getroffen werden. Es ist anzunehmen, dass dies unter "eigenkapitalnahe Finanzierungsformen" gemeint ist. Welche Maßnahmen sind seitens des BMNT diesbezüglich geplant?
- Was konkret ist unter einer Neuausrichtung der gewerblichen Tourismusförderung über die ÖHT ab 2021 mit Fokus auf Familienbetriebe unter Berücksichtigung der Schwerpunkte des Plan T zu verstehen?

Die aktuellen bundeseitigen Tourismus-Förderungs-Richtlinien gelten bis 31. Dezember 2020. Es ist beabsichtigt, bei der Ausarbeitung der Rechtsgrundlagen ab 1. Jänner 2021 die Schwerpunkte des „Plan T – Masterplan für Tourismus“ ebenso wie eigenkapitalnahe Finanzierungsformen zu berücksichtigen.

Zur Frage 10:

- Zum Thema Energie werden u.a. erneuerbare Energiegemeinschaften als Chance für Tourismusbetriebe und -destinationen, Fördermöglichkeiten z.B. im Rahmen des 100.000-Dächer-Photovoltaik- und Kleinspeicher-Programmes propagiert. Wie bewertet das BMNT die Tatsache, dass es noch immer eine Steuer auf den Verbrauch von selbst erzeugtem Strom gibt (ab 25.000 kWh pro Jahr)?

In der #mission2030 – österreichische Klima- und Energiestrategie ist das Ziel einer vollständig auf erneuerbaren Energieträgern basierenden Stromversorgung verankert. Insbesondere Photovoltaik wird dabei wichtiger werden. Auf Bundesebene bestehen mehrere erfolgreiche Förderschienen für Photovoltaik, die über die Ökostromabwicklungsstelle und den Klima- und Energiefonds laufen.

Darüber hinaus wird es weitere administrative und rechtliche Maßnahmen zum forcierten Ausbau der erneuerbaren Stromerzeugung im Allgemeinen und der Photovoltaik im Speziellen geben. Die angesprochene Abschaffung der sogenannten Eigenstromsteuer für selbst erzeugten und verbrauchten Strom aus Photovoltaikanlagen ist ebenfalls Teil der #mission2030 – österreichische Klima- und Energiestrategie. Der Wegfall der Eigenstrombesteuerung würde derzeitige Anlagenbetreiberinnen und Anlagenbetreiber entlasten und die Errichtung zukünftiger großer Anlagen mit hohem Eigenverbrauch ermöglichen, da diese sonst aus wirtschaftlichen Gründen nicht errichtet würden. Eine Abschaffung der Eigenverbrauchsabgabe ist insofern sinnvoll. Es ist davon auszugehen, dass durch die erhöhte Wirtschaftlichkeit solcher Anlagen nach der Abschaffung der Verbrauchsabgabe, der Neubau von Photovoltaik-Anlagen mit Speichersystem und somit hohen Eigenverbrauchsquoten verstärkt wird. Betroffen sind Betriebe, öffentliche Institutionen, Bürgerinnen und Bürger sowie Kraftwerke mit hohen Eigenverbrauchsquoten.

Zur Frage 11:

- Welche konkreten Schritte plant man seitens des BMNT hinsichtlich einer Senkung der CO₂-Emissionen um 36% bis 2030 zu setzen? Bitte um einen konkreten Zeitplan.

Die Umsetzung des Treibhausgas-Emissionsreduktionsziels in den Bereichen außerhalb des Emissionshandels der Europäischen Union erfordert eine Vielzahl an Maßnahmen in den relevanten Sektoren, wie Verkehr, Gebäude, Landwirtschaft und Gewerbe. Die Schwerpunkte beziehen sich insbesondere auf die Steigerung des Anteils erneuerbarer Energie, die Verbesserung der Energieeffizienz (z.B. durch thermische Sanierungsmaßnahmen) sowie auf Verhaltensänderungen durch Bewusstseinsbildung. Auch Forschung, Innovation und technologische Entwicklung spielen im Rahmen der erforderlichen Energie- und Mobilitätswende eine bedeutende Rolle, zumal neben erneuerbarem Strom etwa auch „grünes Gas“, Wasserstoff und Speichertechnologien in zunehmendem Maß in das Energiesystem integriert werden sollen. Zu all diesen Bereichen wurden in der #mission2030 – österreichische Klima- und Energiestrategie ambitionierte Ziele beschlossen und konkrete Maßnahmen angeführt, um das Treibhausgasreduktionsziel von -36% bis 2030 mit Maßnahmen im Inland zu erreichen.

