

Tourismus und Freizeitwirtschaft

Österreich 2017

Impressum

Medieninhaber, Verleger und Herausgeber:

Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus

Stubenring 1, 1011 Wien



bmnt.gv.at/tourismus

Für den Inhalt verantwortlich: Sektionsschefin Mag. Ulrike Rauch-Keschmann, Sektion VII – Tourismus und Regionalpolitik

Redaktion: Claudia Priglhuber, Abteilung VII/1

Gestaltung: Egger & Lerch Corporate Publishing

Fotos: Andreas Hollinger (S. 1), BMNT/Paul Gruber (S. 3), [shutterstock.com](https://www.shutterstock.com)/ElenaZet (S. 8), Parlamentsdirektion/Johannes Zinner (S.9), Österreich Werbung (S.11), ÖW/Wolfgang Zajc (S. 13), ÖW/Peter Burgstaller (S. 37, 43), Salzburgerland/Franco Cogoli (S. 38), ÖW, Mooslechner (S. 48), TSG-Tourismus-Salzburg-GmbH, ideenwerk-werbeagentur (S. 50), Andreas Schalber/Bauernhof Wachter (S. 52–53), Österreichischer Alpenverein (S. 55), Österreich Werbung/Tine Steinthaler (S. 56), Österreich Werbung/Popp-Hackner (S. 65), UNWTO (S. 68), BMNT (S. 70), ÖW/Sebastian Stiphout (S. 71), Stem Media (S. 74), ÖW/Frank Sperling (S. 74), Chloe Gunning (S. 75), Austrian Tourist Office/David Plakke (S. 75), ÖW/Pierre Planchenault (S. 76), ÖW/Christian Lendl (S. 76), Michele Novaga (S. 77), Österreich Werbung (S. 77)

	<p>Gilt für Druckversion: Dieses Feld nicht löschen! Dieses Feld dient als Platzhalter für die Originalversionen von Umweltzeichen, Umweltzeichentext und PEFC-Siegel. Dieser Platzhalter zeigt deren Stand und wird von der Druckerei durch die entsprechenden Originalelemente ersetzt.</p>	
	<p>Gilt für Onlineversion: Dieses Feld bitte löschen!</p>	

Alle Rechte vorbehalten
Wien, Oktober 2018

Inhalt

Vorwort	6
Einleitung	6
1 Tourismuspolitik	7
1.1 Tourismusausschuss des Nationalrats.....	8
1.2 Digitalisierungsstrategie für den österreichischen Tourismus.....	9
1.3 Die 1. Österreichischen Tourismustage 2017.....	11
1.4 Pauschalreiserichtlinie.....	11
2 Tourismusbilanz	13
2.1 Der österreichische Tourismus im gesamtwirtschaftlichen Umfeld.....	14
2.2 Die Situation der österreichischen Tourismuswirtschaft.....	16
2.3 Entwicklung und Struktur der Tourismuswirtschaft.....	20
2.4 Angebotsaspekte des Beherbergungs- und Gaststättenwesens.....	24
2.5 Die Bedeutung der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Österreich.....	25
2.5 Ausblick 2018.....	31
3 Arbeitsmarkt	37
3.1 Der touristische Arbeitsmarkt im Überblick.....	38
3.2 Berufsorientierung im Tourismus.....	40
4 Themenfelder	43
4.1 Film & Tourismus in Österreich.....	44
4.2 „Forschungskompetenzen für die Wirtschaft“.....	44
4.3 Nachhaltigkeit im Tourismus.....	45
4.4 Nachhaltige Mobilität im Tourismus	46
4.5 Alpenweiter Tourismus-Mobilitätstag in Werfenweng, Salzburg	46
4.6 Plattform „Nachhaltige Mobilität im Tourismus“.....	47
4.7 Rail Tour für Touristikerinnen und Touristiker.....	47
4.8 Internationales Jahr des Nachhaltigen Tourismus für Entwicklung 2017.....	47
4.9 Radtourismus in Österreich.....	49

4.10 Vermittlung in Konfliktfällen.....	49
4.11 Urlaub am Bauernhof.....	50
4.12 Reisebürobranche.....	54
5 Förderungen.....	55
5.1 Förderungen für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft.....	56
5.2 Investitionen im Tourismus – Aus „Boom“ wird „Trend“.....	60
6 Internationale Beziehungen.....	65
6.1 Europäische Union.....	66
6.2 Markroregionale Strategien	67
6.3 UNWTO Welttourismusorganisation.....	68
6.4 (OECD) Organisation für wirtschaftliche Entwicklung und Zusammenarbeit.....	69
6.5 Bilaterale Beziehungen	69
6.6 Tourismusjahr Österreich-Russland 2017	70
7 Österreich Werbung.....	71
7.1 Die Österreich Werbung.....	72
7.2 Internationalisierung und Digitalisierung.....	74
Literaturverzeichnis.....	78

Tourismus nachhaltig weiterentwickeln

Mit großer Freude habe ich Anfang dieses Jahres das Amt der Tourismusministerin übernommen. Österreich ist ein beliebtes Urlaubsziel und zählt zu den erfolgreichsten Destinationen weltweit. Eindrucksvolle Berge, saubere Seen und eine jahrhundertealte Geschichte bilden die Grundlage dieses Erfolgs, sind alleine aber nicht ausreichend. Tourismus ist ein Gesamtkunstwerk, das in erster Linie vom Menschen abhängt: von den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in den Betrieben, den Destinationen und der gesamten Freizeitwirtschaft, aber auch von den Bäuerinnen und Bauern, die den Reiz unserer wertvollen Kulturlandschaft erhalten. Dieser engen Verknüpfung von Tourismus, Landwirtschaft und Umwelt tragen wir Rechnung, indem diese Themen nun in einem Ministerium vereint sind – wir haben zusammengefügt, was zusammengehört.

2017 war ein Jahr gutes Jahr für den heimischen Tourismus. Noch nie wurden so viele Urlauberinnen und Urlauber begrüßt und noch nie konnten so viele Nächtigungen gezählt werden. Dieser positive Trend setzt sich bis heute fort. Die Wintersaison 2017/18 schloss mit einem Nächtigungsplus von fast 5 Prozent ab und auch der heurige Sommer weist deutliche Zuwachsraten auf. Diese Rekorde sind das Ergebnis der guten Kooperation im österreichischen Tourismus und der Innovationskraft der gesamten Branche: von der hohen Qualität der Ausbildung über die Kreativität und den Fleiß unserer Betriebe bis hin zur professionellen Vermarktung des Reiseziels Österreich.

Mein Ziel als Bundesministerin und als Präsidentin der Österreich Werbung ist es, diesen Weg konsequent weiterzuentwickeln und so die Rahmenbedingungen für künftige Erfolge zu schaffen. Deshalb haben wir im Regierungsprogramm auch die Erarbeitung einer neuen Tourismusstrategie vereinbart. Die Arbeiten dazu laufen ja bereits auf Hochtouren. In den kommenden Monaten werden wir gemeinsam mit den Ländern, den Destinationen, mit Unternehmerinnen und Unternehmern, aber auch mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern daran arbeiten, den Tourismusstandort Österreich fit für die Zukunft zu machen.

All jenen, die am Erfolg des Tourismus im letzten Jahr mitgewirkt haben, möchte ich herzlich Danke sagen und ich freue mich auf die Zusammenarbeit mit den Touristikerinnen und Touristikern.



Elisabeth Köstinger
Bundesministerin für
Nachhaltigkeit und Tourismus

Aufwärtstrend setzte sich 2017 fort

Der Tourismus in Österreich ist eine Erfolgsgeschichte. Der vorliegende Bericht dokumentiert die positive Entwicklung des Sektors im Jahr 2017 eindrucksvoll: Mit 144,4 Millionen Nächtigungen konnte das gute Vorjahresergebnis nochmals um 2,5 Prozent übertroffen werden. Auch die Zahl der Gäste lag um 3,8 Prozent über dem Jahr 2016. Deutschland blieb mit fast 54 Millionen Nächtigungen mit Abstand der wichtigste Herkunftsmarkt und konnte 2017 nochmals um 1,7 Prozent zulegen. Hohe Zuwachsraten konnten auch zum Beispiel aus den Nachbarländern Tschechien mit plus 6,3 Prozent Ungarn mit plus 5,7 Prozent verzeichnet werden. Beim wichtigen russischen Markt konnte sogar ein Nächtigungsplus von 18,3 Prozent erzielt werden.

Mit 75 Millionen entfallen mehr als die Hälfte aller Nächtigungen auf die Bundesländer Tirol und Salzburg. Diese Zahl unterstreicht die wichtige Rolle des Tourismus für die positive Entwicklung des gesamten ländlichen Raums. In diesem vernetzten Sinne ist Tourismuspolitik auch ganz klar als Regionalpolitik zu verstehen.

Auch 2018 entwickelt sich erfreulich. Deutliche Zuwächse bei Nächtigungen und Gästen zeugen von einer zunehmenden Beliebtheit des Tourismuslands Österreich.

Garant für den nachhaltigen Erfolg des Tourismus sind die österreichischen Betriebe. Damit diese sich gesund weiterentwickeln können, wurden in Kooperation mit der Österreichischen Hotel- und Tourismusbank Instrumente geschaffen, mit welchen die vorwiegend klein- und mittelständisch organisierten Betriebe zielgerichtet unterstützt werden können. Ein Investitionsrekord im Jahr 2017 zeugt vom Erfolg dieser Maßnahmen.

Um international langfristig wettbewerbsfähig zu bleiben, muss weiter in Qualität, den Ausbau des heimischen Angebotes und in die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter investiert werden. Neben dieser Weiterentwicklung auf betrieblicher und regionaler Ebene ist das Zusammenführen von Angebot und Nachfrage von zentraler Bedeutung. Durch professionelle Vermarktungsstrategien – wie u. a. durch die Österreich Werbung – können neue Zielgruppen erschlossen und bestehende noch stärker an Österreich gebunden werden.

1

Tourismuspolitik





1.1 Tourismusausschuss des Nationalrats

Seit 2006 ist für den Tourismus ein eigener Ausschuss eingesetzt, im Jahr 2017 tagte er zweimal. In der Sitzung am 22. März 2017 wurde das Tourismusjahr Österreich-Russland 2017 ausführlich diskutiert. Zur aktuellen Aussprache wurden der russische Botschafter Dmitrij Ljubinskij und die Geschäftsführerin der Österreich Werbung, Dr. Petra Stolba, eingeladen. Das gemeinsame Tourismusjahr verfolgte das Ziel, die Zahl russischer Gäste in Österreich zu erhöhen und gleichzeitig auch Russland als Destination für österreichische Touristen und Touristinnen zu bewerben.

Am 30. Mai 2017 wurde der Bericht über die Lage der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Österreich 2016 diskutiert. Dazu wurden die Experten Univ.-Prof. Dr. Egon Smeral (Modul University), Dr. Oliver Fritz, PhD (WIFO) sowie Dr. Peter Laimer (Statistik Austria) als Auskunftspersonen eingeladen. Der Bericht wurde nach eingehender Debatte im Ausschuss in der Plenarsitzung des Nationalrats am 7. Juni 2017 enderledigt.

Für die laufende Legislaturperiode wurde wiederum ein Tourismusausschuss eingerichtet, am 21. Dezember 2017 hielt er seine konstituierende Sitzung ab.¹ Die Mitglieder des Tourismusausschusses und weitere Informationen über die Tätigkeiten des Ausschusses finden Sie auf der Homepage des Parlaments unter www.parlament.gv.at.

¹ Im Frühjahr 2018 tagte der Tourismusausschuss am 13. März zum Thema Rücknahme des Umsatzsteuersatzes von 13% auf 10% ab November 2018. Diese Novelle wurde am 21. März 2018 im Nationalrat beschlossen.

Schriftliche parlamentarische Anfragen

2017 wurden folgende schriftliche parlamentarische Anfragen mit explizitem Tourismusbezug an den Bundesminister für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft gerichtet:

- Projekte und Maßnahmen im Bereich des „e-Tourismus“ im Jahr 2016
- Prekäre finanzielle Lage vieler österreichischer Hoteliers
- Wirtesterben
- Möglicher Imageschaden für den heimischen Tourismus durch das Anbieten ausländischer Produkte im Tirolberg
- Beschäftigungsbonus
- Investitionszuwachsprämie
- Bürokratie im Tourismus
- Wert der Kulturlandschaft im ländlichen Raum für den heimischen Tourismus
- Nächtigungsrückgänge in der Wintersaison 2016/17
- Qualitätsverbesserung der Gastronomiebetriebe im ländlichen Raum

Die Antworten sind auf der Homepage des Parlaments unter www.parlament.gv.at nachzulesen.

1.2 Digitalisierungsstrategie für den österreichischen Tourismus

Der Tourismus erlebt mit der Digitalisierung einen enormen Umbruch, es entstehen neue Geschäftsmodelle und für bestehende Konzepte ist erheblicher Anpassungsbedarf gegeben. Das digitale Nutzungs- und Freizeitverhalten der Gäste ändert sich. „More of the same“ wird in Zukunft nicht reichen. Jedes Unternehmen bzw. jeder Tourismusbetrieb muss die Digitalisierung bestmöglich für seine Geschäftsmodelle nutzen und rechtzeitig in die digitale Infrastruktur und vor allem in die Qualifikation der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter investieren.

Auf Basis der Tourismusstrategie des Bundes wurde daher gemeinsam mit der Wirtschaftskammer Österreich, der Österreich Werbung und der gesamten Tourismusbranche eine neue „Digitalisierungsstrategie für den Tourismus“ mit dem Ziel entwickelt, den Tourismus als Gesamtprodukt zu begreifen und die Möglichkeiten der rasant fortschreitenden Digitalisierung für den Tourismusstandort Österreich optimal zu nutzen. Im Rahmen zweier Stakeholder-Workshops wurde mit rund 100 Teilnehmern und Teilnehmerinnen aus der Tourismuswirtschaft, der Technologiebranche, der Kreativwirtschaft, Bund, Ländern, Interessenvertretungen und der Wissenschaft eine neue Digitalisierungsstrategie für den österreichischen Tourismus erarbeitet.

Diese dient als Handlungsleitfaden, um den digitalen Transformationsprozess als Chance für eine Weiterentwicklung zu nutzen. In drei großen strategischen Zielfeldern wurden insgesamt acht Handlungsfelder definiert und darin 22 Maßnahmen identifiziert, die nun operationalisiert und umgesetzt werden.

Die Strategischen Ziele und Handlungsfelder im Überblick



I. Digitalen Wandel gestalten

1. Daten als Ressource
2. Digitale Infrastruktur
3. Kooperationen und Servicebundles
4. Förderung der digitalen Transformation

II. Innovationskraft der Betriebe stärken

5. Dialog Gast-GastgeberIn
6. Open Innovation

III. Kompetenzen und Prozesse für digitale Transformation schaffen

7. Ausbildung und Arbeitsmarkt
8. Vertrieb, Kommunikation und Marketing

Vorrangige Ziele der Digitalisierungsstrategie sind die Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit (betriebliche Strukturen, Vernetzung, innovative Wertschöpfungsketten, Internationalisierung, ...), die Stärkung der transformativen Wirkung des Tourismus auf andere Wirtschaftsbranchen (Zusammenarbeit mit Handwerk, Gewerbe, Industrie) und eine schnellere Übernahme von Innovation aus anderen Bereichen in die Tourismuswirtschaft.

Die Strategie ist auf der Homepage des BMNT abrufbar:
<http://bit.ly/digitalisierung-bmnt>

1.3 Die 1. Österreichischen Tourismustage 2017

Die Präsentation der Digitalisierungsstrategie für den österreichischen Tourismus erfolgte im Rahmen der „ersten Österreichischen Tourismustage (ÖTT)“ im September 2017 in Linz. Die ÖTT wurden vom Tourismusministerium als gemeinsame Initiative mit der Bundessparte Tourismus- und Freizeitwirtschaft der WKÖ und der ÖW in Kooperation mit dem Ars Electronica Festival in Linz umgesetzt. Die zweitägige Veranstaltung wurde zu einem „place to be“ für die Tourismusbranche. Rund 400 Vertreter und Vertreterinnen – Touristiker und Touristikerinnen, Unternehmer und Unternehmerinnen sowie Interessensvertreter und Interessensvertreterinnen nahmen daran teil.

Die ÖTT 2017 boten den Experten und Expertinnen der Tourismusbranche unter anderem die Gelegenheit, über das enorme Potenzial der Einsatzmöglichkeiten von Blockchain-Technologie im Tourismus zu diskutieren. Anlässlich der Aktualität und Wichtigkeit des Themas für die österreichische Tourismuswirtschaft konnten im Dezember 2017 – im Rahmen der Eröffnungsfeier des neuen Forschungsschwerpunktes „Kryptoökonomie“ an der Wirtschaftsuniversität (WU) in Wien – mittels eines Workshops zwei potenzielle Use Cases für den Tourismus identifiziert werden.



1.4 Pauschalreiserichtlinie

Die bisherige Pauschalreiserichtlinie 90/314/EWG des Rates vom 13. Juni 1990, welche in Österreich neben der Reisebürosicherungsverordnung (RSV - BGBl. II Nr. 316/1999 idF BGBl. II Nr. 96/2013) und der Verordnung über Ausübungsvorschriften für das Reisebürogewerbe (BGBl. II Nr. 401/1998 idF BGBl. II Nr. 469/2009) weitgehend in den §§ 31b bis 31f KSchG umgesetzt wurde, wurde mit Anwendbarkeit der neuen Pauschalreiserichtlinie (EU) 2015/2302 am 1. Juli 2018 aufgehoben. Die Überarbeitung dieser aus dem Jahr 1990 stammenden Richtlinie war aus Sicht der Europäischen Kommission notwendig geworden, um den Anforderungen des Internet-Zeitalters (wie bspw. die Erfassung von Buchungsvorgängen im Internet) und der damit notwendigen Anhebung des Verbraucherschutzniveaus Rechnung zu tragen.

Zur innerstaatlichen Umsetzung der zivilrechtlichen Vorgaben der neuen Richtlinie (EU) 2015/2302 wurde ein eigenes Gesetz, das Bundesgesetz über Pauschalreisen und verbundene Reiseleistungen (Pauschalreisegesetz – PRG) BGBl. I Nr. 50/2017 beschlossen, das am 24. April 2017 im Bundesgesetzblatt veröffentlicht wurde. Das PRG trat mit 1. Juli 2018 in Kraft und ist auf Verträge anwendbar, die ab diesem Zeitpunkt geschlossen werden. Für die Umsetzung der Verpflichtungen zur Insolvenzabsicherung wird die bisherige Reisebürosicherungsverordnung (RSV) neu erlassen werden.

Als wesentliche Neuerungen sind die detailliertere und umfassendere Definition zum Begriff der Pauschalreise, die Einführung der „verbundenen Reiseleistungen“, Bestimmungen über vorvertragliche Informationspflichten als auch die Einführung eigener Standardinformationsblätter zu nennen. Auch der Abschluss von separaten Verträgen mit einzelnen Erbringern von Reiseleistungen sowie click-through-Buchungen können in verschiedenen Konstellationen eine Pauschalreise begründen. Die neuen Rechtsvorschriften beziehen sich allerdings hauptsächlich – wie schon nach der alten RL – auf Pauschalreiseverträge. Hinsichtlich der Verträge über die Vermittlung verbundener Reiseleistungen kommen die Bestimmungen nur eingeschränkt zur Anwendung.

Mit dem neuen Pauschalreisegesetz haben Beherbergungsbetriebe aller Art, die Pauschalreisen und/oder verbundene Reiseleistungen anbieten, neben dem PRG auch die gewerberechtlichen Bestimmungen zu berücksichtigen. Für die Vermittlung und Veranstaltung von Pauschalreisen bedarf es gemäß der GewO 1994 grundsätzlich einer Gewerbeberechtigung für das Gewerbe der Reisebüros (Vgl § 126 GewO 1994). Durch die Novellierungen der GewO 1994 (BGBl. I Nr. 94/2017) wurde jedoch für Gastgewerbetreibende eine Ausnahme für das Anbieten und die Veranstaltung von Pauschalreisen und verbundenen Reiseleistungen geschaffen. Hinsichtlich der Insolvenzabsicherung für Beherbergungsbetriebe wurden im Rahmen einer von der Sektion Tourismus beauftragten Studie sämtliche Optionen von Absicherungssystemen gemäß der RSV geprüft. Auf Basis dieser Erkenntnisse hat die Österreichische Hotel- und Tourismusbank GmbH ein auf die Bedürfnisse österreichischer Beherberger zugeschnittenes Versicherungsmodell entwickelt. Durch einen minimalen Verwaltungsaufwand und geringe Kosten ist dieser Versicherungsvertrag für Privatzimmervermieter, Urlaub-am-Bauernhof-Anbieter und Hotels sämtlicher Kapazitäten und Kategorien gleichermaßen geeignet.

Weiterführende Informationen

- Informationsbroschüren für die Beherbergung: http://bit.ly/pauschalreiserecht_beherbergung
- Informationsbroschüren für die Reisebüros: <http://bit.ly/wko-reisebuero>
- Bundesgesetz über Pauschalreisen und verbundene Reiseleistungen (Pauschalreisegesetz – PRG): [http:// bit.ly/bundesgesetz_reiseleistungen](http://bit.ly/bundesgesetz_reiseleistungen)
- Richtlinie (EU) 2015/2302: http://bit.ly/richtlinien_eu_pauschalreisen
- Richtlinie 90/314/EWG: http://bit.ly/richtlinien_ewg
- Versicherungsmodell der ÖHT: www.tourismusversicherung.at

2 Tourismusbilanz



2.1 Der österreichische Tourismus im gesamtwirtschaftlichen Umfeld

Autoren: Dr. Oliver Fritz, PhD
(WIFO), Dr. Peter Laimer,
Mag. (FH) Jürgen Weiß
(Statistik Austria), Univ.-Prof.
Dr. Egon Smeral (Modul
University). März 2018

Erholung der Weltwirtschaft stärker als erwartet.

Mit Jahresbeginn 2017 gewann der internationale Konjunkturaufschwung deutlich an Kraft. Nach nur mäßigen Wachstumsraten in den letzten Jahren setzte im Vorjahr eine signifikante Belebung des Welthandels und der internationalen Wirtschaft ein. Treibende Kräfte für diese Erholung des Welthandels waren in erster Linie China, aber auch andere asiatische Schwellenländer. Im Zuge des internationalen Wirtschaftsaufschwungs erholten sich auch die Rohstoffpreise, die zu einer deutlichen konjunkturellen Belebung in den rohstoffexportierenden Schwellenländern führte. Die weltweite wirtschaftliche Dynamik festigte sich im Frühjahr 2017 weiterhin und verstärkte sich im Sommer und Herbst 2017 zumal der Aufschwung breit gefächert ist und über die Handelsverflechtung auch viele Länder nahezu gleichzeitig erfasste. Mit einem weiteren Anhalten der Dynamik für 2018 wird gerechnet.

Der deutliche und über den Erwartungen liegende internationale Konjunkturaufschwung veranlasste auch die Europäische Kommission (EC) und den Internationalen Währungsfonds (IMF), die Prognose zur Entwicklung der Weltwirtschaft für 2017 auf +3¾% zu erhöhen, für 2018 erwarten die internationalen Institutionen ein Wachstum von +4% (EC, 2018; IMF, 2018). Die Revision erfolgte aufgrund der Erholung der Investitionen, des Außenhandels und der Industrieproduktion sowie der Festigung des Konsumenten- und Unternehmensvertrauens.

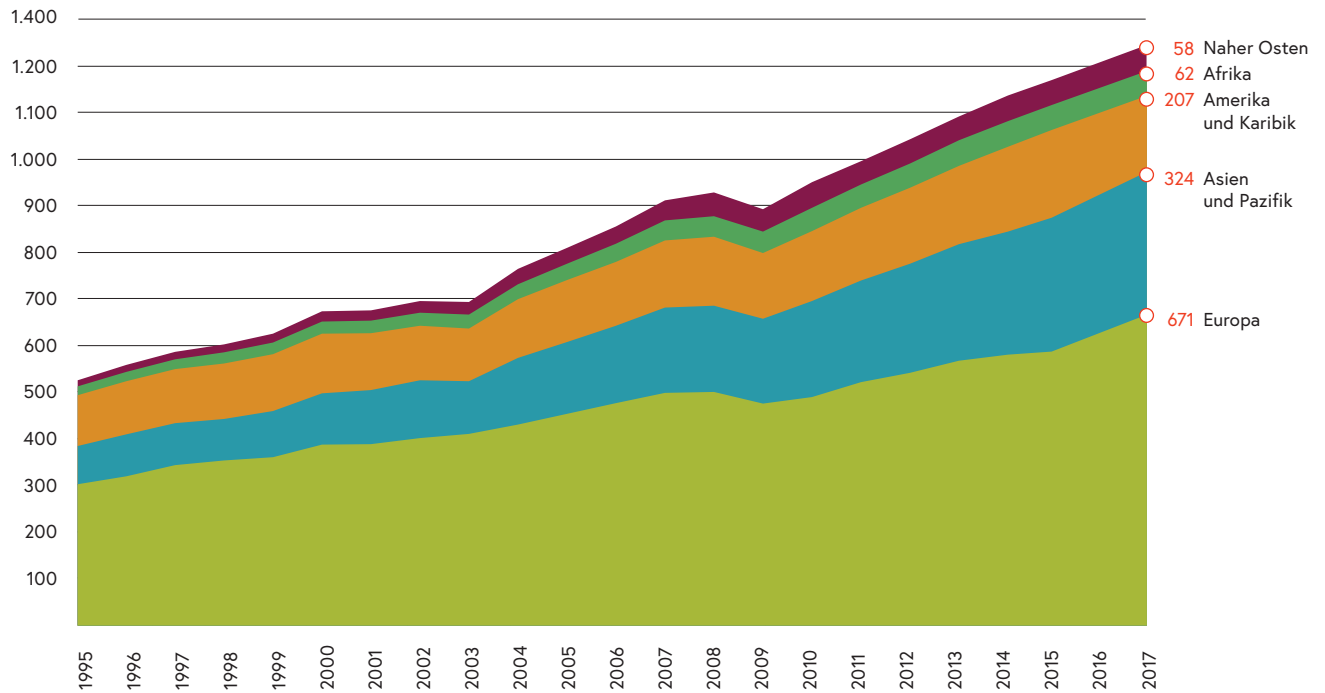
Für den Euro-Raum hatten sich die Wachstumsaussichten im Jahresverlauf 2017 kontinuierlich verbessert, wodurch die Probleme im Bankenbereich sowie in den hochverschuldeten Ländern verringert werden konnten. Die deutliche Verbesserung der wirtschaftlichen Lage wirkte sich auch positiv auf die Stimmungsindikatoren aus. Das reale BIP des Euro-Raums erreichte 2017 mit 2¼% bis 2½% die höchste Wachstumsrate seit zehn Jahren (EC, 2018; Ederer, 2018A und 2018B; IMF, 2018; OECD, 2017), für 2018 wird ein Wachstumstempo in einer ähnlichen Größenordnung erwartet. Die Europäische Kommission spricht in diesem Zusammenhang von einer anhaltenden, soliden Expansion (EC, 2018). Die robuste Wachstumsdynamik begünstigte die Ausweitung der Beschäftigung, so dass die Arbeitslosenquote auf ihr niedrigstes Niveau seit dem Beginn des Jahres 2009 zurückging.