Details zur Maßnahmenumsetzung, etwa auch die thematischen Schwerpunkte der 12 „Leuchtturmprojekte“ sowie zu den jeweils konkreten Zeitplänen, Zuständigkeiten und Instrumenten sind in der #mission2030 – österreichische Klima- und Energiestrategie nachzulesen. Die Maßnahmen und Leuchtturmprojekte befinden sich gemäß angeführtem Zeitplan bereits in Umsetzung. Weitere Details zu den Maßnahmen finden sich auch im Entwurf des integrierten Nationalen Klima- und Energieplans, der Ende 2018 an die Europäische Kommission übermittelt wurde. Aktuell arbeitet das Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus an der Konkretisierung dieses Plans sowie an dessen Umsetzung.

Zu den Fragen 12 und 13:

- Immer noch wird das Gros der österreichischen Hotels mit Öl befeuert. Wie hoch ist der Anteil an Null-Energie-Hotels in Österreich?
- Wie hoch ist der Anteil an Hotels, deren Heizungsanlagen mit erneuerbaren Energien laufen?

Laut Österreichischer Energieagentur lag der Anteil an erneuerbaren Energieträgern für die Beheizung in der Beherbergung im Jahr 2016 bei 36 Prozent der eingesetzten Wärmeenergie. Nähere Informationen liegen dem Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus nicht vor.

Zur Frage 14:

- Der Weg zur nachhaltigsten Tourismusdestination fängt mit der Erreichbarkeit an. Der Wintertourismus, einer der stärksten Faktoren, wird von den Gästen zu über 75% mit dem privaten PKW erreicht. Hier braucht es einen enormen Schub von infrastrukturellen Maßnahmen um diesen Prozentsatz zu drücken. Nur so kann es gelingen, den ökologischen Teil zum angestrebten Indikatorensystem zu befüllen.
Welche konkreten Maßnahmen in Zusammenarbeit mit dem BMVIT sind in diesem Bereich seitens des BMNT geplant?

Es werden seit vielen Jahren kontinuierlich Maßnahmen zur besseren Vernetzung zwischen Tourismus und Verkehr sowie zur stärkeren Bewusstseinsbildung für die Notwendigkeit von Mobilitätslösungen im Tourismus gesetzt. 2013 wurde eine Arbeitsgruppe zum Thema „nachhaltige Mobilität im Tourismus“ mit Vertreterinnen und Vertretern der zuständigen Ressorts eingerichtet. Seitdem werden gemeinsame Informationsveranstaltungen und Workshops organisiert (z.B. Tourismus-Mobilitätstage, Plattform „Nachhaltige Mobilität im Tourismus“, „Rail Tour für Touristiker“), Broschüren herausgegeben (z. B. Anleitung „Wie wird meine Tourismusdestination nachhaltig mobil“, Leitfaden „Nachhaltige Mobilität im Tourismus“), Fachvorträge gehalten und Artikel in Fachmedien verfasst.

Mit dem klimaaktiv mobil Programm „Mobilitätsmanagement für Tourismus und Freizeit“ unterstützt das Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus Österreichs Tourismus- und Freizeitorisationen bei der Entwicklung und Umsetzung von Projekten für saubere, CO₂-arme Mobilität. Rund 900 klimaaktiv mobil Projekte von Tourismus- und Freizeitorisationen wurden zwischen 2004 und 2018 umgesetzt.

Zur Frage 15:

- Beim Thema "Sharing Economy" ist eine Abstimmung mit den Bundesländern für eine bundesweite Lösung geplant. Vor dem Hintergrund, dass die Bundesländer Tirol und Salzburg bereits eigene Gesetze planen, wie weit ist man hier bereits in der Abstimmung?

In den letzten Jahren ist die Vermietung von Zimmern über Airbnb und andere Online-Plattformen rasant gewachsen. Mittlerweile übernachten pro Jahr über eine Million Gäste allein via Airbnb in Österreich. Das ist eine relevante Größenordnung im Tourismus. Vor allem in touristischen Regionen gibt es mittlerweile eine starke Schieflage zwischen gewerblichen Vermieterinnen und Vermietern, die ihre Steuern zahlen und Vermietungen über Plattformen, über die oftmals keine Steuern und Abgaben abgeliefert werden.

Im Aktionsplan des „Plan T – Masterplan für Tourismus“ ist ein konkretes Maßnahmenpaket dazu enthalten, an welchem in enger Abstimmung mit den Bundesländern intensiv gearbeitet wird.

Zur Frage 16:

- Um Österreich als die Kulinarik-Destination zu positionieren soll es zu einer Neuaufstellung des Netzwerks Kulinarik kommen. Darüber hinaus soll es Workshops zur Vernetzung der Akteur_innen im Bereich Kulinarik und Tourismus geben. Welche konkreten Schritte in Richtung Neuaufstellung des Netzwerks Kulinarik sind hier geplant?

2018 fand eine umfassende interne Evaluierung des Netzwerks Kulinarik statt. In enger Zusammenarbeit mit dem Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus wurde daraufhin eine Neuausrichtung vorgenommen und der Weg für die neue Kulinarik- und Qualitätsstrategie festgelegt.