In Österreich wächst die Wirtschaft anhaltend kräftig, dabei wird die Expansion von allen Nachfrageaggregaten getragen (Ederer, 2018B). Im Jahr 2017 wurde ein BIP-Wachstum von +3% erzielt, auch für 2018 wird mit einem ähnlichen Wachstumstempo gerechnet.

Welttourismus erzielte 2017 das höchste Wachstum seit zehn Jahren

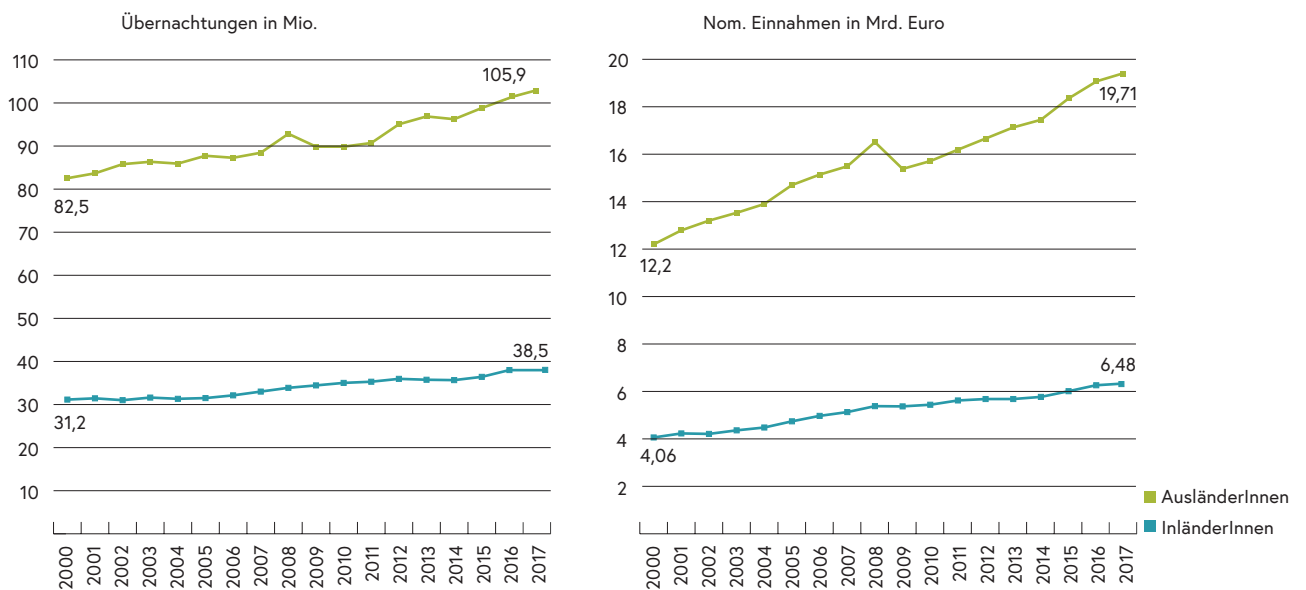
2016 bewirkte das schwierige internationale Umfeld, aber auch die Wachstumsabschwächung der internationalen Touristenankünfte in Europa eine globale Dämpfung der Dynamik derselben. Die deutliche Verbesserung der gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen im

Abbildung 1: Entwicklung der internationalen Touristenankünfte nach Welt-Subregionen, 1995–2017 in Mio.



Quelle: UNWTO

Abbildung 2: Entwicklung der Übernachtungen und Einnahmen im österreichischen Tourismus, 2000–2017



Quelle: Statistik Austria, OeNB, WIFO, WDS – WIFO-Daten-System, Macrobond. Übernachtungen 2017: vorläufige Werte. Einnahmen: einschließlich des internationalen Personentransportes; 2017: Schätzung.

Laufe des Jahres 2017 wirken sich vorteilhaft auf die internationale Tourismusedwicklung aus. So zogen weltweit die internationalen Touristenankünfte aufgrund der konjunkturellen Erholung mit +6,7% (2016 +3,9%) deutlich an und erzielten damit den höchsten Zuwachs seit 2007 (UNWTO, 2018).

Alle touristischen Welt-Subregionen zeigten 2017 eine deutliche Zunahme gegenüber dem Vorjahr (UNWTO, 2018), allen voran Europa (+8,4%) und Afrika (+7,9%), gefolgt von Asien und dem Pazifischen Raum (+5,8%), dem Nahen Osten (+4,9%) sowie Nord-, Mittel- und Südamerika einschließlich der Karibik (+2,9%). Das seit 2016 anhaltend schwache Wachstum der amerikanischen Destinationen ist in erster Linie auf die rückläufige Nachfrage nach USA-Reisen (2017 – 4,0%; 2016 – 2,1%) zurückzuführen, wogegen die internationalen Ankünfte im restlichen Amerika und in der Karibik deutlich zunahmen.

Das relativ kräftige Nachfragewachstum in Europa geht in erster Linie auf die Nachfragesteigerung in Südeuropa (+12,6%; Definition laut UNWTO einschließlich Türkei) zurück: Diese starken Zuwächse entstanden zum Teil durch die kräftige Steigerung in der Türkei (+29,5%), welche 2016 starke Einbußen (–23,3%) verzeichnen musste, sowie die politischen Schwierigkeiten in Ägypten und Tunesien, wodurch eine Nachfrageumlenkung zu Gunsten der südeuropäischen EU-Destinationen erwuchs. Zusätzlich stimulierend auf die Reiseströme wirkte sich auch die Erholung der russischen Wirtschaft aus. Weitere Beiträge für die kräftigen Zuwächse 2017 in Europa gingen von der starken Nachfragesteigerung zu Gunsten der Destinationen Frankreich (+8,1%) und Belgien (+11,9%) aus, die 2016 Verluste durch die Terrorattacken hinnehmen mussten (–2,2% bzw. –10,5%).

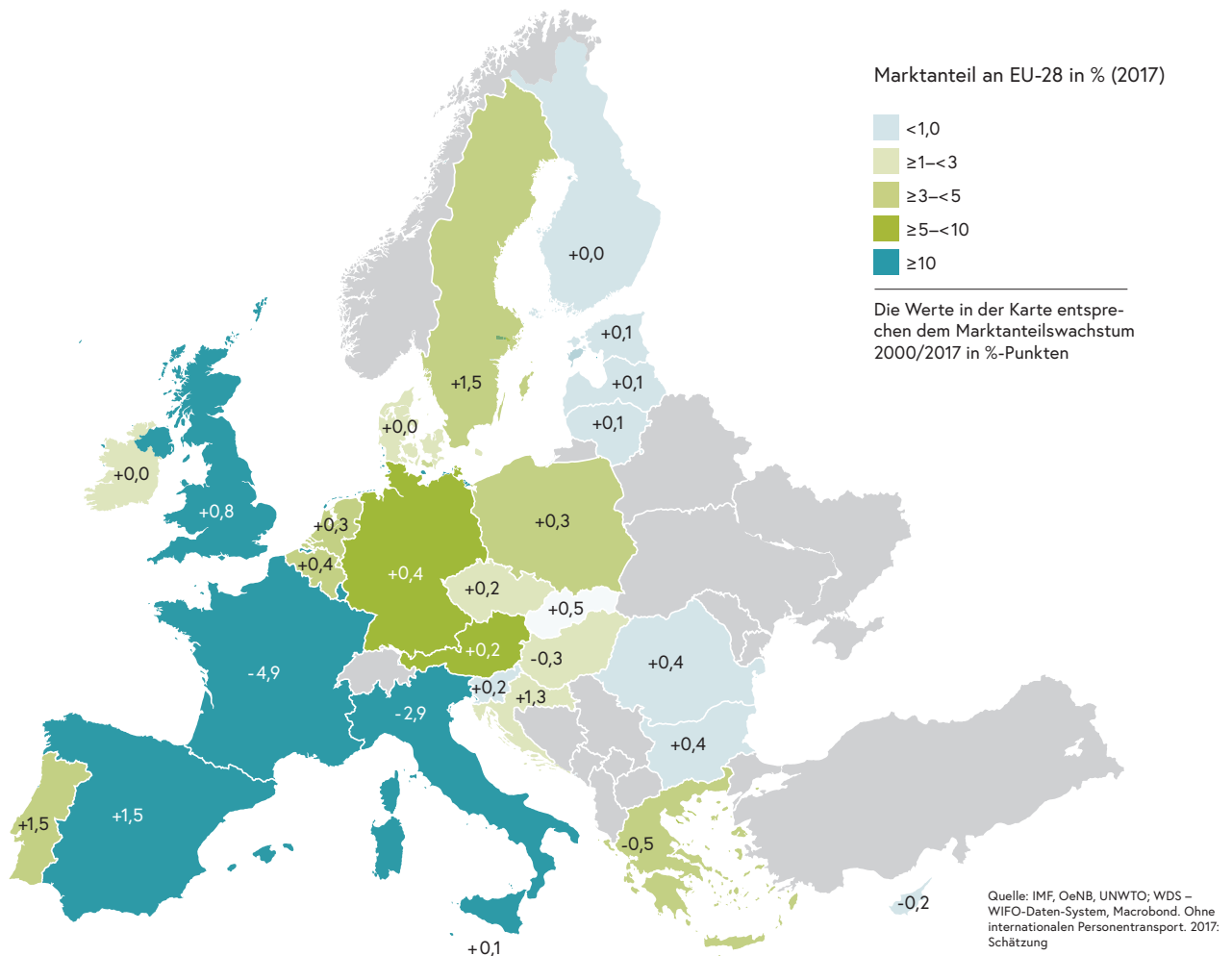
2.2 Die Situation der österreichischen Tourismuswirtschaft

Wachstumsabschwächung der Tourismuskachfrage

Die Übernachtungen im österreichischen Tourismus wuchsen 2017 mit +2,5% deutlich schwächer als im Vorjahr (+4,2%). Trotz der Abschwächung lag das Wachstum aber noch immer wesentlich über dem langfristigen Trendwert seit der Jahrtausendwende (Ø 2000/2017 +1,4% p. a.). Die Zahl der Nächtigungen erreichte ein neues Rekordvolumen von insgesamt 144,44 Mio. und lag damit um knapp 3,6 Mio. über dem bisherigen Höchstwert des Jahres 2016.

Die Abschwächung des touristischen Gesamtwachstums im Jahr 2017 geht nur wenig auf die im Vergleich zu 2016 mäßigere Auslandsnachfrage (aktuell +3,0% gegenüber +4,1% 2016) zurück, sondern erklärt sich vielmehr aus dem Wachstumseinbruch bei Inländernachtigungen (+1,3%; 2016 +4,4%). Offensichtlich hat die günstige konjunkturelle Situation die Österreicher und Österreicherinnen dazu bewogen, zum Teil eher im Ausland gelegene Destinationen aufzusuchen als Inlandsaufenthalte zu tätigen. Es ist bekannt, dass Konsumenten und Konsumentinnen in Aufschwungsphasen eher risikoreichere Auslandsaufenthalte (in Bezug auf Produktqualität, Kostensicherheit) bevorzugen als nahegelegene, bekannte Destinationen, die einen „überraschungsfreien“ Aufenthalt

Abbildung 3: Einnahmenmarktanteil im internationalen europäischen Tourismus



versprechen. Hinsichtlich der relativ geringen Abschwächung der Auslandsnachfrage gegenüber 2016 muss auch das aktuell realisierte hohe Nächtigungsniveau berücksichtigt werden, zumal das Wachstum noch immer doppelt so hoch wie im langfristigen Durchschnitt 2000/2017 (+1,5% pro Jahr) ausfiel. Weiters war die Dynamik der internationalen Nächtigungsnachfrage seit 2000 nur in drei Jahren stärker als 2017. Eine zusätzliche Rolle für die Wachstumsabschwächung dürfte auch die anhaltende Verschlechterung der relativen preislichen Wettbewerbsfähigkeit des österreichischen Tourismusangebotes spielen.

In einer saisonalen Betrachtung zeigte sich eine spürbare Zunahme der Sommernächtigungen (insgesamt +2,8%), während die Nachfrage in der Wintersaison 2016/17 stagnierte (+0,1%). Dieses Entwicklungsmuster wird jedoch nur durch das hohe Gewicht der Ausländernächtigungen unterstützt, da die inländische Nachfrage in der Wintersaison nur schwach und im Sommerhalbjahr kaum anstieg.

Die nominellen Einnahmen im Gesamtreiseverkehr stiegen 2017 preisbedingt mit +3,8% stärker als die Nächtigungen. Preisbereinigt wuchs der Umsatz jedoch

nur sehr gering (+0,7%) und blieb somit hinter der Nächtigungsentwicklung zurück. Ähnliche Wachstumsdiskrepanzen ergaben sich für die Komponenten der Inlands- und Auslandsnachfrage (vergleiche Anhang-Tabelle A1).

In einer langfristigen Betrachtung seit 2000 zeigt sich, dass der reale Gesamtumsatz bis 2017 nur um +0,3% pro Jahr angestiegen ist und hinter der gesamtwirtschaftlichen Dynamik (BIP) zurück blieb (+1,5% p. a.). Wegen des bereits sehr hohen Niveaus der Tourismuswertschöpfung in Österreich mag dies tolerierbar erscheinen, jedoch erzeugt ein längeres Nachhinken eines Sektors hinter der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung einen wachsenden Kosten- und Gewinnruck, der sich negativ auf die Investitionskraft und Wettbewerbsfähigkeit der Betriebe auswirkt.

Der reale Tourismusumsatz bleibt langfristig nicht nur hinter der gesamtwirtschaftlichen Dynamik, sondern auch hinter dem Nächtigungswachstum ($\bar{\sigma}$ 2000/2017 +1,4% p. a.) zurück. Obwohl sich ein Zusammenhang zwischen der Wachstumsdifferenz von Übernachtungen und realen Tourismusumsätzen gegenwärtig nicht eindeutig statistisch belegen lässt, können aufgrund qualifizierter Einschätzungen folgende Hypothesen zur Diskussion gestellt werden:

Eine Hypothese geht davon aus, dass der Wachstumsrückstand auf eine qualitative Verminderung der realisierten Tourismusnachfrage im Allgemeinen zurückzuführen ist, weil die Konsumenten und Konsumentinnen aus Ersparnisgründen billigere Reiseformen sowie -komponenten bevorzugen. Dafür spricht zwar eine steigende Nachfrage nach kostengünstigen Pauschalreisen sowie eine wachsende Zahl an Nchtigungen in Ferienwohnungen, gleichzeitig steigt jedoch die Nachfrage nach Hotels im gehobenen Segment, wobei auch hier zumindest in der Wiener Stadthotellerie ein Preisdruck entstanden ist. So zeigt sich für den Wien Tourismus, dass der reale (VPI-Basis) Beherbergungsumsatz je Nacht im Zeitraum 2000/2017 um insgesamt etwa 7% gesunken ist. Das unterstreicht die Evidenz, dass transparentere Hotelmärkte durch die Informationsverbreitung via Internet (Online-Buchungsportale) einen Preisdruck nach unten erzeugen.

Andererseits muss berücksichtigt werden, dass – im Gegensatz zu den direkt nchtigungsrelevanten Beherbergungsumsätzen der Wiener Hotellerie – in den hier für Gesamtösterreich erfassten Umsätzen auch Ausgaben enthalten sind, die nicht mit Übernachtungen in entgeltlichen Unterkünften zusammenhängen (z. B. Ausgaben von Tagesbesuchern und Tagesbesucherinnen aus den grenznahen ausländischen Regionen), so dass erhebliche Verzerrungen möglich sind, was die Aussagekraft einschränkt.

Marktanteil Österreichs stagniert langfristig

Gemessen an den Tourismusexporten der EU 28 war der Marktanteil Österreichs 2017 sowohl nominell (5,0%) als auch real (4,8%) leicht rückläufig (jeweils – 0,1 Prozentpunkte), nachdem er 2016 etwas angezogen hatte. Langfristig hat sich damit die Bedeutung Österreichs im internationalen europäischen Tourismus (EU 28) seit der Jahrtausendwende kaum verändert (insgesamt +0,2 Prozentpunkte (nominell); Abbildung 3). Weitaus dynamischer entwickelten sich seit 2000 hingegen die nominellen Marktanteile Schwedens

sowie der südeuropäischen Destinationen Portugal, Spanien (jeweils +1,5 Prozentpunkte) und Kroatien (+1,3 Prozentpunkte). Auch die Slowakei (+0,5 Prozentpunkte) sowie Bulgarien, Rumänien, Deutschland und Belgien–Luxemburg (jeweils +0,4 Prozentpunkte) gehören zu den langfristigen Marktanteilsgebern. Zum Teil deutlich an Gewicht an den EU-weiten nominellen Tourismusexporten eingebüßt haben in der Periode 2000/2017 Griechenland, Großbritannien, Italien sowie Frankreich (–0,5 bis – 4,9 Prozentpunkte; Abbildung 3).

Abbildung 4: Entwicklung der Aufenthaltsdauer von in- und ausländischen Gästen in Österreich 1970–2017

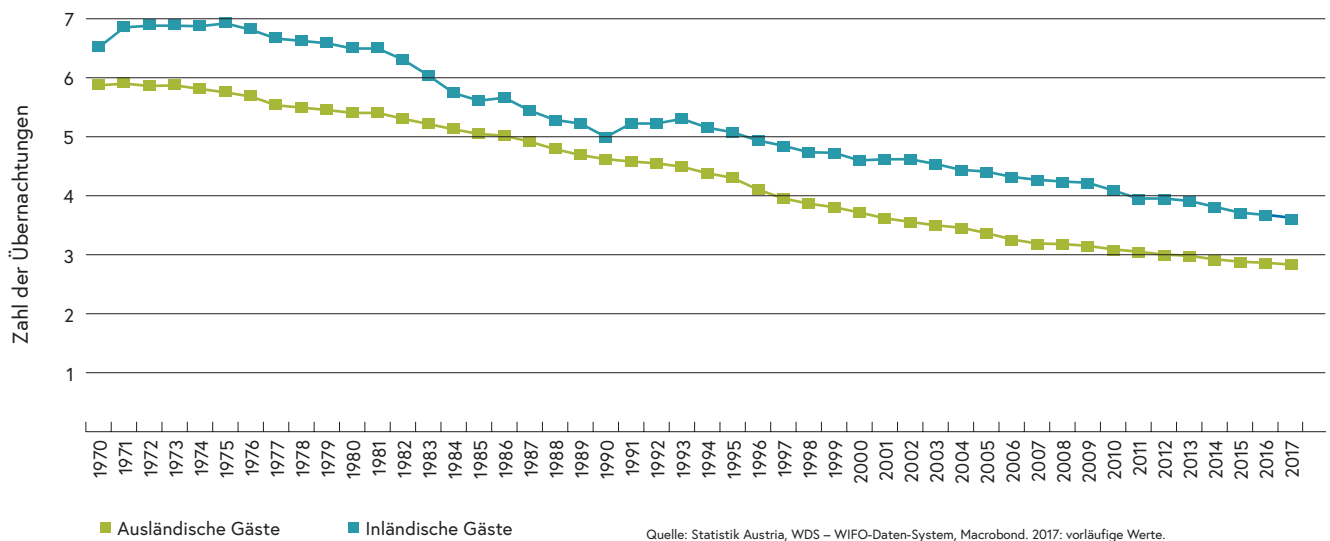


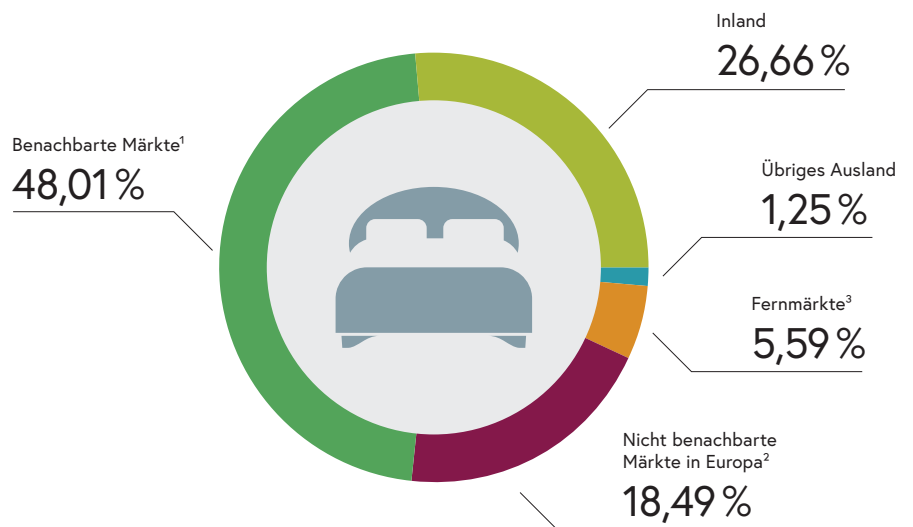
Abbildung 5: Struktur der Übernachtungen in Österreich nach der Entfernung der Herkunftsmärkte 2017

1) Deutschland, Italien, Schweiz, Slowakei, Slowenien, Tschechische Republik, Ungarn.

2) Belgien, Bulgarien, Dänemark, ehemaliges Jugoslawien (Bosnien-Herzegowina, Mazedonien, Serbien, Montenegro), Finnland, Frankreich, Griechenland, Irland, Kroatien, Luxemburg, Niederlande, Norwegen, Polen, Portugal, Rumänien, Russland, Schweden, Spanien, Türkei, Ukraine, Vereinigtes Königreich.

3) Arabische Länder in Asien (Jemen, Bahrein, Irak, Jordanien, Katar, Kuwait, Libanon, Oman, Syrien), Australien, Brasilien, China, Israel, Japan, Indien, Kanada, Neuseeland, Saudi-Arabien, Südkorea, Südostasien (Indonesien, Malaysia, Singapur, Nordkorea, Thailand, Brunei, Kambodscha, Laos, Philippinen, Vietnam), Taiwan, USA, Vereinigte Arabische Emirate, Zentral- und Südamerika (einschließlich Argentinien und Mexiko).

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



2.3 Entwicklung und Struktur der Tourismuswirtschaft

Aufenthaltsdauer und Unterkunft

Aufenthaltsdauer stabil niedrig, Gäste aus Fernmärkten verweilen kürzer, langfristige Marktanteilsgewinne in Top-Hotellerie und Ferienwohnungen.

Laut vorläufiger Beherbergungsstatistik wurden im Kalenderjahr 2017 mit 43,06 Mio. Ankünften (+3,9%) und 144,44 Mio. Übernachtungen (+2,5%; inländische Gäste +1,3%; ausländische Touristen und Touristinnen +3,0%) historische Höchstwerte in entgeltlichen Unterkünften verzeichnet. Die daraus resultierende Aufenthaltsdauer lag – ähnlich wie 2016 – bei 3,4 Nächten. In einem langfristigen Vergleich über die letzten 25 Jahre ging die Kennzahl von 5,1 Nächten (1992) im Durchschnitt um 1,6% pro Jahr zurück. Während inländische Urlauber und Urlauberinnen 2017 nur 2,8 Nächte in Österreich verweilten, waren es bei internationalen Gästen 3,6 (Abbildung 4). Dabei blieben Touristen und Touristinnen aus den Niederlanden (5,1 Nächte), Belgien und Luxemburg (jeweils 4,9 Nächte) sowie Polen (3,8 Nächte) länger als im internationalen Durchschnitt (bei den genannten Herkunftsmärkten handelt es sich oft um Wintergäste, die in der Regel eine Woche am Urlaubsort verbringen). Die Gäste aus Fernmärkten weisen tendenziell kürzere Werte auf (China 1,4 Übernachtungen (ÜN); Indien 1,8 ÜN; Japan 2,1 ÜN; Brasilien 2,4 ÜN), was vor allem darauf zurückzuführen ist, dass sie im Rahmen einer Reise häufig mehrere Destinationen in Europa besuchen. Von den europäischen Österreich-Besuchern blieben 2017 Gäste aus Spanien und Griechenland mit 2,3 bzw. 2,6 Nächten am kürzesten.

In privaten Unterkünften (Privatquartiere, private Ferienwohnungen) tätigten die Gäste 2017 im Schnitt 5,2 Übernachtungen (–0,7% gegenüber 2016), in gewerblichen Quartieren (restliche Unterkünfte) verweilten sie hingegen nur 3,1 Nächte (–1,3%).

Neben dem langjährig zu beobachtenden Trend hin zu kürzeren Reisen lässt die Nächtigungsstatistik keinen Rückschluss über einen Trend zu häufigerem Quartierwechsel innerhalb einer Reise zu, womit sich die rückläufige Aufenthaltsdauer erklären ließe. Ebenso darf die für eine bestimmte Unterkunftsart gemessene Veränderung der Verweildauer nicht mit einer im selben Ausmaß veränderten Aufenthaltsdauer pro Reise gleichgesetzt werden.

Innerhalb der Hotels und ähnlichen Betriebe hat sich über den Zeitraum der letzten 25 Jahre die Nachfrage in Richtung der Top-Hotellerie (5/4-Sterne) verschoben: Mit einem durchschnittlichen jährlichen Nächtigungswachstum von 2,9% stieg der Marktanteil von 31,5% im Jahr 1992 auf 56,4% 2017. Während das 3-Sterne-Segment mit aktuell 32,4% kaum Gewicht einbüßte (1992/2017: insgesamt –3,8 Prozentpunkte) und eine langfristig stabile Nächtigungsnachfrage aufweisen konnte (\emptyset +0,1% p. a.), verloren die 2/1-Stern-Betriebe seit 1992 gut ein Fünftel (–21,0%) ihres Marktanteils, der 2017 nur noch bei 11,2% lag; zudem büßte diese Hotelkategorie jährlich 3,6% an Übernachtungen ein. Stetig steigender Beliebtheit erfreuten sich in den vergangenen 25 Jahren die Ferienwohnungen (gewerblich und privat): Ihr Anteil an den Gesamtnächtigungen betrug 2017 20,3% (1992 9,9%).

Übernachtungen nach Entfernung der Herkunftsmärkte

Touristische Fernmärkte stützen Gesamtnächtigungsentwicklung. Die 2017 gegenüber dem Vorjahr etwas gedämpfte Dynamik in der Nächtigungsnachfrage von insgesamt +2,5% ist auf das unterdurchschnittliche Wachstum bei Gästen aus dem Inland und den benachbarten Quellmärkten (+2,1%) zurückzuführen; diese haben ein Gewicht von 45,1%. Die Nachfrage aus den nicht an Österreich grenzenden Herkunftsmärkten zog mit +2,9% dagegen stärker an; hier entwickelten sich vor allem China (+25,6%) und – erstmals seit 2013 – auch Russland (+18,3%) sehr dynamisch. Weiters überdurchschnittliche relative Zugewinne wurden bei Gästen aus Israel (+9,4%), den USA (+8,6%), Polen (+7,8%), Rumänien (+6,5%) und Kroatien (+5,1%) verzeichnet. Mittelfristig zeigt sich eine leichte Tendenz zu einer stärkeren Internationalisierung: Wuchs in der Periode 2005/2010 noch die Nachfrage aus dem Inland und den Nachbarländern im Schnitt kräftiger als die Gesamtnächtigungen (+1,8% p. a. versus +0,9% p. a.), zogen seither die nicht benachbarten Märkte etwas stärker an (Ø 2010/2017 p. a.: +2,2% zu insgesamt +2,1%; Abbildung 5 und Anhang-Tabelle A2), so dass ihr Marktanteil aktuell mit 54,9% um 0,3 Prozentpunkte über dem Wert von 2010 liegt.

Regionale Entwicklungen

Auf der Ebene der Bundesländer waren 2017 überdurchschnittlich starke Nächtigungssteigerungen – und damit Marktanteilsgewinne – in Ober- und Niederösterreich (+4,1% bzw. 4,0%), Wien (+3,7%), der Steiermark (+3,4%) und Salzburg (+2,9%) zu verzeichnen (Abbildung 6). Seit 2000 konnte die Bundeshauptstadt mit einem jährlichen Nächtigungsplus von 4,2% ihren österreichweiten Marktanteil (MA) um insgesamt 4,0 Prozentpunkte (PP) auf 10,8% steigern. Auch Salzburg gewann Marktanteile (+1,2 PP) und weist aktuell ein Gewicht von 19,6% auf. Kärnten (MA 9,0%; –2,3 PP) und Tirol (MA 33,2%; –2,1 PP) büßten im selben Zeitraum dagegen an Gewicht ein (Abbildung 7).

Die österreichischen Landeshauptstädte weisen mit +3,7% seit dem Jahr 2000 eine deutlich überdurchschnittliche Nächtigungsentwicklung auf und konnten somit Marktanteile zulegen (+5,03 PP auf 16,0%). Wien war dabei in der Periode 2000/2017 der wichtigste Wachstumstreiber (Landeshauptstädte ohne Wien +2,8%; MA +1,1 PP auf 5,3%). Im Jahr 2017 stiegen dagegen die Übernachtungen in den anderen städtischen Gebieten mit +4,2% stärker an als in der Bundeshauptstadt. Der Marktanteil der übrigen Regionen Österreichs beträgt aktuell 84,0% (–5,0 PP seit 2000) und beeinflusst damit wesentlich die Entwicklung der österreichischen Übernachtungen insgesamt. Sowohl im Zeitraum 2000/2017 (+1,1%) als auch im vergangenen Jahr (+2,3%) lagen die nicht-städtischen Gebiete somit etwas unterhalb des bundesweiten Nächtigungswachstums. Diese Verschiebung belegt eindrücklich den internationalen Trend hin zu Städtereisen und Kulturtourismus.

Eine Analyse auf tiefer gegliederter Datenbasis nach Tourismusregionen zeigt für die Periode 2000/2017 folgende jährliche Nächtigungsentwicklung für die wichtigsten Regionen auf (Wien nicht berücksichtigt): Salzburger Sportwelt +2,1%; Ötztal Tourismus +1,6%; Schladming-Dachstein +2,2%; Innsbruck und seine Feriendörfer +1,6%; Nationalpark Hohe Tauern +2,1% (Abbildung 8 und Anhang-Tabelle A3).

Abbildung 6: Nächtigungsentwicklung in den österreichischen Bundesländern, 2000–2017

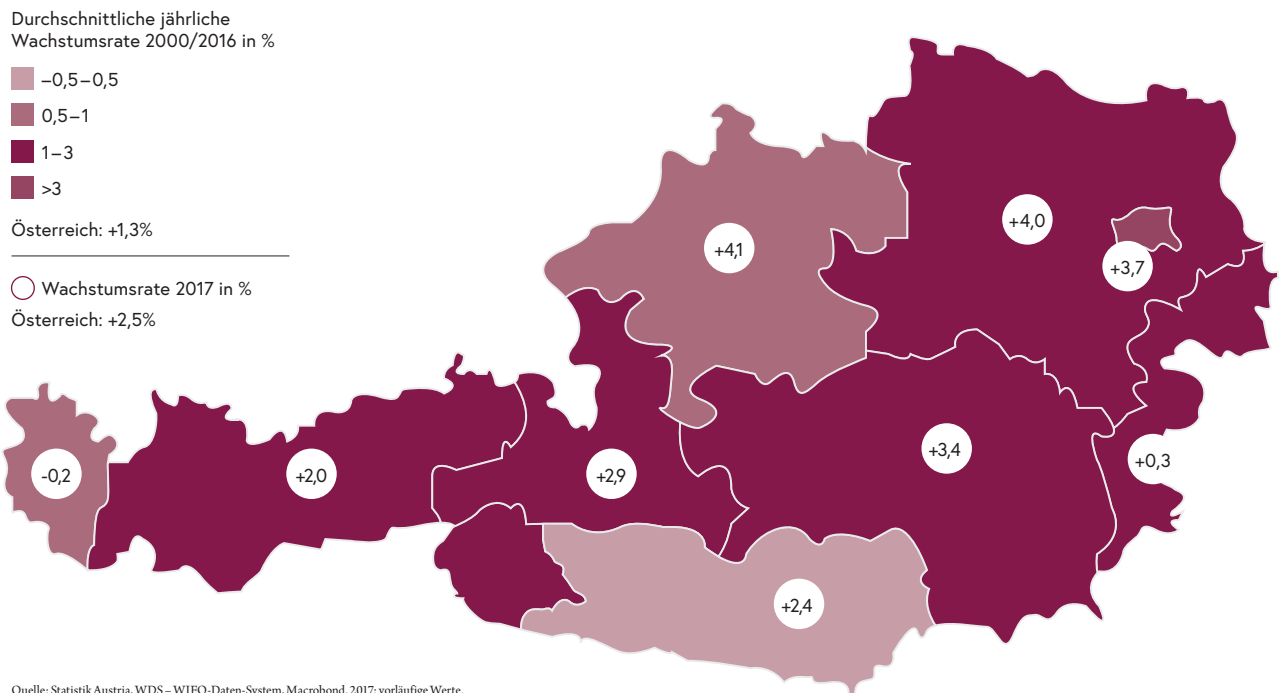


Abbildung 7: Marktwachstum und Marktanteil der österreichischen Bundesländer, 2000–2017

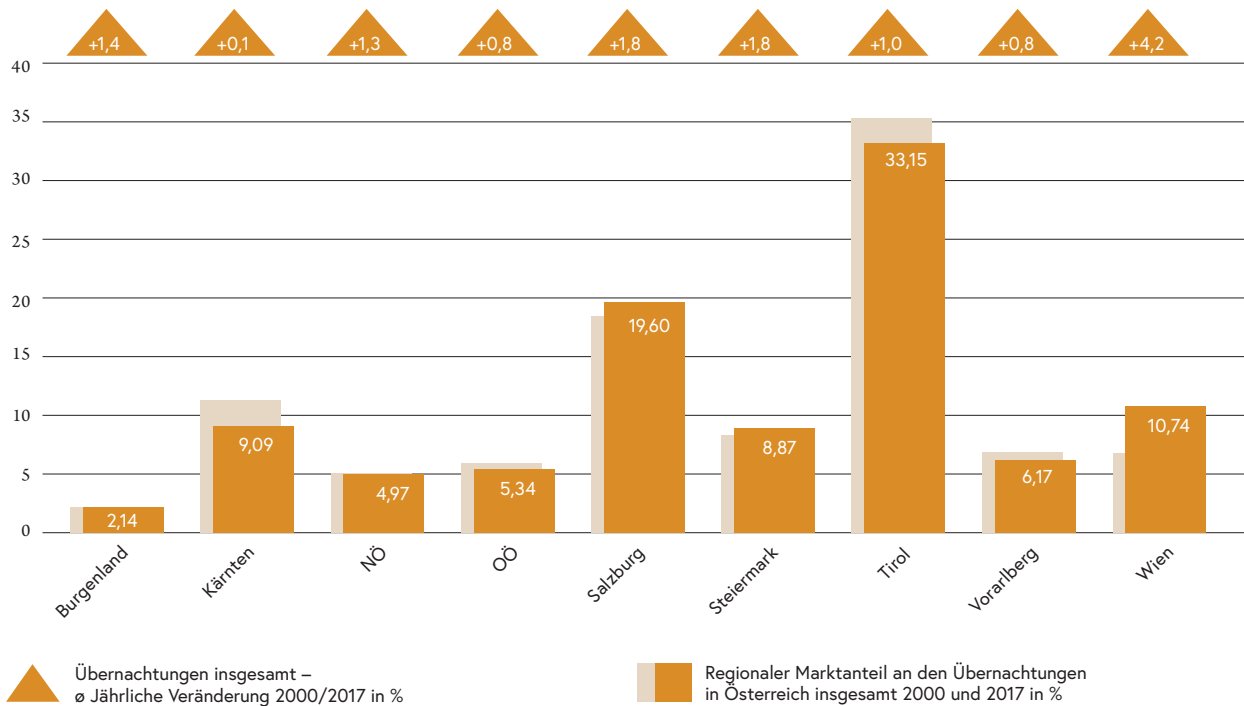
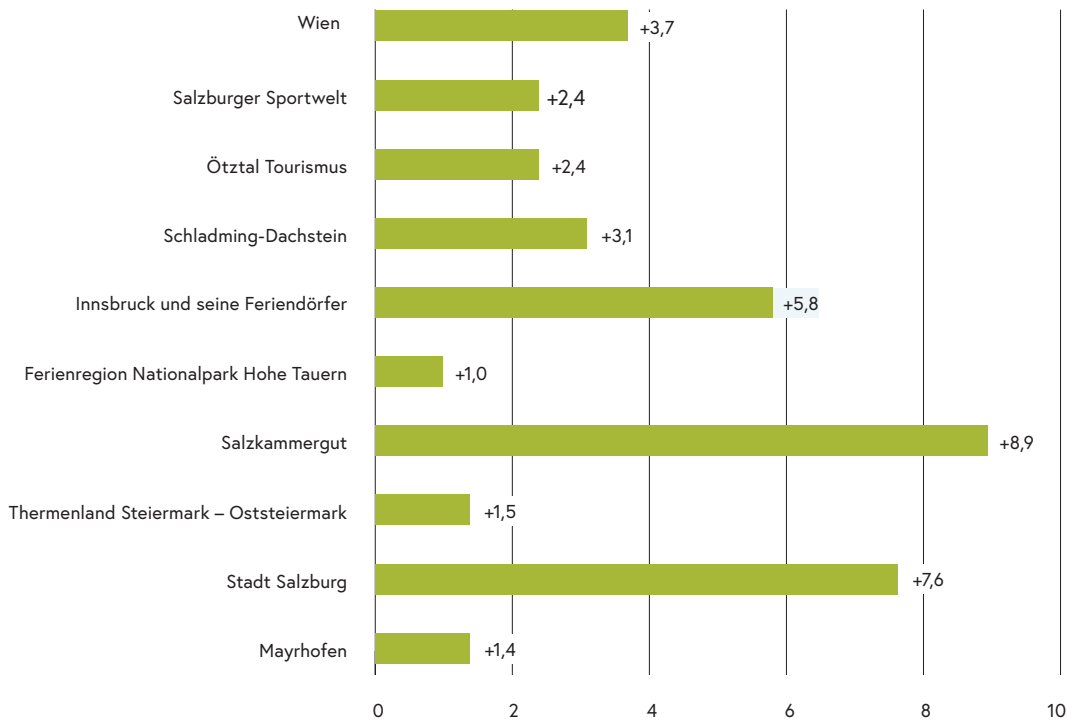
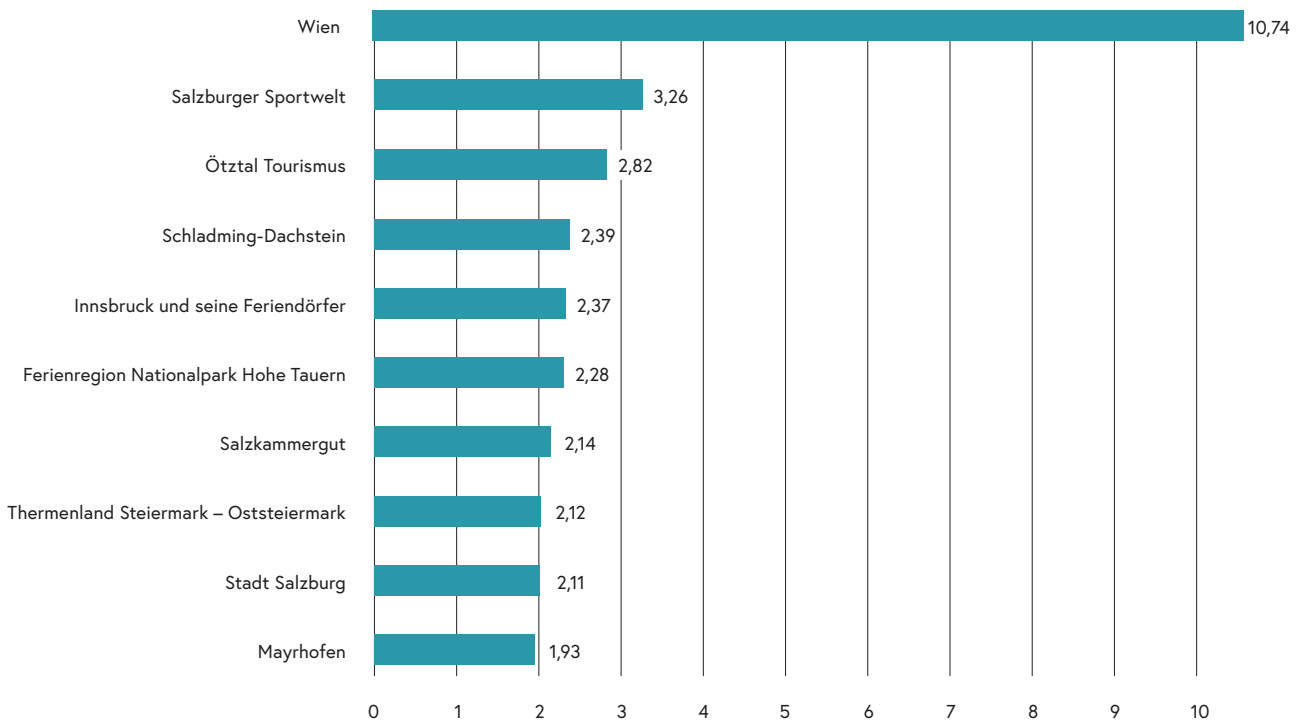


Abbildung 8: Nächtigungsentwicklung der Top-10-Tourismusregionen Österreichs 2017
 Basis: Übernachtungen insgesamt in bundesweit 107 Tourismusregionen



Marktanteil der Top-10-Tourismusregionen Österreichs 2017 in %



2.4 Angebotsaspekte des Beherbergungs- und Gaststättenwesens

Deutlicher Beschäftigungsanstieg bei weiterhin hoher, aber spürbar rückläufiger Arbeitslosenquote; Rekordauslastung trotz ausgeweiteter Bettenkapazität

Die Leistungs- und Strukturstatistik (LSE) wies zuletzt (2016; vorläufige Werte) für den Abschnitt I „Beherbergung und Gastronomie“ 47.451 Unternehmen aus (+1,1%). Das entspricht 14,7% der gesamten produzierenden und Dienstleistungsunternehmen in Österreich. Rund zwei Drittel (65,3%) des Sektors stellt dabei die Gastronomie, die restlichen 34,7% sind Beherbergungsunternehmen. Die Bruttowertschöpfung der Branche zu Herstellungspreisen belief sich 2017 auf Basis vorläufiger Berechnungen auf nominell 17,88 Mrd. Euro (+5,4), das Beherbergungs- und Gaststättenwesen trug damit 5,4% (+0,05 Prozentpunkte) zur Summe der Wirtschaftsbereiche bei.

Laut LSE zählten Beherbergung und Gastronomie 2016 ca. 302.200 Beschäftigte (+2,7%; Personen), davon 83,7% Unselbständige (letzter verfügbarer Wert 2015). Auch bei den Beschäftigten dominierte die Gastronomie mit 61,9% den Sektor (Beherbergung 38,1%; einen tourismusspezifischeren Fokus bietet das TSA-Beschäftigungsmodul (TSA-BM; siehe Hauptergebnisse des TSA-Beschäftigungsmodul 2016), welches 2016 von den insgesamt in Tourismusindustrien bestehenden 335.040 Beschäftigungsverhältnissen (BVH) ca. 227.100 BVH oder 67,8% in Beherbergung und Gastronomie ausweist. Davon waren wiederum 84,2% unselbständig und 15,8% selbständig tätig. In beiden Beschäftigungsarten überwiegt auf Basis von BVH lt. TSA-BM die Gastronomie (Unselbständige 58,5%; Selbständige 65,7%). Die Arbeitslosenquote des gesamten Sektors betrug 2017 16,7% (Basis ÖNACE 2008) und entspannte sich damit gegenüber 2016 um einen Prozentpunkt. Im Vergleich zum Rezessionsjahr 2009 (15,7%) lag die Quote aber immer noch höher.

Die Kapazität der österreichischen Beherbergungsbetriebe (ohne Campingplätze) umfasste im Tourismusjahr 2016/17 1,12 Mio. Betten (+0,8% gegenüber 2015/16). Während das Angebot in der Wintersaison auf 1,04 Mio. Betten anstieg (+0,6%), blieben die Sommerkapazitäten mit 1,06 Mio. Betten unverändert.

Der Trend zur angebotsseitigen Qualitätssteigerung in der Hotellerie hielt auch 2016/17 an: So expandierte die Bettenzahl im 5/4-Sterne-Segment in beiden Saisonen um jeweils 1,8% auf rund 274.700 (Winter) bzw. 265.800 (Sommer). Auch die 3-Sterne-Betriebe verzeichneten eine Kapazitätsausweitung um 2,4% im Winter 2016/17 bzw. 2,6% im Sommer 2017 auf ca. 209.000 bzw. 211.100 Betten. In der preisgünstigen 2/1-Sterne-Hotellerie wurde die Bettenzahl hingegen deutlich reduziert (Winter: -5,8% auf rund 96.800; Sommer: -7,0% auf 100.800). Im langfristigen Durchschnitt seit 1999/2000 wuchs das Angebot nur im Top-Segment (insgesamt +53,0% im Winter bzw. +50,3% im Sommer), die beiden übrigen Hotelkategorien bauten zum Teil massiv Kapazitäten ab (3-Sterne: -4,0% bzw. -6,4%; 2/1-Sterne: -36,8% bzw. -40,0%).

Während der Bettenboom in gewerblichen Ferienwohnungen und -häusern auch im Tourismusjahr 2016/17 ungebrochen anhielt (+7,6%) – der Bestand hat sich seit 1999/2000 fast verdoppelt (auf aktuell 107.300 Betten) – ging das Angebot in privaten Unterkünften

insgesamt weiterhin leicht zurück (-1,2%; seit 1999/2000 um insgesamt rund ein Fünftel auf ca. 295.600 Betten), bedingt durch den markanten Abbau von Bettenkapazitäten in Privatquartieren (auf und nicht auf Bauernhof; 2016/17 - 3,8%; seit 1999/2000 insgesamt -53,6%). Die privaten Ferienwohnungen stockten hingegen ihr Angebot langfristig weiter auf (+17,3%), gegenüber dem Vorjahr stagnierte die Bettenzahl (-0,1%).

Die durchschnittliche Bettenauslastung in Österreichs Beherbergungsbetrieben (ohne Campingplätze) erreichte im Winter 2016/17 mit 36,2% den historischen Höchstwert und liegt damit seit der Saison 1998/99 kontinuierlich über jener des Sommers (2017 35,5%). Aktuell beträgt dieser Vorsprung aber nur noch 0,7 Prozentpunkte (2008 war die Differenz mit +4,8 Prozentpunkten am größten). Die Auslastung in gewerblichen Beherbergungsbetrieben¹ lag im Winter bei 40,0% bzw. im Sommer bei 41,0%, in privaten Betrieben war hingegen die Auslastung in der Wintersaison höher (25,4%) als in der Sommersaison (20,3%). In beiden Saisonen erreichten 2016/17 die 5/4-Sterne-Betriebe die höchste Auslastung (Winter 49,9%; Sommer 54,2%), gefolgt von den gewerblichen Ferienwohnungen und -häusern im Winter (36,7%) bzw. den 3-Sterne-Betrieben im Sommer (40,8%).

2.5 Die Bedeutung der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Österreich

Tourismus-Satellitenkonto für Österreich (TSA)

Direkte Wertschöpfung des Tourismus hat Anteil am BIP von rund 7%

Der Tourismus kann aufgrund seines funktionalen Charakters nicht wie produktionsorientierte Wirtschaftszweige als eigene Aktivität in der VGR erfasst werden, da Umfang und Struktur der Tourismuswirtschaft direkt durch den Konsum der Touristen und Touristinnen bestimmt werden. Komplexität entsteht vor allem dadurch, dass touristische Aktivitäten in den verschiedensten Wirtschaftsbereichen stattfinden bzw. umgekehrt touristische Waren und Dienstleistungen in Bereichen produziert werden, die zunächst für den Tourismus gar nicht relevant erscheinen (z. B. Dienstleistung eines Friseurs).

Laut dem von Statistik Austria (STAT) und dem Österreichischen Institut für Wirtschaftsforschung (WIFO) auf Basis der empfohlenen methodologischen Grundlagen internationaler Organisationen² entwickeltem TSA für Österreich liegen aktuell Ergebnisse für die Berichtsjahre 2000 bis 2016 vor, zu wichtigen Eckwerten stellte das WIFO Schätzungen für 2017 an.

1 Darunter fallen Hotels und ähnliche Betriebe, gewerbliche Ferienwohnungen und -häuser, Kurheime, Jugendherbergen, Schutzhütten, Kinder- und Jugenderholungsheime sowie Matratzenlager.

2 https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesf/seriesf_80rev1e.pdf

TSA-Hauptergebnisse

Die Aufwendungen von in- und ausländischen Besuchern und Besucherinnen in Österreich (Urlaubs- und Geschäftsreisen, Verwandten- und Bekanntenbesuche) beliefen sich 2016 auf insgesamt 40,21 Mrd. Euro (+3,4% gegenüber 2015). Dieses Volumen verteilte sich zu 53,4% auf inländische Reisende³, zu 46,3% auf ausländische Gäste und zu 0,3% auf Besucherinnen und Besucher von Wochenendhaus- und Zweitwohnungen (Übersicht 1). Seit dem TSA-Basisjahr 2000 wuchs die touristische Gesamtnachfrage damit um insgesamt 69,0% bzw. durchschnittlich 3,3% jährlich. 2017 dürfte der Tourismuskonsum in Österreich schätzungsweise um 3,6% gestiegen sein.

Direkte Wertschöpfungseffekte des Tourismus in Österreich laut TSA

Das international akkordierte TSA-Konzept berücksichtigt nur die auf einer direkten Verbindung zwischen Käufern und Käuferinnen und Produzenten und Produzentinnen basierenden Aufwendungen. Die daraus resultierende Wertschöpfung⁴ umfasst somit nur die direkten Effekte. Diese beliefen sich ohne Dienst- und Geschäftsreisen (DGR) im Berichtsjahr 2016 auf 25,11 Mrd. Euro (einschließlich DGR: 27,29 Mrd. Euro; jeweils +3,8%), der rechnerische Anteil am BIP ergab 7,1% (bzw. 7,7%; Übersicht 2)⁵. 2017 wuchs die direkte Tourismuswertschöpfung ersten Schätzungen zufolge um 3,5% (inklusive DGR +3,6%), der BIP-Anteil dürfte damit aktuell bei 7,0% (bzw. einschließlich DGR bei 7,6%) liegen.

Touristischer Konsum nach Produkten in Österreich 2016

Das TSA ermöglicht auch die Analyse des touristischen Konsums in- und ausländischer Besucherinnen und Besucher in Österreich nach Produkten. Die Gesamtaufwendungen werden hierzu in drei Hauptkategorien unterteilt: Die bedeutendste Position stellen tourismuscharakteristische Güter dar, sie machten 2016 32,35 Mrd. Euro (+3,4% gegenüber 2015) bzw. 80,5% aus. An zweiter Stelle folgten andere Konsumprodukte mit 7,47 Mrd. Euro (+3,3%) bzw. einem Gewicht von 18,6%. Unter die volumenmäßig kleinste Kategorie fallen wertvolle Waren (z. B. Schmuck, Kunstwerke mit hohem Wert; 382 Mio. Euro; +3,4%; Anteil von 0,9%; Abbildung 9).

- 3 Die Ausgaben der inländischen Gäste in Österreich enthalten neben den im Zuge der Inlandsreise laufend getätigten Reiseausgaben für Beherbergung, Gastronomie, Transport, Eintritte etc. auch die inlandswirksamen Ausgaben im Zuge einer Auslandsreise (z. B. in Österreich gekauftes AUA-Flugticket) und – aus VGR-Konsistenzgründen – imputierte Mieten von Wochenendhäusern bzw. Zweitwohnungen, d. h. die unterstellte Vermietung von Eigentümern an sich selbst.
- 4 Korrekterweise handelt es sich bei „Wertschöpfung des Tourismus“ bezeichneten Werten um BIP-Effekte, da zusätzlich zur Bruttowertschöpfung auch Gütersteuern und Subventionen in den Berechnungen berücksichtigt wurden.

Die bedeutendsten Detailpositionen am gesamten Tourismuskonsum waren auch 2016 einmal mehr Beherbergung und Gastronomie (mit 28,1% bzw. 28,0%; 2015: jeweils 27,9%). Der Personentransport stellte mit 14,7% Rang drei (-0,2 Prozentpunkte), gefolgt von den Kultur-, Unterhaltungs- und sonstigen Dienstleistungen mit gegenüber 2015 unveränderten 9,4%.

Hauptergebnisse des TSA-Beschäftigungsmoduls 2016

Das TSA-Beschäftigungsmodul (TSA-BM) basiert auf international festgelegten methodologischen Grundsätzen und dient zur Ermittlung des Beitrags des Tourismus zur Gesamtbeschäftigung. Die vorgegebenen Strukturen beziehen sich auf die im TSA definierten charakteristischen Tourismusindustrien, welchen gemäß TSA-BM im Berichtsjahr 2016 rund 335.000 selb- und unselbständige Beschäftigungsverhältnisse (BVH; eine erwerbstätige Person kann mehrere BVH haben) bzw. ca. 293.000 Erwerbstätige (in Vollzeitäquivalenten; VZÄ)⁶ direkt zugerechnet werden konnten. Damit machten die im Tourismus Beschäftigten 7,3% (BVH) bzw. 7,9% (VZÄ) der jeweiligen gesamtwirtschaftlichen Bezugsgröße aus.

Für die Beschäftigung in den Tourismusindustrien am bedeutendsten ist das Beherbergungs- und Gaststättenwesen: 2016 entfielen hierauf 57,7% bzw. ca. 169.000 Vollzeitstellen. Davon wiederum hatte die Gastronomie 62,2% inne, die Hotellerie 37,8%. Dem Personentransport war mit rund 54.500 VZÄ knapp ein Fünftel (18,6%) der insgesamt im Tourismus Erwerbstätigen zurechenbar, auf die Reisebüros und Veranstalter entfielen 15,2% (ca. 44.500 VZÄ), die Bereiche Kultur, Unterhaltung und Sport stellten zusammen 8,4% (24.700 VZÄ; Abbildung 10).

- 5 Die im Vergleich zu den Vorberichten veränderte (merklich höhere) direkte Tourismuswertschöpfung wurde mit dem Modell ASCANIO auf Basis einer wesentlich detaillierteren Güterstruktur als für bisher erstellte TSAs ermittelt. Dies bedeutet eine weitere qualitative Verbesserung im Zuge der TSA-Erstellung und gewährleistet überdies methodische Konsistenz im Zusammenhang mit der Ermittlung der touristischen Wertschöpfung insgesamt.
- 6 Die Vollzeitäquivalente der Erwerbstätigkeit entsprechen der Zahl der auf Normalarbeitszeit umgerechneten Beschäftigungsverhältnisse. Sie ergeben sich durch Division des Arbeitsvolumens durch die Stundenzahl, die normalerweise im Durchschnitt je Vollzeitarbeitsplatz im Wirtschaftsgebiet geleistet wird.
- 7 Auf Basis einer verbesserten Modellversion wurde die Veränderung der Produktivitäten im Zeitablauf im vorliegenden Bericht stärker berücksichtigt – d. h. durch Produktivitätssteigerungen im Tourismus bzw. der Freizeitwirtschaft und den nachgelagerten Sektoren führen höhere Ausgaben im Zeitablauf zu geringeren Beschäftigungswirkungen. Die sich daraus ergebenden Beschäftigungsmultiplikatoren sinken daher über die gesamte Zeitreihe stärker als auf Basis der bisherigen Berichten zugrundeliegenden Berechnungen.

TSA-Erweiterungen – Direkte und indirekte Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Österreich

Tourismus- und Freizeitwirtschaft stellt beinahe jeden fünften Vollarbeitsplatz in Österreich

Zur Ermittlung der Bedeutung von Tourismus und Freizeitwirtschaft für die österreichische Volkswirtschaft wurden die relevanten direkten und indirekten Effekte vom WIFO mithilfe des Modells ASCANIO für die gesamte Zeitreihe ab dem Basisjahr 2000 geschätzt. Dem Modell liegen u. a. sektorale Lieferverflechtungen sowie eine tourismus- bzw. freizeitrelevante Bewertung der Güterstruktur auf Basis der Konsumstatistik laut VGR zugrunde.

Die laut Modell eruierte touristische Gesamtwertschöpfung erreichte im Berichtsjahr 2016, 31,21 Mrd. Euro (+3,6%), der Tourismus in Österreich trug damit 8,8% zum BIP bei. 2017 wuchs das Volumen schätzungsweise um 3,3% auf 32,25 Mrd. Euro, der gesamtwirtschaftliche Beitrag dürfte bei 8,7% gelegen sein (Übersicht 3).

Der nicht-touristische Freizeitkonsum der Inländerinnen und Inländer am Wohnort stellt eine Kenngröße außerhalb des TSA dar und wird deshalb vom WIFO gesondert errechnet. Das Umsatzvolumen der Freizeitwirtschaft lag 2016 bei 30,99 Mrd. Euro. Daraus resultierten direkte und indirekte Wertschöpfungseffekte von 25,23 Mrd. Euro (+2,8%), welche einen BIP-Beitrag von konstant 7,1% seit 2010 lieferten. 2017 dürfte die Gesamtwertschöpfung des Freizeitbereichs auf 26,56 Mrd. Euro (+5,3%) gestiegen sein, der volkswirtschaftliche Beitrag erhöhte sich damit um 0,1 Prozentpunkte.

Insgesamt generierte die Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Österreich 2016 ein Wertschöpfungsvolumen von 56,45 Mrd. Euro (+3,2%) und leistete damit einen Beitrag von 16,0% des BIP. 2017 erreichte der Sektor mit schätzungsweise 15,9% neuerlich das gleiche Gewicht wie in den Jahren 2013 bis 2015.

Das Modell ASCANIO ermöglicht nicht nur die Schätzung von Wertschöpfungseffekten, sondern auch die Ermittlung von Beschäftigungswirkungen, welche durch die direkte und indirekte Nachfrage ausgelöst werden. Aktuell liegen diesbezügliche Werte für die bisher vom BMNT beauftragten Berichtsjahre 2013, 2015 und 2016 vor. Im erstmals neu erstellten Jahr 2016 belief sich das touristische Beschäftigungsvolumen auf Basis von Vollzeitäquivalenten (VZÄ) auf ca. 365.800 (+3,5% gegenüber 2015), das entspricht 9,8% der bundesweiten Gesamtbeschäftigung (VZÄ; +0,2 Prozentpunkte).⁷ Der Freizeitkonsum der Inländerinnen und Inländer generierte mit rund 323.800 Vollzeitstellen 8,7% der insgesamt Erwerbstätigen (2015 8,5%), so dass in Summe fast einer von fünf Arbeitsplätzen (2016: 18,5% bzw. rund 690.000 VZÄ; +3,2%) in Österreich mit der Tourismus- und Freizeitwirtschaft zusammenhängt. Seit 2013 stieg die Beschäftigung im Sektor um insgesamt 45.300 Vollzeitstellen bzw. 7%, was sich auch in einer Steigerung des Gewichts an der Gesamtwirtschaft niederschlug (2013/2016 insgesamt +0,9 Prozentpunkte). 2017 dürfte die Tourismus- und Freizeitwirtschaft etwa 719.300 Erwerbstätige (VZÄ; +4,3%) gestellt haben.

Übersicht 1: Hauptergebnisse des Tourismus-Satellitenkontos für Österreich, 2000–2017

Touristische Nachfrage (in Mio. Euro)	2000	2005	2010	2015	2016	2017
Ausgaben ausländischer BesucherInnen	12.201	14.690	15.673	18.118	18.612	19.357
Übernachtende TouristenInnen	10.773	12.817	13.344	15.242	15.598	16.207
TagesbesucherInnen	1.428	1.873	2.329	2.876	3.014	3.150
Ausgaben inländischer BesucherInnen	11.493	14.076	18.220	20.624	21.450	22.137
Urlaubsreisende	9.486	11.738	15.734	17.502	18.232	18.774
Übernachtende TouristenInnen	5.890	7.415	9.912	11.007	11.476	11.625
TagesbesucherInnen	3.596	4.323	5.823	6.495	6.756	7.149
Geschäftsreisende	2.007	2.337	2.486	3.121	3.218	3.363
Übernachtende TouristenInnen	1.045	1.244	1.499	1.899	1.976	2.055
TagesbesucherInnen	962	1.093	987	1.222	1.242	1.308
Ausgaben in Wochenendhäusern und Zweitwohnungen	89	105	128	135	139	144
Gesamtausgaben	23.783	28.871	34.022	38.877	40.201	41.637

Quelle: Statistik Austria, WIFO. Urlaubs- und Geschäftsreisen. Basierend auf „Recommended Methodological Framework (RMF) 2008“. 2000 bis 2015: revidiert, 2016: vorläufig, 2017: Schätzung.

Übersicht 2: Die volkswirtschaftliche Bedeutung der direkten Effekte des Tourismus in Österreich, 2000–2017

Tourismus-Satellitenkonto – Direkte Wertschöpfung laut TSA (in Mio. Euro)	2000	2005	2010	2015	2016	2017
Ohne Dienst- und Geschäftsreisen	14.050	17.649	21.336	24.185	25.108	25.984
Einschließlich Dienst- und Geschäftsreisen	15.345	19.204	23.018	26.296	27.293	28.268
Veränderung gegen das Vorjahr in %						
Ohne Dienst- und Geschäftsreisen	.	+5,0	+10,2	+2,2	+3,8	+3,5
Einschließlich Dienst- und Geschäftsreisen	.	+4,8	+9,1	+2,3	+3,8	+3,6
Anteil am BIP in %						
Ohne Dienst- und Geschäftsreisen	6,6	6,9	7,2	7,0	7,1	7,0
Einschließlich Dienst- und Geschäftsreisen	7,2	7,6	7,8	7,6	7,7	7,6

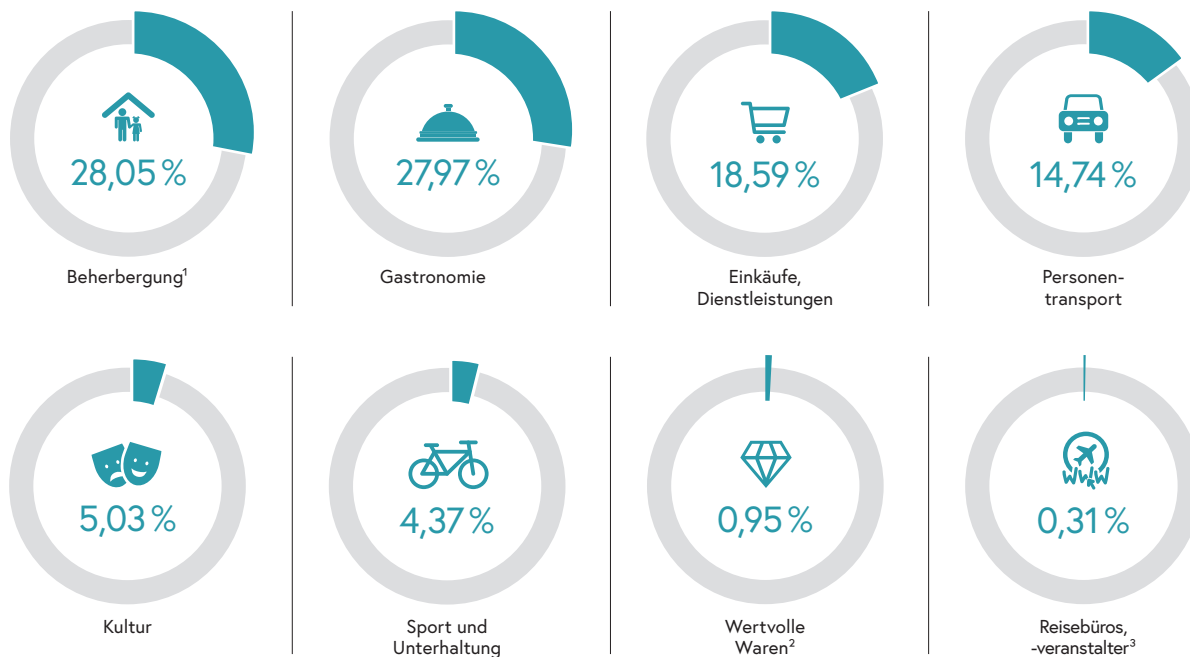
Quelle: Statistik Austria, WIFO. Basierend auf „Recommended Methodological Framework (RMF) 2008“. 2000 bis 2015: revidiert, 2016: vorläufig, 2017: Schätzung.

Übersicht 3: Die volkswirtschaftliche Bedeutung der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Österreich, 2000–2017

TSA-Erweiterungen – Direkte u. indirekte Wertschöpfung (in Mio. Euro)	2000	2005	2010	2015	2016	2017
Tourismus ¹	18.583	22.559	26.901	30.131	31.214	32.253
Freizeitkonsum der InländerInnen am Wohnort	15.165	17.766	20.959	24.549	25.234	26.564
Tourismus und Freizeitwirtschaft ¹	33.748	40.325	47.861	54.680	56.448	58.817
Veränderung gegen das Vorjahr in %						
Tourismus ¹	.	+4,5	+9,6	+2,5	+3,6	+3,3
Freizeitkonsum der InländerInnen am Wohnort	.	+2,8	-1,9	+3,9	+2,8	+5,3
Tourismus und Freizeitwirtschaft ¹	.	+3,8	+4,2	+3,1	+3,2	+4,2
Beitrag zum BIP in %						
Tourismus ¹	8,7	8,9	9,1	8,7	8,8	8,7
Freizeitkonsum der InländerInnen am Wohnort	7,1	7,0	7,1	7,1	7,1	7,2
Tourismus und Freizeitwirtschaft ¹	15,8	15,9	16,2	15,9	16,0	15,9

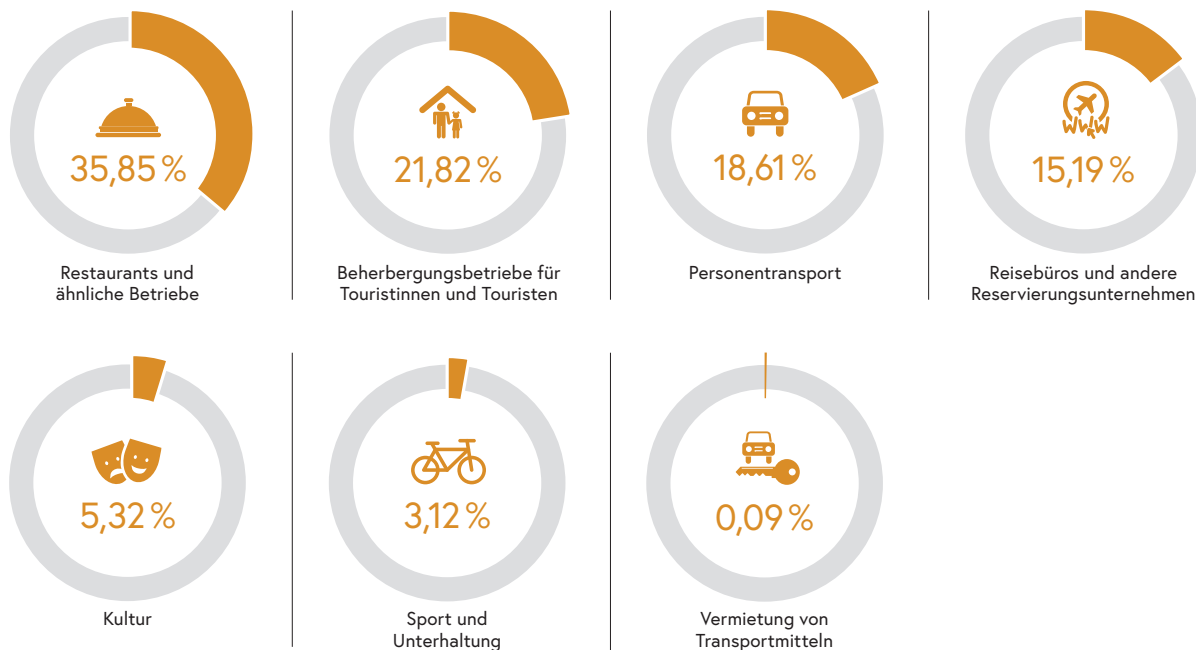
Quelle: Statistik Austria, WIFO. Basierend auf „Recommended Methodological Framework (RMF) 2008“. 2000 bis 2015: revidiert, 2016: vorläufig, 2017: Schätzung. – 1) Ohne Dienst- und Geschäftsreisen.

Abbildung 9: Touristischer Konsum nach Produkten in Österreich 2016



- 1 Einschließlich der Aufwendungen im Zuge von Verwandten- und Bekanntenbesuchen sowie von Aufenthalten am Zweitwohnsitz.
- 2 Wertgegenstände wie Edelmetalle, Steine, Schmuck, Kunstwerke etc.
- 3 Nur Spannen; Package-Teile sind in den jeweiligen Dienstleistungen enthalten.

Abbildung 10: Struktur der Erwerbstätigen in charakteristischen Tourismusindustrien 2016



Quellen: Quelle: Statistik Austria. Urlaubs- und Geschäftsreisen. Basierend auf „Recommended Methodological Framework (RMF) 2008“ und Statistik Austria. Basierend auf „Recommended Methodological Framework (RMF) 2008“. Erwerbstätige: gemessen in Vollzeitäquivalenten.

2.6 Ausblick 2018

Tourismuswachstum hält an

Die Wachstumsaussichten für die Weltwirtschaft und Europa wurden gegenüber den letzten Prognosen vom Herbst 2017 nach oben revidiert. Verminderte wirtschaftliche Unsicherheiten, verbesserte Stimmungsindikatoren, die Belebung des Welthandels sowie der breitgefächerte Aufschwung waren die Hauptauslöser. Die günstigen Rahmenbedingungen ermöglichen der EU 2018, ein Wachstum von 2¼% bis 2½% zu erreichen und damit ähnlich wie die USA zu expandieren.

In der EU ist die Binnennachfrage der Wachstumsmotor, wobei die Konsumnachfrage eine treibende Kraft darstellt: Die Entwicklung des privaten Konsums wird von der Verbesserung des Konsumentenvertrauens, des Arbeitsmarktes und steigenden Einkommen stimuliert. Für die Investitionen wird ein robustes Wachstum erwartet. Die Expansion der Binnennachfrage wird auch durch die Exporttätigkeit unterstützt. Die Exportaufträge haben sich in den letzten drei Monaten deutlich verbessert. Trotz der Euro-Aufwertung wird ein Anhalten des robusten Exportwachstums erwartet.

Hinsichtlich der zukünftigen österreichischen und internationalen touristischen Entwicklung muss grundsätzlich betont werden, dass Wachstum und Dynamik des österreichischen Tourismus nicht isoliert von der weltwirtschaftlichen Entwicklung gesehen werden können. In diesem Sinne ist die EU der wichtigste Quellmarkt. Von den bedeutenden Herkunftsländern im heimischen Tourismus wird 2018 für die Niederlande, Österreich (jeweils +2,9%), Spanien (+2,6%), die Slowakei (+4,0%), Tschechien (+3,2%), Ungarn (+3,7%) und Polen (+4,2%) ein überdurchschnittliches BIP-Wachstum erwartet, alle anderen wichtigen Märkte expandieren in etwa im EU-Durchschnitt (z. B. Deutschland mit +2,3%). Die Ausnahmen dabei sind Italien und Großbritannien (+1,5% bzw. +1,4%); EC, 2018). In Anbetracht der gesamtwirtschaftlichen und der für Österreich relevanten Rahmenbedingungen dürften die realen Einnahmen im Gesamtreiseverkehr Österreichs 2018 um höchstens 1½% steigen, das Nächtigungswachstum könnte etwas stärker ausfallen, wodurch sich die Schere zwischen der Entwicklung der Übernachtungen und der realen Tourismusumsätze weiter öffnen würde. Österreich kann mit der internationalen Entwicklung nicht Schritt halten kann, was weitere Marktanteilsverluste zur Folge hätte. Letzteres wird auch durch die Einbußen in der relativen preislichen Wettbewerbsfähigkeit mitverursacht, wobei insbesondere die Preiserhöhungen in Beherbergung und Gastronomie durchschlagen. Entlastend wirkt in diesem Zusammenhang die Mehrwertsteuerreduktion im Beherbergungsbereich ab November 2018.

Tabelle A1: Übernachtungen und Umsätze im österreichischen Tourismus, 2000–2017

Jahr	Übernachtungen (in 1.000)			Umsätze (Mio. Euro)					
	Inländerinnen und Inländer	Ausländerinnen und Ausländer	Insgesamt	Binnenreiseverkehr		Internat. Reiseverkehr ¹⁾		Gesamtreiseverkehr ¹⁾	
				Nominell	Real (Pr. 2010)	Nominell	Real (Pr. 2010)	Nominell	Real (Pr. 2010)
2000	31.153	82.534	113.686	4.060	5.226	12.201	15.382	16.261	20.608
2001	31.442	83.669	115.111	4.233	5.309	12.791	15.752	17.024	21.061
2002	31.013	85.792	116.804	4.207	5.144	13.198	15.877	17.405	21.021
2003	31.619	86.348	117.967	4.355	5.198	13.528	15.911	17.883	21.109
2004	31.329	85.922	117.251	4.483	5.198	13.897	15.885	18.380	21.083
2005	31.501	87.741	119.242	4.742	5.361	14.700	16.363	19.442	21.724
2006	32.130	87.274	119.403	4.971	5.475	15.144	16.537	20.115	22.012
2007	33.008	88.443	121.451	5.134	5.468	15.485	16.480	20.619	21.948
2008	33.879	92.840	126.719	5.382	5.562	16.513	17.006	21.895	22.568
2009	34.443	89.864	124.307	5.374	5.511	15.375	15.648	20.749	21.159
2010	35.024	89.857	124.881	5.442	5.442	15.705	15.705	21.147	21.147
2011	35.297	90.706	126.003	5.621	5.413	16.187	15.503	21.808	20.916
2012	35.964	95.052	131.016	5.680	5.336	16.661	15.629	22.341	20.965
2013	35.755	96.874	132.629	5.676	5.184	17.126	15.692	22.802	20.876
2014	35.668	96.233	131.901	5.766	5.123	17.446	15.603	23.212	20.725
2015	36.425	98.824	135.249	6.007	5.225	18.355	16.140	24.362	21.365
2016	38.014	102.863	140.877	6.281	5.324	18.953	16.314	25.234	21.637
2017	38.508	105.935	144.443	6.482	5.334	19.711	16.448	26.193	21.782

Veränderung gegen das Vorjahr in %

2000	+2,8	+0,1	+0,8	+8,9	+6,2	+6,1	+3,6	+6,8	+4,2
2001	+0,9	+1,4	+1,3	+4,3	+1,6	+4,8	+2,4	+4,7	+2,2
2002	-1,4	+2,5	+1,5	-0,6	-3,1	+3,2	+0,8	+2,2	-0,2
2003	+2,0	+0,6	+1,0	+3,5	+1,1	+2,5	+0,2	+2,8	+0,4
2004	-0,9	-0,5	-0,6	+2,9	-0,0	+2,7	-0,2	+2,8	-0,1
2005	+0,5	+2,1	+1,7	+5,8	+3,1	+5,8	+3,0	+5,8	+3,0
2006	+2,0	-0,5	+0,1	+4,8	+2,1	+3,0	+1,1	+3,5	+1,3
2007	+2,7	+1,3	+1,7	+3,3	-0,1	+2,3	-0,3	+2,5	-0,3
2008	+2,6	+5,0	+4,3	+4,8	+1,7	+6,6	+3,2	+6,2	+2,8
2009	+1,7	-3,2	-1,9	-0,1	-0,9	-6,9	-8,0	-5,2	-6,2
2010	+1,7	-0,0	+0,5	+1,3	-1,3	+2,1	+0,4	+1,9	-0,1
2011	+0,8	+0,9	+0,9	+3,3	-0,5	+3,1	-1,3	+3,1	-1,1
2012	+1,9	+4,8	+4,0	+1,0	-1,4	+2,9	+0,8	+2,4	+0,2
2013	-0,6	+1,9	+1,2	-0,1	-2,8	+2,8	+0,4	+2,1	-0,4
2014	-0,2	-0,7	-0,5	+1,6	-1,2	+1,9	-0,6	+1,8	-0,7
2015	+2,1	+2,7	+2,5	+4,2	+2,0	+5,2	+3,4	+5,0	+3,1
2016	+4,4	+4,1	+4,2	+4,6	+1,9	+3,3	+1,1	+3,6	+1,3
2017	+1,3	+3,0	+2,5	+3,2	+0,2	+4,0	+0,8	+3,8	+0,7

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

2017: vorläufige Werte (Übernachtungen) bzw. Schätzung (Umsätze).

1) Einschließlich des internationalen Personentransporte.

Tabelle A2: Nächtigungsentwicklung in Österreich nach der Entfernung der Herkunftsmärkte, 2005–2017

	2005	2008	2009	2010	2015	2016	2017	2005/2010	2010/2017
Veränderung gegen das Vorjahr in %								 Jährliche Veränd. in %	
Insgesamt (In- und Ausland)	+1,7	+4,3	-1,9	+0,5	+2,5	+4,2	+2,5	+0,9	+2,1
Inland und benachbarte Herkunftsmärkte ¹	+0,9	+3,1	+1,3	+1,4	+2,9	+4,6	+2,1	+1,8	+2,0
Inland	+0,5	+2,6	+1,7	+1,7	+2,1	+4,4	+1,3	+2,1	+1,4
Deutschland insgesamt	+0,1	+4,1	-2,6	-1,4	+1,4	+4,9	+1,7	-1,2	+1,5
Bayern	+0,2	+3,5	-0,3	-0,6	+2,8	+5,2	+4,0	-0,4	+2,9
Schweiz	-1,4	-3,8	+2,2	+4,3	+5,8	+3,4	-0,4	+1,6	+4,2
Italien	+2,1	-2,5	+1,2	+0,2	+5,4	-1,8	+0,7	-0,6	-0,6
Tschechien	+8,6	+27,9	+9,9	+0,9	+7,3	+12,6	+6,3	+11,7	+5,4
Ungarn	+12,7	+8,7	-8,7	+0,7	+0,8	+6,4	+5,6	+3,1	+3,1
Slowakei	+5,5	+31,6	+9,1	+9,6	+7,5	+10,4	+5,2	+14,9	+6,8
Slowenien	+11,0	+13,6	+1,2	+2,2	+3,1	+5,2	+5,0	+5,4	+5,7
Nicht benachbarte Herkunftsmärkte	.	+5,3	-4,4	-0,3	+2,2	+3,8	+2,9	+0,2	+2,2
briges Deutschland	+0,0	+4,3	-3,2	-1,7	+1,0	+4,8	+1,0	-1,4	+1,1
Baden-Württemberg	+0,4	+2,8	+0,3	-0,0	+1,1	+8,7	+3,4	-0,3	+3,0
Nordrhein-Westfalen	+4,1	+4,6	-7,0	-1,9	-1,8	+1,1	-2,3	-3,0	-1,2
Mitteldeutschland ²	-0,3	+2,3	-1,0	-4,0	-1,5	+4,5	-3,2	-1,5	-0,1
Norddeutschland ³	-1,1	+6,3	-5,2	-1,3	+5,7	+5,6	+3,9	-1,8	+2,1
Ostdeutschland ⁴	-1,2	+6,5	-2,8	-0,7	+2,6	+1,2	+3,8	+0,7	+1,9
Berlin	-12,7	+3,8	-0,5	-0,2	+5,5	+18,1	+4,7	-1,3	+4,5
Niederlande	+2,7	+5,2	-1,2	-4,0	+1,8	+3,6	+2,6	+0,9	+1,1
Großbritannien	+5,2	-0,3	-16,7	-0,3	+5,5	+4,3	+1,0	-2,0	+2,0
Belgien und Luxemburg	+5,1	+3,3	-1,4	-2,0	-1,5	+5,2	+2,5	+0,8	+2,0
Frankreich	-4,1	+1,9	+0,3	+2,7	-1,3	+0,8	+2,1	+1,4	+0,1
Spanien	+12,9	+4,8	-13,2	+8,0	+10,8	+5,2	+1,8	+1,0	+3,5
Kroatien	+5,2	+15,2	-8,7	-9,4	+6,7	-3,4	+5,1	+3,3	+0,4
Dänemark	+12,9	+5,4	-1,4	+0,9	+2,8	+4,4	+2,1	+5,5	+0,6
Schweden	+5,0	+19,1	-18,5	+9,4	+5,3	+10,3	+0,3	+1,7	+3,1
Polen	+7,2	+34,0	-0,2	+2,7	+6,8	+2,3	+7,8	+11,7	+4,1
Rumänien ⁵	+25,7	+41,3	-6,4	-2,2	+2,0	+5,5	+6,5	+29,0	+1,8
Russland	.	+40,6	-12,4	+23,3	-34,0	-17,8	+18,3	+17,7	-0,5
Arabische Länder in Asien ⁶	+59,0	+11,8	-9,4	+20,4	+36,5	-5,6	+0,2	+8,5	+4,2
China	+4,8	-3,5	-6,0	+20,4	+41,1	+4,8	+25,6	+1,5	+24,9
Israel	-3,7	+7,3	+12,0	+14,6	+12,0	+17,0	+9,4	+10,9	+11,2
USA	-2,0	-17,8	-7,4	+11,9	+12,3	-2,0	+8,6	-2,2	+5,3
briges Ausland	.	+8,3	-9,2	+5,2	+9,0	+2,7	+7,2	+3,1	+7,8
Ausland insgesamt	+2,1	+5,0	-3,2	-0,0	+2,7	+4,1	+3,0	+0,5	+2,4

Quelle: Statistik Austria.

2017: vorläufige Werte. 1) Einschließlich benachbartes Deutschland (Bayern). 2) Hessen, Rhein-land-Pfalz, Saarland. 3) Niedersachsen, Hamburg, Bremen, Schleswig-Holstein. 4) Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern. 5) Veränderung fur 2005 geschatzt. 6) Jemen, Bahrein, Irak, Jordanien, Katar, Kuwait, Libanon, Oman, Syrien.

Tabelle A3: Übernachtungen insgesamt in 107 Tourismusregionen Österreichs – Volumen, Marktanteil und Entwicklung, 2000–2017

Übernachtungen insgesamt (in 1.000)						Marktanteil (in %)	Jährliche Veränderung	
	2000	2005	2010	2015	2017	2017	Ø 2000/2017	2016/17
Österreich insgesamt	113.686	119.241	124.289	135.249	144.443	100,00	+1,5	+2,5
Nordburgenland	1.518	1.390	1.543	1.614	1.744	1,21	+0,9	+1,3
Mittelburgenland	121	256	285	269	310	0,21	+6,1	+0,3
Südburgenland	795	895	1.082	1.031	1.039	0,72	+1,7	-1,4
Burgenland Rest	2	0	0	0	0	0,00	-	.
Bad Kleinkirchheim	987	955	863	803	819	0,57	-1,2	-2,1
Carnica Region Rosental	244	179	174	168	194	0,13	-1,4	+8,6
Hohe Tauern - die Nationalparkregion in Kärnten	1.140	1.166	1.116	1.012	970	0,67	-1,0	-3,8
Kärnten-Mitte	452	426	407	456	531	0,37	+1,0	-1,3
Katschberg-Rennweg	236	303	404	385	414	0,29	+3,6	-0,6
Klagenfurt	337	363	389	425	438	0,30	+1,6	+0,4
Klopeiner See - Südkärnten	1.160	1.067	945	933	1.102	0,76	-0,3	+8,5
Lavanttal	252	284	309	316	323	0,22	+1,6	+4,6
Lieser- und Maltatal	321	293	285	257	256	0,18	-1,4	-4,6
Millstätter See	1.239	1.268	1.159	1.076	1.178	0,82	-0,3	+5,3
Nassfeld-Pressegger See/Lesachtal/ Weissensee	1.651	1.864	1.887	1.964	2.112	1,46	+1,6	+0,9
Nockberge	404	399	406	390	392	0,27	-0,2	-0,5
Region Villach	2.694	2.517	2.442	2.551	2.716	1,88	+0,1	+4,0
Wörthersee	1.713	1.646	1.490	1.439	1.591	1,10	-0,5	+5,6
Kärnten Rest	0	0	0	0	0	0,00	-	.
Donau NÖ	1.149	1.347	1.435	1.550	1.724	1,19	+2,6	+8,3
Mostviertel	954	978	995	994	1.066	0,74	+0,7	+3,8
Waldviertel	999	975	1.121	1.191	1.258	0,87	+1,5	+2,1
Weinviertel	297	376	445	544	579	0,40	+4,3	+0,4
Wiener Alpen in Niederösterreich	1.023	882	1.027	991	977	0,68	-0,3	+0,7
Wienerwald	1.259	1.273	1.455	1.534	1.573	1,09	+1,4	+4,5
Niederösterreich Rest	46	9	0	0	0	0,00	-	.
Donau Oberösterreich	346	366	395	444	483	0,33	+2,1	+4,9
Innviertel-Hausruckwald	950	953	1.079	1.137	1.174	0,81	+1,3	+1,3
Linz	580	687	101	777	785	0,54	+1,9	+0,7
Mühlviertel	569	636	745	737	709	0,49	+1,4	-0,1
Nationalpark Kalkalpen Region	566	510	514	546	563	0,39	-0,0	+1,2
Pyhrn-Priel	612	536	499	490	517	0,36	-1,0	-0,5
Salzkammergut	2.840	2.541	2.471	2.692	3.095	2,14	+0,5	+8,9
Zentralraum Oberösterreich	249	293	338	360	384	0,27	+2,7	+1,5
Oberösterreich Rest	7	5	0	0	0	0,00	-	.
Ferienregion Nationalpark Hohe Tauern	2.350	2.603	2.870	3.105	3.294	2,28	+2,1	+1,0
Fuschlsee	370	417	384	411	474	0,33	+1,6	+12,8
Gasteinertal	2.189	2.362	2.459	2.321	2.461	1,70	+0,7	+3,1
Großarlal	443	540	691	751	746	0,52	+3,3	-1,5
Hochkönig	987	1.028	992	1.080	1.139	0,79	+0,9	-2,0

Übernachtungen insgesamt (in 1.000)						Marktanteil (in %)	Jährliche Veränderung	
	2000	2005	2010	2015	2017	2017	Ø 2000/2017	2016/17
Lungau	873	951	864	907	1.001	0,69	+0,9	+3,9
Obertauern	735	858	940	1.001	1.056	0,73	+2,3	+3,0
Pongau allgemein	232	232	242	227	239	0,17	+0,2	-1,2
Saalbach-Hinterglemm	2.192	2.358	2.346	2.480	2.670	1,85	+1,2	+0,4
Saalfelden-Leogang	609	663	721	879	962	0,67	+2,9	+1,7
Salzburger Saalachtal	491	497	479	537	569	0,39	+0,9	+1,6
Salzburger Seenland	200	197	232	214	224	0,16	+0,7	-5,7
Salzburger Sonnenterrasse	84	94	102	80	92	0,06	+0,6	+2,5
Salzburger Sportwelt	3.392	3.739	3.887	4.341	4.707	3,26	+2,1	+2,4
Stadt Salzburg	1.647	1.885	2.193	2.710	3.044	2,11	+3,9	+7,6
Tennengau - Dachstein West	928	916	931	985	1.090	0,75	+1,0	+2,1
Tennengebirge	252	288	255	336	369	0,26	+2,4	+5,1
Umgebungsorte Salzburg Stadt	599	712	785	849	905	0,63	+2,6	+5,5
Wolfgangsee	503	505	511	527	548	0,38	+0,5	+0,9
Zell am See - Kaprun	1.879	1.982	2.002	2.409	2.715	1,88	+2,3	+6,4
Salzburg Rest	0	0	0	0	0	0,00	-	.
Ausserland-Salzkammergut	824	819	944	958	1.064	0,74	+1,6	+4,8
Hochsteiermark	782	748	815	863	850	0,59	+0,5	+0,1
Region Graz	967	1.097	1.279	1.555	1.787	1,24	+3,9	+7,2
Schladming-Dachstein	2.457	2.547	2.787	3.159	3.454	2,39	+2,2	+3,1
Süd-Weststeiermark	557	641	755	817	886	0,61	+2,9	+2,2
Thermenland Steiermark - Oststeiermark	2.832	2.797	2.971	2.928	3.065	2,12	+0,5	+1,4
Urlaubsregion Murtal	862	952	1.094	1.313	1.517	1,05	+3,6	+5,6
Sonstige	154	141	137	167	186	0,13	+1,2	-0,4
Steiermark Rest	7	0	0	0	0	0,00	-	.
Achensee	1.272	1.420	1.450	1.468	1.562	1,08	+1,3	+2,4
Alpbachtal und Tiroler Seenland	957	994	954	939	1.014	0,70	+0,4	-0,2
Erste Ferienregion im Zillertal	1.602	1.923	2.179	2.309	2.474	1,71	+2,8	+2,6
Ferienland Kufstein	751	762	710	732	773	0,53	+0,2	-0,2
Ferienregion Hohe Salve	598	650	578	607	647	0,45	+0,5	+1,2
Imst Tourismus	385	389	394	435	459	0,32	+1,1	+2,9
Innsbruck und seine Feriendörfer	2.681	2.708	2.843	3.216	3.430	2,37	+1,6	+5,8
Kaiserwinkl	904	952	867	844	897	0,62	-0,1	+0,4
Kitzbühel Tourismus	1.030	996	1.015	1.147	1.169	0,81	+0,8	-0,7
Kitzbüheler Alpen - Brixental	1.564	1.610	1.544	1.517	1.637	1,13	+0,3	+2,0
Kitzbüheler Alpen-St.Johann i.T.	1.052	1.061	884	879	960	0,66	-0,6	+5,2
Lechtal	493	489	533	574	583	0,40	+1,1	-4,9
Mayrhofen	2.205	2.423	2.647	2.695	2.792	1,93	+1,5	+1,4
Naturparkregion Reutte	397	404	365	401	449	0,31	+0,8	+5,6
Osttirol	1.875	1.951	1.859	1.927	2.021	1,40	+0,5	+0,3
Ötztal Tourismus	3.157	3.263	3.411	3.895	4.077	2,82	+1,6	+2,4
Paznaun – Ischgl	2.061	2.288	2.411	2.598	2.686	1,86	+1,7	+1,3
Pillerseetal	1.000	1.010	896	952	943	0,65	-0,4	-4,3
Pitztal	974	976	982	964	1.010	0,70	+0,2	+2,4
Region Hall - Wattens	244	255	221	269	299	0,21	+1,3	+14,0
Seefeld	1.960	1.847	1.687	1.824	1.868	1,29	-0,3	+2,5

Übernachtungen insgesamt (in 1.000)						Marktanteil (in %)	Jährliche Veränderung	
	2000	2005	2010	2015	2017	2017	Ø 2000/2017	2016/17
Serfaus-Fiss-Ladis	1.477	1.702	2.090	2.328	2.506	1,73	+3,4	+1,5
Silberregion Karwendel	369	439	401	382	430	0,30	+1,0	+13,4
St.Anton am Arlberg ¹	1.215	1.359	1.419	1.442	1.573	1,09	+1,6	+4,6
Stubai Tirol	1.607	1.773	1.707	1.763	1.863	1,29	+0,9	+3,8
Tannheimer Tal	994	1.017	1.002	999	1.087	0,75	+0,6	+3,9
Tirol West	267	277	273	298	300	0,21	+0,7	+1,7
Tiroler Oberland	1.254	1.355	1.406	1.471	1.560	1,08	+1,4	+3,0
Tiroler Zugspitz Arena	1.290	1.317	1.367	1.463	1.542	1,07	+1,1	-0,8
Tux - Finkenberg	830	848	886	958	991	0,69	+1,1	-1,1
Wilder Kaiser	1.679	1.821	1.727	1.899	1.950	1,35	+0,9	-2,8
Wildschönau	724	744	629	690	735	0,51	+0,1	+1,6
Wipptal	400	348	325	289	320	0,22	-1,4	+0,7
Zell-Gerlos	846	992	1.127	1.203	1.283	0,89	+2,6	+5,3
Alpenregion Bludenz	753	807	926	974	1.002	0,69	+1,8	-1,5
Arlberg ²	971	984	978	982	998	0,69	+0,2	+1,1
Bodensee-Vorarlberg	953	991	1.103	1.348	1.437	0,99	+2,6	+3,1
Bregenzerwald	1.504	1.618	1.654	1.762	1.828	1,27	+1,2	-0,2
Kleinwalsertal	1.732	1.606	1.539	1.561	1.690	1,17	-0,2	+1,0
Montafon	1.845	1.907	1.964	1.928	1.960	1,36	+0,4	-3,4
Vorarlberg Rest	4	0	0	0	0	0,00	-	.
Wien	7.704	8.758	10.860	14.328	15.513	10,74	+4,5	+3,7
Top-10-Regionen 2016	31.265	33.264	36.940	43.069	46.470	32,17	+2,5	+3,6
Übrige Regionen	82.421	85.977	87.349	92.180	97.973	67,83	+1,1	+2,0

Quelle: Statistik Austria.

2017: vorläufige Werte. 1) Flirsch, Pettneu am Arlberg, St. Anton am Arlberg, Strengen. 2) Lech.

3

Arbeitsmarkt





3.1 Der touristische Arbeitsmarkt im Überblick

Beitrag des
Bundesministeriums für
Arbeit, Soziales, Gesundheit
und Konsumentenschutz

Im Jahresdurchschnitt 2017 waren 210.263 unselbständig Beschäftigte im Tourismus tätig. Das ist ein Plus von 1 % gegenüber 2016 und entspricht einem Anteil von 5,9 % an den aktiv unselbständig Beschäftigten (gesamt: 3.573.088, + 2, %). Die Beschäftigung im Tourismusbereich in Österreich ist durch einen hohen Frauenanteil (56,5 %), steigende Beschäftigung von Ausländerinnen und Ausländern und stark zunehmende geringfügige Beschäftigung gekennzeichnet. 2017 waren durchschnittlich 102.970 Ausländerinnen und Ausländer im Beherbergungs- und Gaststättenwesen unselbstständig beschäftigt, ihr Anteil an den Beschäftigten ist mit 49 % (gesamt: 19,5%) vergleichsweise hoch. Im Vergleich zum Vorjahr hat die Beschäftigung von ausländischen Arbeitskräften um + 3,8 % zugenommen, während um 1,5 % weniger inländische Arbeitskräfte in diesem Bereich beschäftigt waren. Der Tourismus gehört auch zu jenen Branchen, welche die Liberalisierung des europäischen Arbeitsmarktes genutzt und Stellen vermehrt mit Arbeitskräften aus den EU-Mitgliedstaaten besetzt haben. Zum Beispiel kamen im Jahresdurchschnitt 2017 von 102.970 ausländischen Beschäftigten 16.705 aus den EU 15 (davon 61 % aus Deutschland) und 51.237 aus den neuen EU-Mitgliedstaaten (EU 13). In den letzten Jahren (seit 2008) ist auch die Zahl der geringfügig Beschäftigten im Tourismus um 21.450 bzw. + 60,8 % auf 56.720 gestiegen. Ein weiteres Charakteristikum der Beschäftigungsstruktur im Beherbergungs- und Gaststättenwesen stellt das überdurchschnittlich junge Personal dar. 18,9 % (gesamt: 12,3 %) der unselbstständig Beschäftigten sind unter 25 Jahre und 30,2 % (gesamt: 41,2 %) über 45 Jahre alt.

Die Arbeitslosenregisterquote lag 2017 im Beherbergungs- und Gaststättenwesen mit 16,7 % weit über der gesamten Registerquote von 8,5 %. Im Jahresdurchschnitt 2017 ging die Zahl der arbeitslos vorgemerkten Personen in der Tourismusbranche um – 2.508 bzw. – 5,6 % zurück. Von den 42.260 arbeitslos vorgemerkten Personen hatten 24,8% eine

Einstellzusage für eine Arbeitsaufnahme. Insgesamt kamen 12,4 % der Arbeitslosen aus der Tourismusbranche. Die Saisonalität im Tourismus wirkt sich auf die Arbeitslosensituation insgesamt durch relativ kurze Arbeitslosigkeitsepisoden und vergleichsweise geringe Beschäftigungsdauern aus. Beispielsweise waren im Tourismus weniger als die Hälfte (45,4 %; gesamt: 74,4 %) der Dienstnehmerinnen und Dienstnehmer durchgehend über ein Jahr beschäftigt. Dagegen belief sich die durchschnittliche Dauer der Arbeitslosigkeit im Tourismus auf 79 Tage (gesamt: 101 Tage) und 77,6 % (gesamt: 66,6 %) der Arbeitslosen waren weniger als 3 Monate vorgemerkt.

Die Arbeitsministerin kann zur Deckung eines vorübergehenden zusätzlichen Arbeitskräftebedarfs im Tourismus Kontingente festlegen. Im Rahmen dieser Kontingente erhalten Saisoniers aus Drittstaaten und neue EU-Bürger (derzeit Kroatien) befristete Beschäftigungsbewilligungen. Im Sommertourismuskontingent 2017 standen den heimischen Tourismusbetrieben 731 Plätze zur Verfügung (2016: 750). Das Wintertourismuskontingent 2017/18 umfasste – wie auch in der Wintersaison 2016/17 – 1.100 Plätze. Wie schon in den Vorjahren konnten ausländische Stammsaisoniers außerhalb der Kontingente bewilligt werden. Insgesamt sind rund 1.700 Personen als Stammsaisoniers im Tourismus registriert. Der Jahresdurchschnittsbestand an sofort verfügbaren offenen Stellen aus der Tourismusbranche lag 2017 bei 7.460. Das Stellenangebot im Tourismus verzeichnet ein Plus von 1.677 Stellen bzw. + 29 % (gesamt: + 41,2 %). Der Anteil der Stellen in dieser Branche an allen offenen Stellen ist mit 13,1 % leicht gesunken (2016: 14,4%). Im Jahresdurchschnitt 2017 standen in den Tourismusberufen 402 Lehrstellensuchenden 1.546 offene Lehrstellen gegenüber. Die Lehrverhältnisse von 936 Personen wurden mit einer Lehrstellenförderung des AMS gefördert.

Die Arbeitsmarktpolitik engagiert sich im Tourismusbereich mit Förderungen und Beratungsdienstleistungen und setzt verstärkt auf Kooperationen mit Unternehmen. Insgesamt wurden 44.823 (+ 5,9 % gegenüber dem Vorjahr) Personen mit Mitteln der aktiven Arbeitsmarktpolitik unterstützt. 65 % der Förderungen entfielen auf Qualifizierungen, 46 % auf Unterstützungsmaßnahmen (darunter sind etwa die Kinderbetreuungsbeihilfe und die Betreuung in externen Beratungseinrichtungen zu verstehen) und 16 % auf Beschäftigungsförderungen. Mit dem Instrument der Eingliederungsbeihilfe konnten beispielsweise im Jahr 2017 5.696 Personen (61,1 % Frauen; 56,6 % Ältere über 45 Jahre) bei der (Re)Integration in den Arbeitsmarkt unterstützt werden.

Generell reichen die vom AMS finanzierten Qualifizierungen von Anlernkursen über Spezialisierungskurse bis zu Vorbereitungskursen für den Lehrabschluss in Tourismusberufen. Das Schulungsangebot des AMS wird stets an die Entwicklungen am Arbeitsmarkt angepasst. Für den Tourismusbereich heißt das konkret, dass auf große Flexibilität bei den Kurszeiten und auf modulare Angebote vor allem in Kombination mit Berufserfahrung fokussiert wird. Über die modulare Ausbildungsschiene „Kompetenz mit System“ können Zeiten der Arbeitslosigkeit für Qualifikation und Weiterbildung mit dem Ziel des Lehrabschlusses genutzt werden. Für den Tourismus werden Ausbildungen in folgenden Berufsbereichen angeboten: Küche und Service sowie Hotel- und Gastgewerbeassistentenz. Jugendliche, die keinen Ausbildungsbetrieb finden, haben die Möglichkeit die Lehre zum/

zur Koch/Köchin oder zur/zum Restaurantfachfrau/mann im Rahmen der überbetrieblichen Lehre zu absolvieren. Über das bundesweite Qualifizierungsprogramm „New Skills“ werden Arbeitssuchende aus dem Tourismusbereich mittels eigenen Fachkursen (z.B.: e- Tourismus und Social Media, IT Kurse, Englischkurse) auf die aktuellen Anforderungen der Branche geschult, um ihre Berufschancen zu erhöhen.

Überregionale Vermittlung

Um den dringenden Bedarf an Arbeitskräften in den Tourismusregionen zu decken, setzt das AMS verstärkt auf die überregionale Vermittlung. Konkret werden unter bestimmten Voraussetzungen und unter Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen Arbeitslose aus der Tourismusbranche aus jenen Bundesländern mit einem Überangebot an Arbeitskräften in Bundesländer mit Personalmangel vermittelt. Im Vorfeld der Vermittlung bereitet das AMS die potentiellen Arbeitskräfte gezielt auf eine Saisonbeschäftigung vor. Im Rahmen des Projekts „b.mobile werden junge Erwachsene mit Unterstützungsbedarf vor allem junge Asylberechtigte und subsidiär Schutzberechtigte in Kooperation mit der WKO auf eine Lehre im Bereich Gastronomie/Hotellerie vorbereitet, um ein Lehrverhältnis außerhalb Wiens, Niederösterreich und des Burgenlandes zu beginnen.

EURES

EURES (European Employment Services) – das europäische Jobnetzwerk der Arbeitsverwaltungen (Public Employment Services) des EWR und der Schweiz – zielt darauf ab, den europaweiten Stellenaustausch zu intensivieren und die Mobilität der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer zu erleichtern. Mobilitätsbereite Arbeitskräfte und Unternehmen werden bei der europaweiten Suche und dem Recruiting unterstützt. Im Tourismus spielt die länderübergreifende Vermittlung über EURES eine wesentliche Rolle. Der Anteil an Stellen, für die auch Personal aus Europa rekrutiert werden soll, beläuft sich auf 15,5 % (durchschnittlich liegt der Anteil bei 8,5 %). Für die Wintersaison 2016/2017 konnten via EURES 302 Personen aus anderen EU/EWR Staaten für österreichische Tourismusunternehmen vermittelt werden.

3.2 Berufsorientierung im Tourismus

Die Tourismuswirtschaft setzt kontinuierlich Initiativen zur Berufsorientierung und informiert über die zahlreichen Ausbildungsangebote im Tourismus und die vielfältigen Beschäftigungsmöglichkeiten.

Facebook-Kampagne „Starte deine Karriere mit Lehre – JETZT!“

Drei Monate (April bis Juli 2017) hat das Tourismusministerium auf seiner Facebook-Seite über Tourismusberufe informiert, mit dem Ziel, das Image der Arbeit im Tourismus zu heben und junge Menschen für einen Job im Tourismus zu gewinnen. Gepostet wurden insbesondere die 2016 durchgeführten whatchado-Interviews mit Beschäftigten im Tourismus sowie der Imagefilm über die Lehrberufe im Tourismus, welcher vom Tourismusministerium gemeinsam mit der Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft in der WKÖ 2016 beauftragt wurde. Zusätzlich wurde die Broschüre „Starte deine Karriere mit Lehre im Tourismus - JETZT!“ erstellt, die sowohl online verfügbar als auch als Printprodukt bei der Tourismus-Serviceestelle kostenlos erhältlich ist.

„Get a Job – deine Chancen im Tourismus“

Dieses interaktive Berufsorientierungsprojekt an Schulen hat sich seit der Initialförderung des Tourismusministeriums in sechs Bundesländern (Burgenland, Kärnten, Niederösterreich, Oberösterreich, Salzburg und Steiermark) nachhaltig etabliert. Fokus der Workshops ist das Kennenlernen der Ausbildungsmöglichkeiten und Karrierechancen in Gastronomie und Hotellerie.

Im vergangenen Schuljahr 2016/2017 gab es 371 Workshops an 194 Schulen mit 540 Lehrerinnen und Lehrer. 143 Hotelieren und Hotelièrs und Gastronominnen und Gastronomen stellten sich den Fragen von 7.050 Schülerinnen und Schüler.

Im Rahmen der AMS-Initiative in der Steiermark „Perspektivenwerkstatt“ wurden weitere 32 Workshops mit 348 Jugendlichen durchgeführt.

Neuaufgabe Berufsinformationbroschüre „Job mit Aussicht“

Die Tourismus-Serviceestelle hat im August 2017 in Kooperation mit der Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft in der WKÖ und der Qualifizierungsagentur die Berufsinformationbroschüre „Job mit Aussicht“ neu aufgelegt.

Auslandspraktika für Tourismuslehrlinge

Auslandspraktika helfen Lehrlingen, auch soziale, sprachliche und interkulturelle Erfahrungen zu sammeln. Die Praktika werden aus Mitteln des europäischen Programms Erasmus+ sowie des Wirtschaftsministeriums finanziert. Die Organisation läuft über den Internationalen Fachkräfteaustausch (IFA). Für den drei- bis fünf-wöchigen Aufenthalt ist lediglich ein geringer Selbstbehalt zu übernehmen. Die Tourismuslehrlinge bleiben während ihres Praktikums in Österreich sozialversichert und beziehen weiterhin die Lehrlingsentschädigung. Betriebe können eine Förderung der Lehrlingsentschädigung beantragen. Im Jahr 2017 machten 35 Tourismuslehrlinge von einem Auslandspraktikum Gebrauch.

10 Jahre Lehrlingsinitiative Amuse Bouche

In einer Festveranstaltung am 3. Mai 2017 im Marmorsaal des Regierungsgebäudes am Stubenring in Wien erfolgte der Startschuss zum 10. Wettkampf der Top-Lehrlinge aus der österreichischen Spitzenhotellerie, der im November in der Siegerehrung gipfelte. Amuse Bouche setzt sich mit großem Engagement für die Berufsnachwuchsförderung im Tourismus ein. Einmal mehr wurden die einzigartigen Perspektiven einer dualen Ausbildung für Lehrlinge und Unternehmerinnen und Unternehmer hervorgehoben. Weiters wurden die Unterstützerinnen und Unterstützer der Lehrlingsinitiative Amuse Bouche für ihr Engagement in der Berufsnachwuchsförderung der österreichischen Spitzenhotellerie geehrt.

„Lehre statt Leere“ – Lehrlingscoaching in ganz Österreich

Dieses Coaching-Programm bietet Jugendlichen in Lehre und Ausbildungsbetrieben kostenlose Beratung und Begleitung. Im Jahr 2017 kamen knapp 20% der Coachingfälle aus dem Bereich Tourismus und Freizeitwirtschaft. www.lehre-statt-leere.at

Integrations-Förderprojekte im Tourismus

Möglich ist diese Initiative durch die 2016 in Kraft getretene Änderung der Förderrichtlinie gemäß § 19c Abs. 1 Z 8 des Berufsausbildungsgesetzes (BAG). Für Maßnahmen stehen von 2016 bis 2020 jährlich bis zu 10 Millionen Euro aus Mitteln gemäß § 13e IESG zur Verfügung. Weitere Infos unter www.projektfoerderung-lehre.at

Mit Schulbeginn 2016 startete das Projekt INPETO – Integrations-Perspektive-Tourismus. Dabei werden Asylberechtigte in der Landesberufsschule Bad Gleichenberg auf eine Lehre im Tourismus vorbereitet. 2017 wurden die ersten Teilnehmerinnen und Teilnehmer in Betriebe vermittelt. Von den 18 Teilnehmerinnen und Teilnehmer des ersten Durchgangs konnten 13 Personen ein Arbeits- oder Lehrverhältnis starten. Mittlerweile haben die ersten Teilnehmerinnen und Teilnehmer bereits im Rahmen eines Lehrverhältnisses regulär die erste Berufsschulklasse erfolgreich abgeschlossen. Insgesamt sind bisher rund 50 Teilnehmerinnen und Teilnehmer in die zehnmonatigen Vorbereitungskurse eingestiegen.

Ein weiteres Projekt ist „Lehre – eine Chance für junge Asylsuchende/-berechtigte und Betriebe - Begleitung der Lehrlinge und Betriebe während der Lehrzeit“. Projektnehmer ist die BFI Salzburg Bildung GmbH. Von den 18 Jugendlichen machen fünf eine Lehre zum Restaurantfachmann, vier zum Koch und einer zum Hotel- und Gastgewerbeassistenten. Projektlaufzeit ist vom 1. April 2017 bis zum 31. März 2019. An den zwei österreichischen Tourismusschulen Wassermann gasse Wien und Bischofshofen werden sogenannte Übergangsklassen für unbegleitete Flüchtlinge geführt.

4

Themenfelder



4.1 Film & Tourismus in Österreich

Das Wirtschaftsministerium hat 2010 das Filmförderungsmodell „FISA - Filmstandort Austria“ ins Leben gerufen. Ziel des Finanzierungsinstruments ist, in Bezug auf das Kulturgut Film die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und die Wettbewerbsfähigkeit der österreichischen Filmwirtschaft zu verbessern, nachhaltige Impulse für den Filmproduktionsstandort zu setzen, die internationale Zusammenarbeit durch internationale Koproduktionen zu verbessern und die Verwertung der geförderten Filme zu erhöhen. Im Gegensatz zu den bereits auf Bundes- und Länderebene bestehenden Fördermodellen stellt FISA die wirtschaftliche Verwertbarkeit von Filmen in den Mittelpunkt. Mit einem Fördervolumen von 7,5 Millionen Euro wurden im Jahr 2017 30 Kinofilme gefördert. Damit wurde 2017 alleine aus der Herstellung eine Wertschöpfung im Ausmaß von rund 37,8 Millionen Euro in Österreich erzielt. Somit hat ein Euro an eingesetzten Fördermitteln zu fünf Euro an zusätzlichen Investitionen im Inland geführt.

Im Zeitalter der Digitalisierung erfährt das Thema Bewegtbild und Film eine ganz neue Bedeutung. Die emotionale Ansprache durch den Film spielt für den Tourismusstandort Österreich eine zunehmend wichtige Rolle. Diesen Status Quo nahm das BMNT gemeinsam mit der Film Location Austria und der Fachhochschule Salzburg Anfang Oktober 2018 zum Anlass, um den ersten Kongress zum Thema „Digitaler Film im Tourismus“ zu veranstalten. Der Kongress fand parallel zum bereits etablierten Brennpunkt eTourism Kongress in Salzburg statt. Die Veranstaltung diente einerseits zum Netzwerkaufbau, Erfahrungs-, Informations- und Wissensaustausch unter Expertinnen und Experten aus den Bereichen Digitalisierung und „Film in Österreich“ und andererseits wurde aufgezeigt, wie digitale Medien für die Vermarktung von Filmproduktions-Standorten als touristische Werbemaßnahme effizient genutzt werden können.

4.2 „Forschungskompetenzen für die Wirtschaft“

2 Millionen Euro (Re-)Qualifizierungsoffensive für Fachkräfte im Tourismus –Schwerpunkt „Digitalisierung in der Tourismuswirtschaft“

Der digitale Wandel verändert die Tourismusbranche nachhaltig und durchdringt sämtliche Lebens- und Gesellschaftsbereiche. Dabei birgt sie enorme Chancen und Möglichkeiten, die es für alle Tourismusverantwortlichen (z. B. neue Produkte, Services und Wertschöpfungsketten) zu nutzen gilt. Um diese Chancen bestmöglich zu nutzen, soll die Branche durch entsprechende (Förder-)Maßnahmen konsequent unterstützt werden, und in einem weiteren Schritt sollen die wirtschaftlichen, rechtlichen und infrastrukturellen Rahmenbedingungen optimiert werden.

Gut ausgebildete Fachkräfte und Innovationspersonal im Tourismus sind eine Grundvoraussetzung, um den hohen Qualitätsansprüchen der Gäste in Österreich gerecht zu werden. Die Digitalisierung verändert Berufsbilder im Tourismus grundlegend und verlangt stets neues Wissen. Der Ausbau an digitalem Know how,

IKT- und Innovationskompetenzen sind daher ein Muss für alle Unternehmen und ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Die „Digitalisierungsstrategie für den österreichischen Tourismus“ (siehe Seite 10) sieht in ihrem Maßnahmenkatalog unter anderem vor, mehr Forschungskompetenz und Innovation in den Tourismus zu tragen. Anfang März 2018 wurde nun erstmals das vom Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort getragene Förderprogramm „Forschungskompetenzen für die Wirtschaft (FOKO)“ für die österreichische Tourismuswirtschaft geöffnet und ein branchenspezifischer Schwerpunkt „Digitalisierung in der Tourismuswirtschaft“ gesetzt.

Die Förderinitiative soll die Branche dabei unterstützen, das Innovationspotenzial in den Tourismusbetrieben durch die neu erworbenen Kompetenzen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu steigern, die Branche noch besser mit der Wissenschaft zu vernetzen um den aktuellen Herausforderungen rasch und innovativ wie etwa durch neue Geschäftsmodelle zu begegnen.

Mit dem Call werden für die (Re-)Qualifizierung von Fachkräften im Tourismus 50 % der gesamten Fördermittel (d.h. 2 Mio. von 4 Mio. Euro Fördersumme gesamt) für Projekte aus dem Tourismus reserviert. Der aktuelle Call war bis Mitte Juli 2018 geöffnet und die Auswahl der förderwürdigen Anträge wird von einer Fachjury im Oktober 2018 getroffen. Pro Projekt konnten bis zu 500.000 Euro beantragt werden. Die gesamte Abwicklung des Förderprogramms erfolgt über die Forschungsförderungsgesellschaft (www.ffg.at).

Mit der Öffnung des Förderprogramms FOKO für den Tourismus wird die gute Kooperation zwischen Wirtschaft, Wissenschaft und allen Tourismusverantwortlichen deutlich, die wesentlich zur Stärkung des heimischen Wirtschaftsstandortes und der Wettbewerbsfähigkeit beiträgt. Vor allem die KMU der Tourismusbranche können von dem Förderangebot profitieren und Best Practices schaffen, die Österreich als attraktiven digitalen Zukunfts- und Wirtschaftsstandort etablieren.

4.3 Nachhaltigkeit im Tourismus

Nachhaltigkeit ist nichts Neues und hat längst Eingang in alle Wirtschafts- und Lebensbereiche gefunden. Bereits 1972 haben die Vereinten Nationen die Nachhaltigkeitsziele in ihren drei Dimensionen „ökonomisch, ökologisch und sozial“ verankert. In Österreich bekennen sich Bund und Länder zu dem Leitgedanken, ein Österreich zu schaffen und zu erhalten, das langfristig eine intakte Umwelt, wirtschaftliche Leistungsfähigkeit und sozialen Zusammenhalt garantiert, ohne dabei die Generationengerechtigkeit zu verletzen oder sich der globalen Verantwortung zu entziehen.

Dies wird sehr ernst genommen. So finden Nachhaltigkeitsaspekte zum Beispiel bei der Vergabe von Förderungen Berücksichtigung, tourismuspolitische Impulse begünstigen die Umsetzung von energieeffizienten, ressourcenschonenden und umweltfreundlichen Lösungen in den Unternehmen. Barrierefreiheit wird unter „Tourismus für alle“ erlebbar gemacht, nachhaltige Mitarbeiterführung im Tourismus ist „State of the

Art“. Tourismus- und Mobilitätsanbieter arbeiten gemeinsam erfolgreich an nachhaltigen Mobilitätslösungen. Eine Herausforderung bleibt das Thema Klimawandel. Dazu setzt die gesamte Branche Maßnahmen zur Anpassung von umweltfreundlicher Beschneidung über alternative Winterangebote bis zur Saisonentzerrung.

Einen Überblick über entsprechende Aktivitäten des Bundesministeriums für Nachhaltigkeit und Tourismus finden Sie auf der Website des BMNT unter www.bmnt.gv.at sowie in den nachfolgenden Artikeln.

4.4 Nachhaltige Mobilität im Tourismus

Die aktuellen Trends zu kürzeren und häufigeren Urlaubsreisen, „Urlaub ohne Auto“ und „Nutzen statt Besitzen“ sowie der digitale Fortschritt bringen auch Veränderungen des Mobilitätsverhaltens der Gäste mit sich. Die Auswirkungen machen sich in den Urlaubsregionen immer stärker bemerkbar. Um Tourismusdestinationen fit für die Bewältigung dieser Veränderungen zu machen, sind attraktive und innovative Mobilitätslösungen vor Ort sowie die Kooperation bei deren Umsetzung für den nachhaltigen Erfolg von zentraler Bedeutung.

Seit 2013 kooperieren in einer interministeriellen Arbeitsgruppe Vertreterinnen und Vertreter aus Tourismus, Umwelt und Verkehr mit dem Ziel, für das Thema „Nachhaltige Mobilität im Tourismus“ zu sensibilisieren und die Zusammenarbeit zwischen tourismus-, verkehrs- und umweltpolitischen Verantwortlichen auf allen Ebenen voran zu treiben.

4.5 Alpenweiter Tourismus-Mobilitätstag in Werfenweng, Salzburg

Am 19. Oktober 2017 fand der bereits vierte Tourismus-Mobilitätstag statt. Über 150 Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus sieben Alpenländern nutzten die Möglichkeit, sich über nachhaltige Mobilitätslösungen in Tourismusdestinationen und die Herausforderungen veränderter Mobilitätsbedürfnisse im Alpenraum auszutauschen, Ideen zur regionalen Angebotsentwicklung zu sammeln und über mögliche grenzüberschreitende Kooperationen zu sprechen.

Organisiert wurde dieser Vernetzungstag wieder von der interministeriellen Arbeitsgruppe, diesmal gemeinsam mit dem Schweizer Bundesamt für Raumentwicklung im Rahmen des Österreichischen Vorsitzes der Alpenkonvention sowie unter dem Dach des für 2017 von den VN ausgerufenen Internationalen Jahres des „Nachhaltigen Tourismus für Entwicklung“.

Nach einer Einführung in die „Touristische Mobilität von morgen“ durch Prof. Widar von Arx wurden am Vormittag in den zwei Panels „Im Portrait: Nachhaltig mobile Tourismusgemeinde“ und „Zug um Zug - Bahnreisen im Alpenraum“ besonders gelungene Beispiele aus den Alpenländern zu nachhaltigen Mobilitätslösungen präsentiert und Fragen

zur Bildung von Partnerschaften, Finanzierung und Erfahrungen erörtert. Am Nachmittag standen Impulsreferate zu den strategischen Projekten „SchweizMobil – Netzwerk für Langsamverkehr“ und „Mobilitätscoach Tirol“ auf dem Programm, bevor im dritten Panel das Thema „Gästekarten machen mobil“ diskutiert wurde.

4.6 Plattform „Nachhaltige Mobilität im Tourismus“

Aufgrund des großen Interesses zur Zusammenarbeit zum Thema Tourismus und nachhaltige Mobilität, richtete die interministerielle Arbeitsgruppe im Jahr 2016 eine Plattform zu nachhaltiger Mobilität im Tourismus ein. Zum regelmäßigen Austausch (2 mal jährlich) mit Expertinnen und Experten aus Tourismus, Verkehr und Umwelt auf Bundes- und Landesebene über die wichtigsten Herausforderungen und geplanten Aktivitäten sowie die Entwicklung adäquater gemeinsamer Mobilitätslösungen. Die Themen für die Sitzungen werden gemeinsam ausgewählt und von Mitgliedern der Plattform unter Hinzunahme weiterer Expertinnen und Experten aufbereitet. Kernthemen bei der 3. Sitzung im April 2017 in Wien waren die Aufgaben und Strukturen von Mobilitätsmanagement und -zentralen in den einzelnen Bundesländern. Außerdem ging es um Schulungsmaßnahmen von Tourismusverbänden und Vermieterinnen und Vermieter in Bezug auf Mobilität. Die vierte Sitzung fand im Anschluss an den Tourismus-Mobilitätstag im Oktober 2017 in Werfenweng statt und hatte die Themen „Internationale Mobilität und Ticketing“ und „Routenplaner“ im Fokus.

4.7 Rail Tour für Touristikerinnen und Touristiker

Die beim 1. Tourismus-Mobilitätstag (2014) gestartete „Rail Tour für Touristiker“ machte am 29. November 2017 Station in Krems. Touristikerinnen und Touristiker aus Niederösterreich nutzten die Chance sich mit Expertinnen und Experten von ÖBB, klimaaktiv mobil und dem Tourismusministerium auszutauschen und zu vernetzen sowie bestehende Beispiele und Kooperationen zum Thema „umweltfreundliche Mobilitätslösungen im Tourismus“ kennenzulernen.

4.8 Internationales Jahr des Nachhaltigen Tourismus für Entwicklung 2017

Das Jahr 2017 wurde von den Vereinten Nationen zum Internationalen Jahr des nachhaltigen Tourismus für Entwicklung erklärt. Als zentrale Koordinationsstelle rief die World Tourism Organization (UNWTO) Tourismusverantwortliche zu Initiativen auf, die zur Umsetzung der 17 globalen Nachhaltigkeitsziele (Sustainable Development Goals - SDGs) beitragen. Weltweit wurden mehr als 1000 Aktionen unter das Dach des internationalen

Jahres 2017 gestellt, die sowohl ökologische als auch ökonomische und sozio-kulturelle Nachhaltigkeitsaspekte ansprachen.

Am Welttourismustag 2017 wurden österreichische, deutsche und schweizer Tourismusdestinationen zu einem grenzüberschreitenden Austausch rund um die Erfolgsfaktoren und Herausforderungen nachhaltiger Tourismusedwicklung auf regionaler sowie Gemeindeebene nach Wien eingeladen. Aus den Diskussionen entstanden „Anregungen für Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträger“, die für die Gestaltung von regionalen Nachhaltigkeitsprozessen von Nutzen sind.

In Zusammenarbeit mit ECPAT Österreich und dem Österreichischen Umweltzeichen wurden Nachhaltigkeitstage an Tourismusschulen initiiert, um das Thema noch stärker in den Köpfen der künftigen Touristikerinnen und Touristiker zu verankern.

Der im Jänner 2017 präsentierte Online-Folder „Tourismus und die SDGs – wie kann Tourismus beitragen“ wird laufend um neue Initiativen ergänzt.

Besonders im Fokus stehen weiterhin die Themen Mobilität, Ressourcenmanagement, Barrierefreiheit, Ethik und Kinderschutz. Das Thema Klimawandel und Tourismus wird immer wieder in der Beauftragung wissenschaftlicher Studien aufgegriffen. Details zu den Initiativen 2017 des BMNT finden Sie auf der Website des BMNT.



4.9 Radtourismus in Österreich

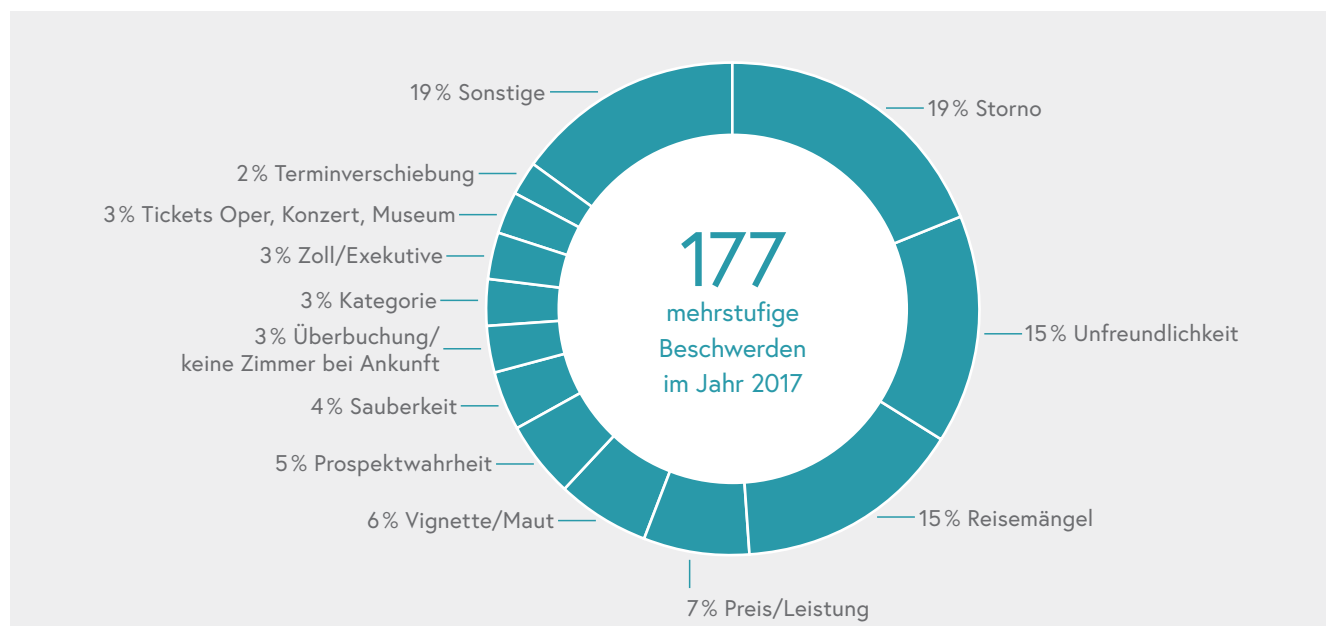
Im Jahr 2017 widmeten sich die Arbeitsgruppe Radverkehr unter dem Vorsitz des damaligen BMLFUW und die Arbeitsgruppe Radtourismus unter dem Vorsitz des damaliges BMWFV gemeinsam der Zielsetzung einer „einheitlichen Radwegweisung in Österreich“. Zentraler Bestandteil ist dabei die Entwicklung einer mit allen Bundesländern abgestimmten Systematik zur Definition österreichweiter Radrouten. Die Arbeiten dazu werden 2018 fortgeführt.

Im Rahmen der 9. Mitgliederversammlung der ARGE Donau Österreich wurden im Februar 2017 die Ergebnisse der „Gästabefragung Donauradweg 2016“ veröffentlicht. Ziel dieser vom Tourismusministerium unterstützten Erhebung war, die Gästabefragung an den 17 Frequenz-Zählstellen entlang des Donauradwegs aus dem Jahr 2010 zu wiederholen, um die Veränderungen hinsichtlich qualitativer Kriterien, wie Gästestruktur, Kundenzufriedenheit usw. messen zu können. Nähere Informationen gibt es unter: <https://presse.donauregion.at/detail/article/20367-mitgliederversammlung-arge-donau-oesterreich.html>

Seit Mai 2016 fungiert die Radlobby Österreich als Koordinierungsstelle für die EuroVelo-Angelegenheiten in Österreich. Im Dezember 2017 ging die neue Webseite www.eurovelo.at online, die jene vier EuroVelo-Routen, die durch Österreich führen, abbildet.

4.10 Vermittlung in Konfliktfällen

Aufgabe der Tourismus-Servicestelle ist die kostenlose, unbürokratische und unparteiische Vermittlung in Konfliktfällen zwischen Reisenden und Tourismusanbieterinnen und Tourismusanbieter. Bei rund 60% der mehrstufigen Beschwerdefälle konnte 2017 rasch und unbürokratisch eine Lösung gefunden werden.





4.11 Urlaub am Bauernhof

Beitrag von Hans Embacher, Geschäftsführer von Urlaub am Bauernhof in Österreich (UaB)

Die Zahl der Nächtigungen auf Bauernhöfen hat in der Kategorie „privat am Bauernhof“ (bis 10 Betten, ohne Ferienwohnungen) 2017 um 2,6 % abgenommen, jene der angebotenen Betten um 5,3 % abgenommen. Der Strukturwandel hin zu Ferienwohnungen geht unverändert weiter. Bei den Ferienwohnungen (am Bauernhof) sank 2017 die Zahl der UaB-Betten gegenüber dem Vorjahr um 1,2 %, die UaB-Nächtigungen in Ferienwohnungen nahmen gleichzeitig um 3,7 % zu (Quelle: Statistik Austria). Somit konnte die Auslastung sowohl bei den Zimmern als auch bei den Ferienwohnungen auf den Bauernhöfen gesteigert werden.

Urlaub am Bauernhof – Eine starke Marke mit geprüfter Qualität

Seit 1991 arbeiten 2.262 Ferienbauernhöfe (davon 12 % gewerbliche Betriebe) mit aktuell insgesamt ca. 27.700 Gästebetten in der österreichweiten Urlaub am Bauernhof-

Organisation zusammen, welche im Rahmen des ökosozialen Weges der Landwirtschaft gegründet wurde. Die durchschnittliche Betriebsgröße beträgt 12,6 Gästebetten. Voraussetzung für die Mitgliedschaft bei einem der acht UaB-Landesverbände (alle Bundesländer außer Wien) ist eine aktive Landwirtschaft und die Qualitätsüberprüfung mit 2, 3, 4 oder 5 Blumen. Grundlage der Zusammenarbeit ist die gemeinsame Marke „Urlaub am Bauernhof“.

Herausforderung: dynamische Qualitätsentwicklung

Die sich rasch ändernden Kundenbedürfnisse und die steigende Marktdynamik ist eine große Herausforderung sowohl für die UaB-Organisation als auch für die bäuerlichen Vermieterinnen und Vermieter. Durch die Zusammenarbeit im Cluster konnten die neuesten Tools in diesem Bereich speziell für UaB gemeinsam entwickelt werden: ein spezieller Fragebogen für die Bewertung durch die UaB-Gäste. Mit dem neuen TrustYou-Analysetool werden Gästebefragungsergebnisse auch von anderen Bewertungsplattformen zusammengespielt und damit ist erstmals die Evaluierung der UaB-Qualitätsentwicklung, das Vergleichen mit Mitbewerberinnen und Mitbewerber, eine systematische Analyse der Gästebedürfnisse und damit ein kontinuierliches Qualitätsmonitoring möglich.

Auf der Grundlage der aktuellen Gästebewertungen wurden 2017 neue Qualitätskriterien für Urlaub am Bauernhof, Winzerhöfe, Almen und Landhöfe erarbeitet und umgesetzt. Der Nutzen für den Gast ist ein österreichweit abgestimmtes, einheitliches Qualitätssystem und damit die Vergleichbarkeit der Einstufungen und Qualitätssicherheit über die subjektiven Bewertungen hinaus. Im Mittelpunkt der Qualitätsarbeit steht dabei die konsequente Ausrichtung auf die Alleinstellung „bäuerliches Lebensgefühl/ bäuerliche Welt. Die neu umgesetzte 5. Blumenkategorie soll ein kleines Segment von Top-Betrieben auszeichnen. Diese Premiumqualität bietet eine zusätzliche Differenzierung der UaB-Angebote im gehobenen Qualitätsbereich. Damit einhergehen u.a. auch neue Zielgruppen, Vermarktungsmöglichkeiten und Kooperationen.

Die dynamische und flexible Anpassung der UaB-Qualitätssicherung ist eine wesentliche Basis für die Entwicklung und Steuerung der UaB-Angebote sowie für das Marketing im Umfeld der sich rasch ändernden Qualitätsbedürfnisse des Marktes und der Gäste und für die langfristige Sicherstellung der hohen Zufriedenheitswerte der UaB-Gäste.

Gemeinsam auf den Markt

Durch den gemeinsamen Auftritt wird das Urlaub am Bauernhof-Angebot der vielen Klein(st)Betriebe als ganzjähriges Qualitätsangebot positioniert und am Markt erkennbar. Die Vielfalt, Individualität und Unterschiedlichkeit der Anbieterinnen und Anbieter wird dabei bewusst als Stärke präsentiert. Mit strategischer Angebotsdifferenzierung wird das UaB-Angebot für die Gäste überschaubar, Kundinnen und Kunden finden entsprechend ihrer individuellen Urlaubsmotive und -bedürfnisse die passenden Angebote. Durch

Konzentration der Marketing-Budgets sind größere Kampagnen (wie z.B. TV-Promotions) oder die Bearbeitung der Wachstumsmärkte Ungarn, Tschechien und Polen realisierbar. Eckpfeiler der Marketingarbeit sind vielfältige Wirtschaftskooperationen und in den letzten Jahren vor allem das Internet. Durch gezieltes Communitybuilding wird Gästebindung an die Urlaubsform angestrebt (zusätzlich zur emotionalen Bindung an den Hof).

Mit Internet ins Bauernbett

Die gemeinsame UaB-Internet-Plattform www.UrlaubamBauernhof.at besteht seit 1998. In der Zwischenzeit ist das Internet zum wichtigsten Marketinginstrument für die Mitgliedsbetriebe geworden. Mit Hilfe des UaB-Channelmanagements wird die Dateneingabe für die Betriebe erleichtert – bei Auftritt auf mehreren Plattformen werden durch den automatischen Datenabgleich Doppelbuchungen verhindert. Der Bereich Online-Buchungen ist stark wachsend: im Jahr 2017 wurde über das UaB-Channelmanagement ein Online-Umsatz von 10,015 Mio. Euro (+29% gegenüber 2016) aus 96 verschiedenen Ländern generiert.

Marktpotenzial

Laut Deutscher Reiseanalyse 2017 interessieren sich 6,9 Millionen (bzw. 10,0%) Deutsche über 14 Jahre für einen Bauernhof-Urlaub in den Jahren 2017–2019 (D-Marktanteil an den UaB-Nächtigungen: 60%). Von den Marktforschern wird den Ferien auf dem Bauernhof ein „großes Wachstumspotenzial für die kommenden Jahre“ attestiert, da die Zahl der Interessierten wesentlich größer ist als die Zahl der „bisherigen Realisierer“. 69% der Österreicherinnen und Österreicher interessieren sich laut IGF-Untersuchung (Institut für Grundlagenforschung 2016) für einen Bauernhof-Urlaub (Ö-Marktanteil an den UaB-Nächtigungen: ca. 30%).



Wirtschaftlichkeit: Rekordsommer

Die Mitgliedsbetriebe erreichten eine Auslastung von 66 Vollbelegtagen/-Gästebetten in der Sommersaison 2017 und 46 Vollbelegtagen in der Wintersaison 2016/17 (auf Zimmer bzw. Ferienwohnung-Basis wäre diese noch erheblich höher). Nicht nur die Auslastung, auch der Durchschnittspreis der Mitgliedsbetriebe liegt mit 37 Euro pro Person/Tag (Zi/Frühstück; +6% gegenüber dem Vorsommer) bzw. 88,30 Euro pro Ferienwohnung (4 Personen) erheblich über dem statistischen Durchschnitt aller UaB-Betriebe. Die Preise wurden seit Beginn der UaB-Zusammenarbeit um + 182% angehoben (bei einer kumulierten Inflation von 70% im gleichen Zeitraum). Diese Preisentwicklung auf dem sehr wettbewerbsintensiven Tourismusmarkt reflektiert die erfolgreiche Positionierung von UaB als touristisches Qualitätsangebot.

Damit ist die Wirkung der bäuerlichen Vermietung auf die Belebung der ländlichen Regionen nicht unerheblich: die Tagesausgaben aller UaB-Gäste werden auf ca. 1,0 Mrd. Euro jährlich geschätzt, im ländlichen Raum werden damit ca. 23.000 Arbeitsplätze geschaffen bzw. gesichert.

Europaweit gilt der „österreichische Weg“ als Vorbild für eine gemeinsame Organisation und eine abgestimmte Strategie, um mit dem ländlichen Tourismus trotz scharfer Veränderungsdynamik und Verdrängungswettbewerb auf dem Tourismusmarkt erfolgreich zu sein.

UaB-Entwicklung 1991-2017

Jahr	Ø Preis in Euro Sommer, Zi/FSt	Vollbelegtage pro Bett/Jahr	Ø Umsatz/Bett in Euro
1991	13,10	90	1.179
2007	22,90	102	2.235,8
2017	37,00	112	4.144

Verbraucherpreisindex (Basis: 1986): 1991: 113,1 / 2007: 157,8 / Dez 2017: 192,3

Quelle: Statistik Austria



4.12 Reisebürobranche

Beitrag des
Fachverbands der
Reisebüros, WKÖ

Mit Stichtag 31.12.2017 übten 2.669 Betriebe das Reisebürogewerbe aus, 2.149 davon verfügen über eine unbeschränkte Reisebüroberechtigung. Rund 730 dieser Reisebüros treten als Reiseveranstalter auf.

In den Reisebüros sind rund 9.900 unselbstständige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt (Quelle: WKO Beschäftigungsstatistik in der Kammersystematik 2016, unselbstständige inkl. geringfügig Beschäftigte). Sie brachten einen Umsatzerlös von rund 4,3 Mrd. Euro. Reisebüros bilden derzeit rund 260 Lehrlinge aus. Incoming-Reisebüros tragen mit rund 24 Mio. gebuchten Nächtingungen und einem Umsatz von rund 1 Mrd. Euro zum Erfolg des heimischen Tourismus bei. Gemessen an der Bevölkerungszahl hat Österreich eine hohe Reisebürodichte, statistisch gesehen versorgt ein Reisebüro rund 3.200 Einwohnerinnen und Einwohner.

Unternehmensstruktur

Die Reisebürobranche ist durch sehr viele Kleinunternehmen geprägt, es dominieren Betriebe mit bis zu neun Beschäftigten. Auf diese Kleinbetriebe entfallen zwar 80 % aller Reisebüros, sie teilen sich aber nur knapp ein Fünftel der Umsatzerlöse der Branche. Den Großteil des Umsatzvolumens der Branche lukrieren die rund 40 Unternehmen mit 50 und mehr Beschäftigten. 75 % des gesamten Reisemarkts in Österreich entfallen auf nur vier große Veranstalter.

5 Förderungen





5.1 Förderungen für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft

Budgetmittel für Förderungsmaßnahmen im touristischen Bereich waren im Jahr 2017 im Teilheft zum Bundesvoranschlag beim Kapitel „Wirtschaft“, Untergliederung 40, veranschlagt. Der Einsatz der Mittel stellt sich wie folgt dar:

Der weit überwiegende 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 Tourismusministerium kommt dabei die Schnittstellenfunktion zu, die im Wesentlichen die Ausarbeitung der Rechtsgrundlagen und die Kontrolle ihrer Einhaltung, die Teilnahme an der Entscheidungsfindung sowie die Sicherstellung des Mittelflusses umfasst.

Überdies werden auf Grundlage der „Allgemeinen Rahmenrichtlinien für die Gewährung von Förderungen aus Bundesmitteln (ARR 2014)“, BGBl. II Nr. 208/2014 in der jeweils geltenden Fassung – teilweise auch in Verbindung mit EU-Kofinanzierungsmitteln – direkt Förderungsmittel für touristische Projekte vergeben.

Im Rahmen des ERP-Jahresprogramms werden vom ERP-Fonds auch für die Einräumung von ERP-Krediten an die Tourismuswirtschaft jährlich Mittel bereitgestellt, die über die ÖHT als Treuhänderin des ERP-Fonds angesprochen werden können.

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

Betriebliche Tourismusförderung des Tourismusministeriums

Im Mittelpunkt der betrieblichen Tourismusförderung stehen die TOP-Tourismus-Impuls-Förderungsprogramme. Mit dem Angebot der TOP-Tourismus-Impuls-Förderung soll die weitere Entwicklung des Qualitätstourismus in der österreichischen Tourismus- und Freizeitwirtschaft sichergestellt werden.

Im Jahr 2017 wurden mit der „KMU-Investitionszuwachsprämie Österreich“ und der „Investitionszuwachsprämie (IZP) für große Unternehmen in Österreich“ zwei weitere Förderungen initiiert. Gegenstand der Förderung ist jeweils der Zuwachs an materiellen aktivierungspflichtigen Neuinvestitionen des abnutzbaren Anlagevermögens, die in einer Betriebsstätte in Österreich realisiert wurden. Damit wurde ein Anreiz für Unternehmensinvestitionen in Österreich geschaffen.

Folgende Zahlen skizzieren das Jahr 2017 im Bereich der Tourismus- und Freizeitwirtschaft:

- 1.328 Förderungsfälle mit einem bundesseitigen Förderbarwert von rund 43 Mio. Euro wurden positiv erledigt. Ohne Berücksichtigung der IZP-Fälle wurden insgesamt 834 Förderungsfälle mit einem bundesseitigen Förderbarwert von rund 18 Mio. Euro gefördert.
- 99,2 % aller Förderempfängerinnen und Förderempfänger sind KMU; rund 94 % sind kleine Unternehmen. Die Förderungen erreichen damit zielsicher die klassische Familienhotellerie Österreichs.
- 103 Jungunternehmerinnen und Jungunternehmer konnten insgesamt unterstützt werden. Im Rahmen dieser Projekte wurden Investitionen im Umfang von etwa 22,1 Mio. Euro umgesetzt.
- Hotelunternehmen mit rund 44.000 Betten wurden im Hard- bzw. Software-Bereich qualitativ verbessert, das sind etwa 7,6 % des gesamten gewerblichen Bettenangebotes Österreichs.
- Die unterstützten Unternehmen werden nach Durchführung der geplanten Maßnahmen Umsätze in Höhe von rund 1,284 Mrd. Euro erzielen. In den geförderten Unternehmen werden mehr als 24.700 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt sein. Etwa 11 % der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer des Beherbergungs- und Gaststättenwesens arbeiten demnach in geförderten Unternehmen.
- Der Mitteleinsatz auf Bundesebene betrug (als Subventionsäquivalent) rund 43 Mio. Euro oder rund 0,2 % der direkten Wertschöpfung des Tourismus (lt. TSA, Prognose für 2016).

Weitere Informationen zu den 2017 durchgeführten Förderungsmaßnahmen finden sich auf der Homepage der ÖHT unter www.oehrt.at und in nachfolgendem Gastbeitrag der ÖHT-Geschäftsführung.

Leuchtturmprojekte

Im Jahr 2017 wurde die erfolgreiche Förderungaktion „Innovationsmillion – Leuchtturmprojekte“ erstmals themenspezifisch durchgeführt, für deren Umsetzung sowohl Tourismusförderungsmittel als auch EU-Mittel aus dem Österreichischen Programm für ländliche Entwicklung 2014 - 2020 herangezogen werden.

Im Rahmen eines Projektaufrufs zum Thema „Digitalisierung im Tourismus“ wurden nach Durchführung des formalen Auswahlprozesses aus 19 Finalisten sieben Siegerprojekte seitens einer Fachjury ermittelt. Eine Kurzbeschreibung zu diesen Siegerprojekten kann auf der Webseite des BMNT abgerufen werden: <https://www.bmnt.gv.at/tourismus/tourismusfoerderungen/leuchtturmprojekte.htm>

Tourismusförderungen des Tourismusministeriums

Förderungsmöglichkeiten bestehen vor allem für Vorhaben mit besonderer touristischer Bedeutung, die über den Interessensbereich eines einzelnen Bundeslandes hinausgehen. Die Schwerpunkte bilden die Förderung der alpinen Infrastruktur sowie die EU-Förderprogramme mit nationaler Kofinanzierung.

Förderung der alpinen Infrastruktur

Seit 1981 unterstützt das Tourismusministerium jährlich die Finanzierung der laufenden Investitionsmaßnahmen der alpinen Schutzhütten und der Wander- und Bergwege, die von den im Verband der alpinen Vereine Österreichs (VAVÖ) zusammengeschlossenen Vereinen betreut werden (Österreichischer Alpenverein, Naturfreunde Österreich, Österreichischer Touristenklub, diverse Kleinvereine). Diese zwölf Mitgliedsvereine des VAVÖ betreuen rund 440 Schutzhütten. Im Jahr 2017 wurden Förderungsmittel in der Höhe von 3,6 Mio. Euro bereitgestellt. Die Ziele der Förderung bestehen in der Sicherung des Bestandes und Erhaltung/Weiterentwicklung der Qualität der Schutzhütten und Wege. Gefördert werden Investitionen in Bausubstanz, Komfort/Sicherheit für Gäste und Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Behördenaufgaben (Brandschutz, Arbeitnehmerinnen- und Arbeitnehmerschutz, Hygiene, etc.). Die Förderung wird auf Basis eines Rahmenförderungsvertrages für die Förderung der alpinen Infrastruktur 2014–2017 abgewickelt.

EU-Förderprogramme

In der aktuellen Programmperiode 2014–2020 werden Tourismusförderungsmittel auch zur Kofinanzierung von EU-Projekten eingesetzt. Im Bereich der EU-kofinanzierten Förderungen werden vor allem nicht betriebliche, innovative Projekte mit überregionalen Wirkungen, die Vorbildcharakter aufweisen und Synergien im touristischen Bereich erzeugen, unterstützt.

Österreichisches Programm für ländliche Entwicklung 2014–2020 (ELER)

Im Rahmen der Umsetzung des LE-Programms 2014 - 2020 übernimmt die Abteilung Tourismus-Förderungen die Funktion einer bewilligenden Stelle für spezifische Vorhabensarten (Submaßnahmen), die darauf abzielen, die Wettbewerbsfähigkeit des Tourismus im ländlichen Raum zu stärken:

- Vorhabensart 7.5.1.a „Investitionen in kleine touristische Infrastruktur“
- Vorhabensart 16.3.1.b „Zusammenarbeit von kleinen Wirtschaftsteilnehmerinnen und Wirtschaftsteilnehmer bei der Entwicklung und/oder Vermarktung von Tourismusdienstleistungen mit Bezug zu ländlichem Tourismus“

Im Jahr 2017 konnten vier Tourismusprojekte in ländlichen Gebieten, die im Wege eines Projektauftrags ermittelt wurden, mit insgesamt rund 0,4 Mio. Euro (nationale Mittel und ELER-Mittel) genehmigt werden.

Nähere Informationen über die Möglichkeiten der Antragstellung für das Jahr 2018 können auf der Webseite des BMNT (www.bmnt.gv.at unter Tourismusförderungen) abgerufen werden.

Europäischer Fonds für regionale Entwicklung in Österreich 2014–2020 (EFRE)

Hier kommen wiederum zwei Zielsetzungen zum Tragen, die in den dazugehörigen operationellen Programmen im Detail ausgeführt werden:

- Ziel „Investitionen in Wachstum und Beschäftigung“ (IWB) Einsatz von EFRE-Mittel zur betrieblichen Tourismusförderung im Wege der Österreichischen Hotel- und Tourismusbank (ÖHT)
- Ziel „Europäische Territoriale Zusammenarbeit“ (ETZ)
Weiterhin sollen auch im Bereich der grenzüberschreitenden und transnationalen ETZ-Programme Tourismusprojekte unterstützt werden, die den strategischen Schwerpunkten entsprechen (geographischer Fokus: Alpen-, und Donaauraum; bzw. thematischer Fokus: grenzüberschreitende Themenwege, Kulturstraßen etc).

Für weiterführende Informationen zu den Europäischen Struktur- und Investitionsfonds 2014 - 2020 wird auf die Website der ÖROK www.oerok.gv.at verwiesen.

5.2 Investitionen im Tourismus – Aus „Boom“ wird „Trend“

Beitrag der
Geschäftsleitung
der Österreichischen
Hotel- und
Tourismusbank

Der heimische Tourismus ist weiterhin die Konjunkturlokomotive Österreichs. Unsere Hotellerie investiert massiv in qualitätsverbessernde und betriebsgrößenoptimierende Maßnahmen und erzielt dadurch Zuwächse in den Nächtigungsziffern, steigert ihre Wettbewerbsfähigkeit und schafft ein deutliches Wertschöpfungsplus.

Im Jahr 2017 konnte das durch die Österreichische Hotel- und Tourismusbank (ÖHT) geförderte Investitionsvolumen erstmals auf über 1 Milliarde Euro ausgeweitet werden. Vergleicht man die ÖHT-Statistiken für das Wirtschaftsjahr 2017 mit dem Vorjahr, so zeigen sich massive Steigerungen der eingereichten Förderungsansuchen (+ 46 %), der positiven Erledigungen von Anträgen (+ 83,4 %) sowie des geförderten Gesamtinvestitionsvolumens (+ 59,4 %).

Über die Vernetzung der Förderungen von Bund und den Ländern wurden hochattraktive Förderungsprodukte geschaffen, mit denen die ÖHT vor allem Qualitätsverbesserungen und Betriebsgrößenoptimierungen in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft unterstützt. Diese Bund-Länder-Kooperationen geben die richtigen Signale, um die Investitionstätigkeit der österreichischen Hotellerie weiterhin zu stärken. Sie sind möglich, weil die ÖHT nicht nur als Förderungsstelle, sondern auch als Bank agiert, sich damit über eigene Kreditprodukte ergänzt und Förderbeiträge von Bund und Ländern in sehr hohem Ausmaß in die Finanzierungsstrukturen einbinden kann.

Heimischer Tourismus investiert kräftig in die Qualität

Die Förderungsinstrumente der ÖHT haben einen Strukturwandel in der Beherbergungsbranche möglich gemacht, der im Zeitvergleich deutlich sichtbar wird. Die Qualität des Bettenangebotes in den kategorisierten Beherbergungsunternehmen Österreichs hat sich wesentlich verbessert und die Betriebe sind mittlerweile größer, professioneller sowie auch besser ausgelastet. Gab es um die Jahrtausendwende etwa gleich viele Betten in der 1/2-Sterne- wie in der 4/5-Sterne-Kategorie, so hat das Angebot in den oberen Qualitätsklassen um 40,4 % zugenommen, während die Kapazitäten in den unteren Qualitätsklassen der 1/2-Sterne-Kategorie um rd. 38,6 % und in der 3-Sterne-Hotellerie um rd. 12,5 % zurückgingen. Das hat sich auch positiv auf die Betriebsgröße ausgewirkt, die mit durchschnittlich 48 Betten pro Betrieb – verglichen mit dem internationalen Niveau – jedoch noch immer zu klein ist. Die Betriebe der 4/5-Sterne-Kategorie sind mit durchschnittlich 102 Betten zwar deutlich größer, dennoch ist auch hier im internationalen Vergleich noch Aufholbedarf zu erkennen. Betrachtet man nur die von der ÖHT geförderten Hotels, so weisen diese eine deutlich höhere durchschnittliche Betriebsgröße auf.

Stabile wirtschaftliche Bonität von Österreichs Hotellerie

Im September 2008 erreichte die damalige Wirtschaftskrise ihren Höhepunkt und hinterließ auch in der heimischen Tourismus- und Freizeitwirtschaft ihre Spuren. Aufgrund von Liquiditätsengpässen, die auch aus der Stagnation der erzielbaren Nächtigungspreise resultierten, wurden die Eigenkapitalreserven aufgebraucht und Investitionen zum Teil aufgeschoben. Bemerkenswert ist, dass aufgrund des Engagements der Unternehmerfamilien in der österreichischen Tourismus- und Freizeitwirtschaft auch in der damaligen Krise kaum Insolvenzen verzeichnet werden mussten. Dies zeugt auch davon, dass speziell die familiengeführten Betriebe durch den Zusammenhalt und die Einsatzbereitschaft der Unternehmerfamilien sowie deren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auch schwierige Zeiten überstehen.

Die aktuellen Auswertungen der ÖHT zeigen eine deutliche Gesundungsphase ihrer Förderungsnehmerinnen und Förderungsnehmer seit 2011 und bestätigen aktuell eine wirtschaftliche Stabilität der Hotellerie.

Erfreulich ist vor allem, dass sich der erzielte GOP (Gross Operating Profit) – das operative Betriebsergebnis pro verfügbarem Gästezimmer - sehr positiv entwickelt. Bei den 3-Sterne-Betrieben ist diese Entwicklung deutlicher erkennbar, aber auch für die 4/5-Sterne-Häuser gilt diese Aussage. Während die 4/5-Sterne-Hotellerie beim GOP pro Zimmer ein Plus von 10,8 % auf rd. 10,3 Tsd. Euro im Jahr 2016 gegenüber dem Vorjahr erzielen konnte, steigerte die 3-Sterne-Hotellerie diese Kennziffer sogar um 19,1 % auf rd. 6 Tsd. Euro im selben Zeitraum. Sowohl dieser steigende GOP als auch die seit langem niedrigen Zinsen und die insgesamt positive Grundstimmung der Tourismusbranche sind wohl die Gründe für die große Investitionslust der Unternehmerinnen und Unternehmer.

Verbesserung des Eigenkapitals und der Entschuldungsdauer

Zieht man das wirtschaftliche Eigenkapital als Maßstab heran, so hat die Qualitätshotellerie im Median mittlerweile eine solide Basis. In den 4/5-Sterne-Betrieben wird mittlerweile eine Eigenkapitalquote von 10 % und in den 3-Sterne-Häusern sogar von 13 % ausgewiesen. Ein bei Finanzierungen lange Zeit bestehendes Defizit für die Hotellerie wurde somit überwunden.

Auch dynamische Größen wie etwa die fiktive Entschuldungsdauer zeigen in den letzten Jahren eine Verbesserung auf. Mit soliden 9 Jahren in der 3-Sterne-Hotellerie bzw. 11 Jahren in der 4/5-Sterne-Hotellerie (jeweils im Median 2016) ist die Entschuldungsdauer mittlerweile „im grünen Bereich“.

Die österreichische Tourismus- und Freizeitwirtschaft bricht alle Rekorde

Das Jahr 2017 zeigt einmal mehr die Bedeutung der heimischen Tourismus- und Freizeitwirtschaft als Konjunkturlokomotive auf, die auch andere Branchen mit sich zieht. Die ÖHT hat investive Maßnahmen der Tourismus- und Freizeitwirtschaft über knapp 1,1 Mrd. Euro begleitet und das höchste geförderte Gesamtinvestitionsvolumen in der mehr als 70-jährigen Unternehmenshistorie erzielt.

Nach eher verhaltener Investitionstätigkeit bis 2015 zeigte die Tourismus- und Freizeitwirtschaft 2016 wieder ihre Investitionskraft und konnte im Jahr 2017 ihre volle Stärke präsentieren. Während die ÖHT im Jahr 2016 ein Gesamtinvestitionsvolumen von über 660 Mio. Euro unterstützte, gab es im Jahr 2017 – bedingt auch durch zusätzliche Förderungsmittel – einen massiven Anstieg. Über die mittels der ÖHT bereitgestellten Förderungsinstrumente konnten im letzten Jahr Investitionen über rund 1,1 Mrd. Euro mitfinanziert werden. Das ist ein Anstieg gegenüber dem Vorjahr in Höhe von rd. 59,4 % und zeigt, wie wichtig hochattraktive Förderungsprodukte sowie synergetische und mit den Ländern perfekt abgestimmte Förderungsmechanismen für die Stärkung der Branche und ganz generell für die Konjunkturbelebung sind.

Die große Bedeutung der Investitionen der Hotel-, Gastronomie- und Freizeitbetriebe für Österreichs Wirtschaft wird auch dadurch ersichtlich, dass etwa 60 % aller Investitionen im Umkreis von 60 Kilometern, um den Investitionsstandort wertschöpfungswirksam werden. Es profitieren also auch viele andere (branchenfremde) Unternehmen in der Region einerseits durch zusätzliche Aufträge andererseits durch den Konsum der Touristinnen und Touristen vor Ort. Die von der Tourismusbank geförderten Investitionen sichern somit oft das Einkommen von ganzen Regionen. Im Jahr 2017 kamen rd. 94 % aller Förderungsmittel der ÖHT Kleinbetrieben zugute und unterstützten so die klassische österreichische Familien- und Ferienhotellerie.