Als strategische Plattform für die Zusammenarbeit von Kulinarik-Initiativen auf Bundes-, Landes- und regionaler Ebene wurde die „Vernetzungsstelle“ neu aufgestellt. Diese hat die Aufgabe alle Akteurinnen und Akteure entlang der Wertschöpfungskette zu unterstützen und Projekte durch Cluster umzusetzen.

Um Österreich als „die“ Kulinarik-Destination zu positionieren ist eine vertiefte Zusammenarbeit sowie ein regelmäßiger Austausch mit den relevanten Tourismusorganisationen geplant.

2019 werden in diesem Bereich folgende Schwerpunkte gesetzt:

- Ausarbeitung einer Kommunikationsstrategie gemeinsam mit dem Tourismus
- Fotoshootings in den Regionen gemeinsam mit dem Tourismus und Erstellung einer Fotodatenbank
- Forcierung aktiver Kooperationen zwischen Kulinarik und Tourismus durch Workshops zur Vernetzung und gemeinsame Angebotsentwicklung
- Fachexkursionen mit Akteurinnen und Akteuren in eine Best-Practice-Region
- Durchführung von regionaler Pressearbeit, Storytelling sowie Erstellung eines österreichweiten Veranstaltungskalenders und einer kulinarischen Landkarte gemeinsam mit dem Tourismus
- Neukonzeption von bestehenden Kulinarik-Veranstaltungen und Entwicklung von neuen Veranstaltungsformaten

Zur Frage 17:

- Welche konkreten Initiativen sind für den Arbeitsmarkt in Abstimmung und Zusammenarbeit mit anderen Ministerien (abseits der Reform der Rot-Weiß-RotKarte) seitens des BMNT geplant?

Der Mitarbeiterinnen- und Mitarbeitermangel im Tourismus ist eine große Herausforderung, daher werden viele Maßnahmen gesetzt, um diesem entgegen zu wirken. Nach der Reform der Rot-Weiß-Rot-Karte und der Regionalisierung und Erweiterung der Mangelberufsliste – mittlerweile steht die Berufsgruppe „Koch/Köchin“ auf der nationalen Mangelberufsliste – wurden mit der neuen Verordnung für die befristete Beschäftigung von Drittstaatangehörigen im Tourismus und in der Land- und Forstwirtschaft im Jahr 2019 die Kontingente für das ganze Jahr geregelt. Somit gibt es keine getrennten Verordnungen zu Winter- und Sommerkontingenten mehr. Die Verordnung ist zudem flexibel gestaltet und zielt nicht mehr auf den Monatsstichtag ab, sondern auf einen Jahresstichtag. Die Kontingente können in auslastungsstarken Monaten um bis zu 20 Prozent überzogen werden, wodurch den Tourismusbetrieben mehr Spielraum bleibt. Darüber hinaus ist es gelungen, die Kontingente aufzustocken. Im Tourismus werden nach der Begutachtung ganzjährig 1.263 Arbeitskräfte zur Verfügung stehen. Seitens des Bundesministeriums für Nachhaltigkeit und Tourismus sind für Herbst 2019 Workshops mit den Sozialpartnern zu den branchenspezifischen Herausforderungen für den Arbeitsmarkt geplant.

Zur Frage 18:

- Das Thema Overtourism wird im Plan T nicht angesprochen. Ist dieses Thema aus Sicht des BMNT ausschließlich Aufgabe der Länder bzw. der Destinationen?
 - a. Falls nein, welche konkreten Maßnahmen plant man seitens des BMNT, um diesem Problem auf Bundesebene zu begegnen?

Das Thema Overtourism ist im Masterplan verankert, denn in der Tourismuspolitik geht es nicht nur um die Zufriedenheit der Gäste, sondern auch um jene der lokalen Bevölkerung. Tourismus sollte nicht so weit gehen, dass die Bedürfnisse der Einheimischen den touristischen Interessen widersprechen. Das ist ein klares Bekenntnis zu einem harmonischen Miteinander von Gästen und Bevölkerung. Die konkrete Umsetzung dieses Paradigmenwechsels muss auf allen Ebenen erfolgen. Der „Plan T – Masterplan für Tourismus“ leistet hier einen wichtigen Beitrag zur Bewusstseinsbildung.

Zur Frage 19:

- Die Ratenparität wird von den Reiseplattformen schon längst untergraben und gewinnt mit den booking basic-Vorfällen aktuell wieder an Brisanz. Welche Maßnahmen werden seitens des BMNT ergriffen, um diesem Problem zu begegnen?

Faire Wettbewerbsbedingungen sind eine Grundvoraussetzung für die positive Entwicklung des Tourismusstandortes. Das Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus ist mit dem zuständigen Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort in Kontakt, um wettbewerbswidrige Praktiken rechtzeitig zu erkennen und entsprechende Maßnahmen zu setzen.