Schwerpunkte der Investitionstätigkeit

Während in den Vorjahren die Betriebsgrößenoptimierung ganz oben auf der Investitionshitliste der Hotellerie stand, zeigte sich seit 2016 eine Investitionstendenz Richtung Qualitätsverbesserung, welche sich im Jahr 2017 fortsetzte: etwa 45 % verfolgten schwerpunktmäßig qualitätsverbessernde Maßnahmen. Dieser Wert liegt damit deutlich über dem Investitionsziel „Betriebsgrößenoptimierung“ mit rd. 33 %. Bei längerfristiger Betrachtung wurden Investitionen in die Verbesserung bzw. Erweiterung der betrieblichen Infrastruktur dramatisch reduziert. Gesunken von 19 % (2010) auf 3 % (im Jahr 2017) besteht offensichtlich Bedarf, Investitionen speziell in saisonverlängernde infrastrukturelle Maßnahmen durch Förderungsimpulse wieder zu motivieren. Investitionen in überbetriebliche Infrastruktur liegen mit nur mehr 1 % der geförderten Maßnahmen kaum mehr im Wahrnehmungsbereich. Hier ist dringender Bedarf für künftige Förderungsaktionen, weil nicht nur ein hochwertiges Hotelangebot, sondern auch ein ansprechendes und interessantes Urlaubsumfeld in der Region für den Gast wesentlich sind.

Finanzierungsmassnahmen der ÖHT auch auf EU-Ebene

Neben einer immer stärkeren Vernetzung mit den Förderungsstellen der Länder im Sinne eines „one-stop-shops“ findet die ÖHT auch auf EU-Ebene die passenden Antworten auf das immer schwieriger werdende Finanzierungsklima für KMUs der Tourismuswirtschaft. In den tourismusintensivsten Bundesländern Tirol, Salzburg, Vorarlberg und Kärnten hat die ÖHT auch die Agenden der EU-Kofinanzierungen über das EFRE-Programm (Europäischer Fonds für regionale Entwicklung) übernommen und stemmt sich in enger Zusammenarbeit mit der EIB (Europäische Investitionsbank) gegen die unter BASEL III und den kommenden Regulatorien (Stichwort BASEL IV) verschärften Finanzierungsbedingungen.

Aufgrund der regulatorischen Bedingungen, mit denen Banken konfrontiert sind, steigt die Bedeutung von geförderten Finanzierungen mehr und mehr an. Durch die Haftungsübernahme des Bundes/der ÖHT wandert nicht nur ein wesentlicher Teil des Finanzierungsrisikos zum Bund/zur ÖHT, sondern die finanzierenden Hausbanken werden auch von ihrer Eigenmittelunterlegungspflicht befreit. So gab es bei den positiven Erledigungen von Haftungsansuchen ein Plus von rd. 11,6 % im Jahr 2017 gegenüber dem Vorjahr. Die Finanzierung von Tourismusunternehmen kann durch dieses Förderungsinstrument für die Banken wieder attraktiviert werden.

Auch die hohe Nachfrage nach den vielfältigen Kreditmodellen der ÖHT zeigt die Attraktivität dieser Förderungsprodukte. Die aus Bundesmitteln zinsgestützten „TOP-Tourismus-Kredite“ liegen im Zinssatz bei oder nahe an 0 % und mit den „ERP-Krediten“ stehen langfristig zinsstabile Finanzierungen zur Verfügung. Auch im Jahr 2017 konnte das ERP-Budget, welches aufgrund der starken Nachfrage im Tourismus von den geplanten 50 Mio. Euro durch Umschichtungen auf 80 Mio. Euro angehoben wurde, ausgeschöpft werden. Trotz dieser Erhöhung konnte die Nachfrage nicht zur Gänze befriedigt werden. Eine für 2018 drohende Limitierung der ERP-Mittel auf 50 Mio. Euro macht es notwendig, die daraus entstehende Lücke mit anderen Finanzierungsmöglichkeiten aufzufüllen. Die Vergabe von EIB-Krediten soll daher ab 2018 flexibler gestaltet werden.

Innovative Förderungsprodukte, Förderungscalls, Branchenlösungen

Mit einer eigenen Crowdfunding-Plattform „we4tourism“ wurde - initiiert von der ÖHT – ein klarer Akzent gesetzt, dem Tourismus auch Finanzmittel von privaten Investorinnen und Investoren zu eröffnen und die aus „Schwarmfinanzierungen“ entstehenden Finanzierungs-Mehrwerte (Marktanalyse, Gästebindung etc.) zugänglich zu machen. Die ersten erfolgreich abgewickelten Projekte zeigen die hohe Akzeptanz der ÖHT auch in der neuen Welt der alternativen Finanzierungen.

Auch der Anforderung an eine Insolvenzabsicherung gemäß Reisebürosicherungsverordnung (RSV) stellt sich die ÖHT in einer praktikablen und effizienten Art und Weise. Die Tourismusbank hat eine Versicherungslösung entwickelt, die gleichermaßen geringen Verwaltungsaufwand, überschaubare Kosten und volle Risikoabdeckung für Beherbergungsbetriebe, die laut Pauschalreisegesetz

künftig als „Pauschalreiseveranstalter“ gelten, wenn sie Packages mit mehr als 25%igem Fremdleistungsanteil anbieten, bereitstellt. Die ÖHT hat damit eine Branchenlösung entwickelt, die sich gleichermaßen für Privatzimmervermieterinnen und Privatzimmervermieter, Urlaub-am-Bauernhof-Anbieterinnen und Anbieter und Hotels sämtlicher Kapazitäten und Kategorien eignet.

Als Erfolgsbeispiel eines maßgeschneiderten Förderungscalls kann die Förderungsaktion „Landgastronomie“ gesehen werden. Im Rahmen dieser von der ÖHT konzipierten Förderungsaktion übernahm das damalige BMWWF den gesamten Zinsendienst für einen von der ÖHT abgewickelten ERP-Kleinkredit und deckte alle Gebühren und Spesen sowie auch die Kosten für die Bundeshaftung ab. Den Betrieben konnten damit zins- und kostenfreie Kredite zur Verfügung gestellt und diese aus dem Investitionsrückstau herausgeholt werden. Dieses stark nachgefragte Sonderförderungsprogramm konnte bis Ende Juni 2017 beantragt werden. Der Call brachte eine starke Zunahme von Investitionen in Restaurant- und Gastronomiebetrieben. Während in diesen Betriebskategorien 2016 nur etwa 26,5 Mio. Euro investiert wurden (das entsprach damals 4 % der von der ÖHT geförderten Investitionen) konnte das Volumen 2017 mehr als vervierfacht werden. Mit 116 Mio. Euro haben 2017 etwa 11 % der ÖHT-geförderten Vorhaben in Verpflegungsbetrieben stattgefunden.

Ähnlich erfolgreich kann der vom Bund ausgelobte und von der Tourismusbank betreute Wettbewerb um eine Innovationsmillion für touristische Leuchtturmprojekte mit dem Schwerpunkt Digitalisierung beurteilt werden. Betriebe und vor allem auch Regionen und Kooperationen konnten zwischen 50 % und 70 % Barzuschuss auf ihre Digitalisierungsinvestitionen als Zuschuss lukrieren. Im Jahr 2017 konnten 19 hervorragende Projekte einer hochrangig besetzten Fachjury vorgestellt werden, die nach einem mehrstufigen Auswahlprozess sieben Leuchtturmprojekte für die Innovationsmillion ausgewählt hat. Die ÖHT hat also mitgeholfen, auch das herausfordernde Thema Digitalisierung in die Branche zu tragen.

Hervorzuheben ist auch das im Rahmen eines Förderungscalls des damaligen BMWWF zum Thema „Integration und Sicherung von Arbeitsplätzen und Betriebsstandorten“ ausgewählte Projekt „TourIK – Tourismus und Integration in Kärnten“, welches sich zum Ziel gesetzt hat, motivierte minderjährige Flüchtlinge nach einer umfangreichen Potenzialanalyse in der Fachberufsschule Warmbad Villach in einem einjährigen Ausbildungsprogramm auf die Lehrberufe Koch/Köchin und Restaurantfachmann/-fachfrau vorzubereiten. Nicht zuletzt dank der Akzeptanz und Vernetzung der ÖHT in der Tourismuswirtschaft ist es gelungen, dass mittlerweile für alle dreißig angemeldeten Jugendlichen Kärntner Beherbergungsbetriebe die Patronanz und Ausbildung übernommen haben.

6

Internationale Beziehungen



6.1 Europäische Union

Die Europäische Kommission verfolgte 2017 weiterhin eine Reihe von Maßnahmen, die zur Verbesserung von Wissensstand, grenzüberschreitender Kooperation und Vernetzung im Tourismus beitragen. Tourismus profitiert zudem von EU Förderprogrammen.

Vier prioritäre Bereiche:

Verbesserung des Unternehmensumfeldes und Zugang zu Finanzmitteln:

Leitfaden für EU Förderungen für den Tourismus (Finanzperiode 2014-2020) mit Tourismus-Projektbeispielen aus unterschiedlichen Programmen wie den Europäischen Struktur- und Investitionsfonds, dem KMU Programm COSME, CREATIVE EUROPE, LIFE, HORIZON 2020 oder ERASMUS+; Einrichtung und Betrieb des „Virtual Tourism Observatory“; Verbesserung der Wissensbasis durch Datenerhebung und Auswertung sowie Studien in Kooperation mit der UN Welttourismusorganisation (UNWTO) und der OECD.

Digitalisierung/kollaborative Wirtschaft:

Auf Basis einer Workshop-Reihe zur kollaborativen Wirtschaft im Beherbergungsbereich im Jahr 2017 sowie einer von der Europäischen Kommission in Auftrag gegebenen Studie zu den Entwicklungen in den Mitgliedstaaten, sollen unverbindliche Leitlinien erarbeitet werden. Behandelt wurden u.a. die Themen Marktzugang, Besteuerung, Konsumentinnen und Konsumenten und Beschäftigung.

Fähigkeiten und Weiterbildung/Arbeitskräftemobilität:

Die „New Skills Agenda“ wurde von der Europäischen Kommission im Juni 2017 vorgestellt. Tourismus ist einer von sechs Sektoren für den ein eigener Aktionsplan für die nächsten fünf Jahre erarbeitet wird. Beginnend mit Jänner 2018 hat ein Konsortium dazu ein Projekt geschaffen. Die Kommission plant auch eine Imagekampagne zu Jobmöglichkeiten im Tourismus in einigen Ländern.

Bewerbung Europas als Tourismusdestination (inklusive Diversifizierung von Produkten und Internationalisierung von Unternehmen):

Die Europäische Kommission stellt der European Travel Commission/ETC (Dachverband der nationalen Tourismusorganisationen) finanzielle Mittel für die Marktbearbeitung v.a. in Drittstaaten zur Verfügung. Im „EU-China Tourismusjahr 2018“ liegt der Schwerpunkt auf China. Des Weiteren werden Projekte zu grenzüberschreitender, thematischer Angebotsentwicklung (aktuell Kultur und Kreativwirtschaft u.a. in Kooperation mit der UNESCO) unterstützt.

Das BMNT koordiniert in Österreich EU-Themen zum Tourismus und informiert über die Beteiligungsmöglichkeiten, Auswirkungen und Ergebnisse der Initiativen.

6.2 Markroregionale Strategien

Diese grenzübergreifenden EU-Strategien wurden für Makroregionen mit gemeinsamen Themen, Problemfeldern und Herausforderungen ins Leben gerufen, welche die Lösungskompetenz eines einzelnen Staates oder einer Region übersteigen. Österreich ist in zwei der vier bisherigen Strategien eingebunden (Donauraum/EUSDR - seit 2011, Alpenraum/EUSALP – seit 2015). Es sind keine zusätzlichen Fördermittel vorgesehen, bestehende Instrumente sollen eingesetzt werden.

In der EUSDR ist Tourismus gemeinsam mit Kultur als Prioritätsbereich verankert, Bulgarien und Rumänien fungieren als Bereichskoordinatoren. Das BMNT vertritt Österreich im Lenkungsausschuss und nimmt die Abstimmung mit relevanten österreichischen Akteurinnen und Akteure des Donautourismus wahr. Primäres Ziel ist es, den Donauraum als attraktive Tourismusdestination international zu positionieren und das qualitätsorientierte, nachhaltige Angebot weiterzuentwickeln. 2017 starteten die EU-Projekte mit österreichischem Lead Donau Kulturplattform „CultPlatForm_21 - kreative Orte des 21. Jahrhunderts“, „Iron-Age-Danube“ und „Transdanube.Pearls“.

Der Ansatz der EUSALP ist horizontal, d.h. es gibt keine Aktionsfelder nach einzelnen Sektoren. Ziele sind die Schaffung von Beschäftigung unter Nutzung der hohen Wettbewerbsfähigkeit des Alpenraums, nachhaltige interne und externe Anbindung, integrativere ökologische Rahmenbedingungen und erneuerbare, zuverlässige Energielösungen. Zusätzlich soll ein makroregionales Governance-Modell für den Alpenraum entstehen. Großer Wert wird auf die Einbindung der Regionen und auf einen Bottom-up Ansatz gelegt.

6.3 UNWTO Welttourismusorganisation

Die UNWTO ist als Spezialagentur der Vereinten Nationen ein globales Forum für Tourismuspolitik und Plattform für touristisches Know-how und Statistik, das durch seine Zusammensetzung aus öffentlichen und privaten Mitgliedern einzigartig ist. Ziel ist die Förderung eines verantwortungsvollen, nachhaltigen und universell zugänglichen Tourismus, der zur wirtschaftlichen Entwicklung und zu internationalem Verständnis, Frieden und Wohlstand beiträgt.

Im September 2017 fand die XXII. Generalversammlung in Chengdu (China) mit über 1.300 Delegierten aus mehr als 130 Ländern statt. Eröffnet wurde die GV mit einem hochrangigen Forum zum Thema „Tourismus und die Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs)“. Die wichtigsten Beschlüsse sind:

- „Chengdu Declaration on Tourism and the Sustainable Development Goals“ (nachhaltige Ausrichtung des Tourismus zur Erreichung der Agenda 2030)
- Wahl des neuen Generalsekretärs für 2018-2021: Zurab Pololikashvili (Georgien)
- Arbeitsprogramm 2018/2019 mit Fokus auf Nachhaltigkeit, Trends, Wettbewerbsfähigkeit, Innovation, Digitalisierung, Statistik, Reiseerleichterungen und Ethik
- Annahme der Konvention zu Ethik im Tourismus

2016 und 2017 führte Österreich den Vorsitz im UNWTO Statistikkomitee. Neben der Verbesserung der Analysetätigkeit der UNWTO konnten wesentliche Fortschritte in der Konzeption der Messung von nachhaltiger Tourismusentwicklung erzielt werden (u.a. „Manila Call for Action“).



6.4 (OECD) Organisation für wirtschaftliche Entwicklung und Zusammenarbeit

Das Arbeitsprogramm des OECD Tourismuskomitees beinhaltet 2017/2018: OECD-weite statistische Arbeiten zur Verbesserung der Vergleichbarkeit von Daten (u.a. die Verknüpfung von Tourismusdaten mit Handelsdaten), die Ausrichtung des Globalen Tourismusstatistikforums, eine Analyse von Megatrends und deren Auswirkungen auf Tourismus, eine Analyse von Investitionstrends im Tourismus sowie touristische Länderanalysen. Im Februar 2018 erschien wieder die zweijährige Standard-Publikation „OECD Tourism Trends and Policies“, die kurze Kapitel zu den aktuellen Themen und rund 50 touristische Länderprofile enthält. Das BMNT koordiniert und liefert die österreichischen Beiträge für die Projekte und Studien und informiert über die Ergebnisse der Arbeiten in Österreich.

6.5 Bilaterale Beziehungen

Das BMNT verfolgt seine bilateralen Beziehungen im Bereich Tourismus mit dem Ziel des Informationsaustausches, des Zusammenführens von potenziellen Partnern, der Unterstützung von internationalen Projekten und der Diskussion möglicher Problembereiche. Die Umsetzung erfolgt in Tagungen Gemischter Tourismuskommissionen und Arbeitsgruppen im Rahmen der bilateralen Wirtschaftskommissionen, ad-hoc Treffen, durch den Empfang von Delegationen und der Organisation von Fachexkursionen. Von besonderem Interesse sind für viele Länder, in denen der Tourismus aufgebaut und weiterentwickelt wird, die Erfahrungen und das Know-how Österreichs in allen touristischen Belangen sowie Kontakte im Bereich der Aus- und Weiterbildung und mit möglichen Investorinnen und Investoren.

2017 gab es insbesondere Interesse seitens Georgien, Usbekistan, Turkmenistan, China (Innere Mongolei), Südkorea, Moldau sowie den Vereinigten Arabischen Emiraten. Bilaterale Schwerpunkte im Tourismus gibt es aktuell mit dem Iran (2017 Unterzeichnung eines MoU) und mit Russland.

Die Tourismuskoooperation mit dem Iran ist Teil der „Road Map“ für die Wirtschaftsbeziehungen Österreich-Iran 2016-2020. Ein Tourismus-Arbeitsprogramm wurde mit den Schwerpunkten Tourismusstatistik, touristische Aus- und Weiterbildung, Sport- und Alpentourismus und der touristischen Nutzung von historischen Sehenswürdigkeiten festgelegt. Ein Workshop zur Tourismusstatistik fand im Februar 2017 in Teheran statt.

6.6 Tourismusjahr Österreich-Russland 2017

Das zur Stärkung der bilateralen Tourismusbeziehungen initiierte gemeinsame Tourismusjahr Österreich-Russland 2017 wurde im Jänner in der Wiener Hofburg eröffnet und im November in St. Petersburg erfolgreich abgeschlossen.

Bei einer Vielzahl von Veranstaltungen und Initiativen trafen österreichische und russische Destinationen, Unternehmen sowie Expertinnen und Experten zusammen. Es standen Themen wie Berg- und Sporttourismus, Tourismus im ländlichen Raum und Städte- und Kulturtourismus im Mittelpunkt. Diese wurden von hochkarätigen gesellschaftlichen und kulturellen Veranstaltungen ergänzt und so das Verständnis zwischen Österreich und Russland nachhaltig gefördert.

Der Erfolg zeigt sich auch in der sehr positiven Entwicklung der russischen Gästezahlen in Österreich. Im Jahr 2017 konnten starke Zuwächse bei Nächtigungen und Ankünften (+18,3% bzw. +24,1%) verzeichnet werden. Das Jahr 2018 wurde zum gemeinsamen Jahr der Musik erklärt (Umsetzung BMEIA).



7

Österreich Werbung

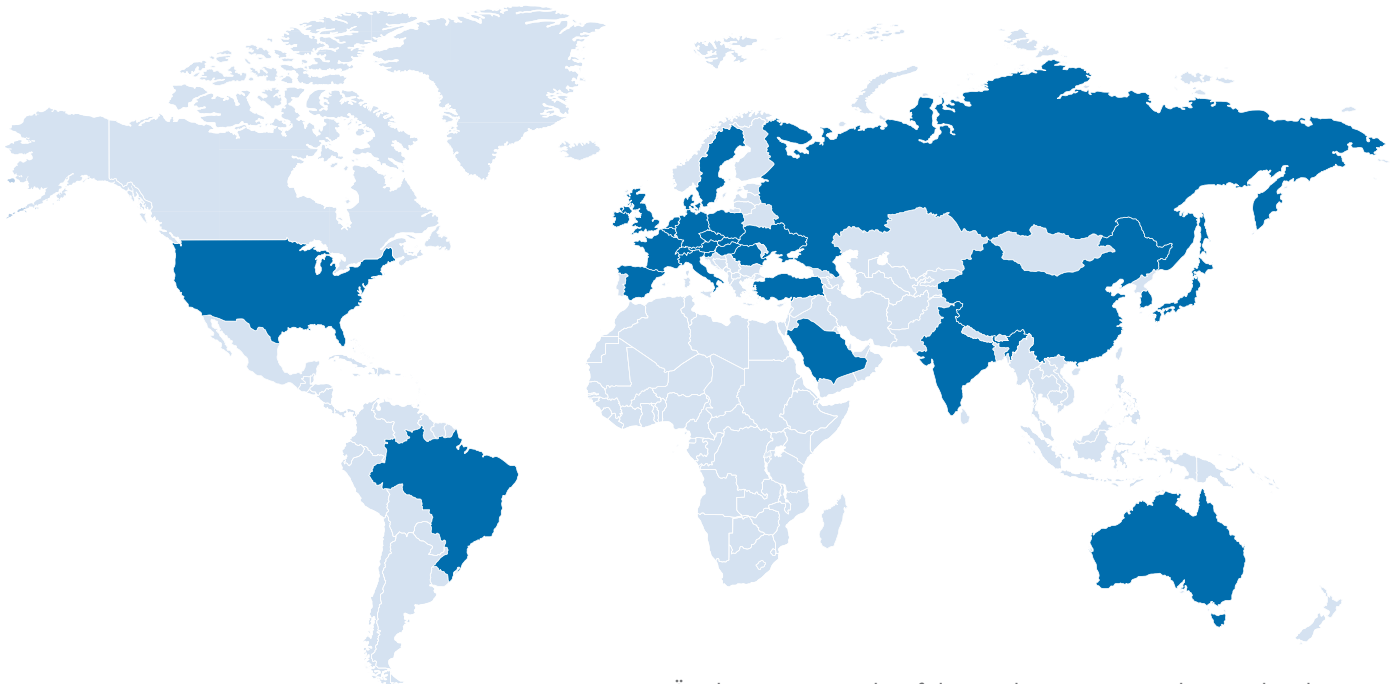


7.1 Die Österreich Werbung

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

Kernaufgaben der Österreich Werbung

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



Die ÖW konzentriert sich auf die Bearbeitung von Märkten in den drei geografischen Regionen Westeuropa, CEE und Übersee.

Grundsätzlich werden diese drei Kernaufgaben durch öffentliche Mittel basisfinanziert, daher von der ÖW bereitgestellt. Dabei gibt es Angebote und Serviceleistungen, die allen in der Branche gleichermaßen zur Verfügung gestellt werden. Bei den Marketingaktivitäten, an denen sich Tourismuspartner mit ihren eigenen konkreten Produkten beteiligen können, übernimmt die ÖW die Basisfinanzierung. Durch die (nicht kostendeckenden) Leistungsbeiträge der Partner werden diese verstärkt.

Budget

Das Budget der ÖW setzt sich aus Mitgliedsbeiträgen der Republik Österreich (75 %) und der Wirtschaftskammer Österreich (25 %) sowie aus Leistungsbeiträgen der österreichischen Tourismuswirtschaft (u.a. Landestourismusorganisationen, Regionen und Betriebe) für Marketingleistungen zusammen.

Die Mitgliedsbeiträge des Bundes und der WKÖ beliefen sich 2017 wie in den Vorjahren auf 32 Mio. Euro (BMFWF: 24 Mio. Euro, WKÖ: 8 Mio. Euro), das Gesamtbudget betrug rund 50 Mio. Euro.

Aktivitäten

Weltweit waren 2017 rund 200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für die ÖW tätig. Dabei konzentrierte sich die ÖW auf die Bearbeitung von 30 Märkten in den drei geografischen Regionen Westeuropa, CEE und Übersee. Diese Märkte, in denen die ÖW großteils auch mit eigenen Vertretungen präsent ist, decken 96 % aller Nächtigungen ab (2017: über 144 Mio.) und weisen das größte Potenzial für den heimischen Tourismus auf.

In den traditionell volumenstarken Herkunftsmärkten wie Deutschland, Niederlande oder Schweiz geht es darum, die Marktanteile zu halten bzw. auszubauen. In Zentraleuropa – wo Österreich mit großem Abstand Marktführer beim alpinen Winterangebot ist – gilt es, auch das Sommerangebot entsprechend zu positionieren. Das Engagement in den Fernmärkten soll die notwendige Internationalisierung des Gästemixes vorantreiben.

Die Bandbreite der Marketingaktivitäten reicht von klassischer Werbung und Pressearbeit für das Tourismusland Österreich über immer umfangreichere Onlineaktivitäten bis hin zu Verkaufsförderplattformen oder Schulungen für die Reisebüro- und Veranstalterbranche. Für die österreichischen Tourismusanbieter stellt die ÖW darüber hinaus maßgeschneiderte Marketingmaßnahmen abgestimmt auf ihre jeweiligen Bedürfnisse und Marktchancen zur Verfügung.

Zu den Basisdienstleistungen der ÖW an die Branche zählt auch die Gästeinformation, deren Herzstück wohl das Internet-Portal www.austria.info ist: Auf Österreichs größter Tourismus-Plattform im Internet sind Informationen und Angebote aus ganz Österreich in derzeit 22 verschiedenen Sprachen gebündelt für die potenziellen Gäste aufbereitet.

7.2 Internationalisierung und Digitalisierung

Marketinghighlights 2017

Kulturkollaboration zwischen Österreich und Australien

Die Österreich Werbung Australien initiierte 2017 zwei völkerverbindende Zusammentreffen. Im Mai besuchte der Gondwana Indigenous Children's Choir Wien, um gemeinsam mit den Wiener Sängerknaben Muttertagskonzerte im MuTh zu geben und dabei auch die Musikmetropole Wien kennenzulernen. Im Oktober folgte dann die Gegeneinladung der Wiener Sängerknaben nach Australien, wo weitere gemeinsame Konzerte unter dem Titel „Songs of my country“ im Sydney Opera House sowie in Cairns auf dem Programm standen. Darüber hinaus bekamen die Sängerknaben einen Einblick in das Leben der Aborigines und ihrer Musikgeschichte. Durch die multimediale Berichterstattung in rund 70 australischen Medien seit Mai konnte das Urlaubsland Österreich perfekt in Szene gesetzt werden.

Österreich trifft Kiezkultur – in Berlins erstem Spöti

Im Oktober verwandelte die Österreich Werbung Deutschland den Spätverkauf „Kiezladen“ in Berlin-Neukölln in einen österreichischen „Spöti“. Neben zahlreichen österreichischen Produkten und Köstlichkeiten sorgten vor allem die österreichischen Künstler für Spöti-Feeling. Eine Medienkooperation mit dem Onlinestadtmagazin „Mitvergnügen“ sorgte im Vorfeld und während der Veranstaltung für Aufmerksamkeit durch Instagram-Stories, Facebook-Live-Videos, Blogbeiträge und Newsletter. Zudem schaffte der Spöti es beim Rundfunk Berlin Brandenburg ins Fernsehen, bei zahlreichen Radio-Sendern in die Programmtipps und in den angesagten Newsletter des Tagesspiegel-Chefredakteurs.





#YearInAustria: Ein Jahr auf Entdeckungstour durch