Zur Frage 20:

- Der bürokratische Aufwand als Folge der nachweislich kompliziertesten Lohnverrechnung im EU-Raum ist hierzulande enorm. Dem sollte in einer so mitarbeiterintensiven Branche dringend abgeholfen werden. Insbesondere beim Handling des Arbeitszeitgesetzes und bei der Abrechnung der Ruhezeitkonten stoßen die Saisonbetriebe bereits an ihre Grenzen. Welche Maßnahmen sind diesbezüglich seitens des BMNT geplant?

Die in diesem Jahr präsentierte Steuerreform würde auch Maßnahmen enthalten, um den bürokratischen Aufwand für Betriebe zu reduzieren. Mit der Modernisierung und Vereinfachung des Steuerrechts würde zum Beispiel die Anwenderfreundlichkeit des Steuerrechts erhöht und die Vollziehung erleichtert. Zur steuerlichen Gewinnermittlung würde zum Beispiel die „UGB-Bilanz“ und die „Steuerbilanz“ stärker zusammengeführt („Einheitsbilanz“). Damit sollte der Verwaltungs- und Beratungsaufwand für Unternehmen

deutlich reduziert werden. Außerdem wären Vereinfachungen bei der Lohnverrechnung geplant. Es sollte zum Beispiel ein durchgängig einheitliches Verfahrensrecht für alle Abgaben und Beiträge eingeführt werden. Weiters würde durch eine einheitliche Besteuerung mittels pauschalen Steuersatzes eine massive Vereinfachung und Vermeidung von Abgrenzungsschwierigkeiten erreicht.

Das Arbeitszeitgesetz fällt in den Zuständigkeitsbereich des Bundesministeriums für Arbeit, Soziales, Gesundheit und Konsumentenschutz.

Zur Frage 21:

- Betriebsstilllegungen und Übergaben erleichtern. Österreich hat über 30.000 Gästebetten zu viel. Das sind jene Betriebe, die es sich nicht leisten können zuzusperren, da sie ansonsten nur in die Insolvenz gehen können. Um dem entgegenzuwirken braucht es Erleichterungen für Betriebsstilllegungen, damit hier eine höhere Wertschöpfung und Preisdurchsetzungsrate für die "gesunden" Betriebe funktionieren kann. Gleichzeitig muss diese investitionsintensive Branche weiter in die Zukunft und in ihre Hardware investieren können, um Betriebsübergaben auch für die Zukunft garantieren zu können. Es braucht also eine funktionale Abschreibungsdauer. Welche Maßnahmen sind vor diesem Hintergrund seitens des BMNT geplant?

Mit der Rücknahme der Umsatzsteuererhöhung von 13 auf 10 Prozent auf Übernachtungen wurde im Tourismus mehr Freiraum für Unternehmerinnen und Unternehmer für Investitionen geschaffen und die Wettbewerbsfähigkeit erhöht. Der neue Steuersatz gilt seit 1. November 2018 und brachte damit ab der Wintersaison 2018/2019 Erleichterungen für die österreichische Tourismusbranche.

Von der in diesem Jahr präsentierten Steuerreform sollte auch die Tourismusbranche profitieren: Die Entlastung niedriger Einkommen, die Erhöhung der Kleinunternehmengrenze und einfache Pauschalierung, die Erhöhung der Grenze von geringwertigen Wirtschaftsgütern, die Erhöhung der Werbungskostenpauschale und die Senkung der Körperschaftsteuer sind nur einige der Maßnahmen, von denen auch und besonders die Unternehmerinnen und Unternehmer, aber auch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Tourismus profitieren würden.

Zur Frage 22:

- Das Tourismus Satellitenkonto (TSA) misst die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus und seiner Wertschöpfung. Die Länder verwenden derzeit eigene Messgrößen und Wertschöpfungssysteme. Welche Maßnahmen sind seitens des BMNT geplant, damit alle Länder das Tourismus Satellitenkonto (TSA) einführen?

Für eine zielgerichtete Tourismuspolitik braucht es Instrumente, die ein umfassendes Bild und eine ganzheitliche Betrachtung der österreichischen Tourismusbranche erlauben. Daher sollen zukünftig mit einem neuen Indikatorenset alle Aspekte der Entwicklung beleuchtet werden. Ein Fokus wird dabei auf dem Tourismus-Satellitenkonto liegen. Der Bund und einige Bundesländer verwenden bereits diese Berechnungsmethode. Am 5. April 2019 wurde das Thema Tourismus Satellitenkonto bei der Konferenz der Landestourismusreferentinnen und -referenten diskutiert. Das gemeinsame Ziel ist es ein einheitliches und vergleichbares System zu entwickeln.

Elisabeth Köstinger

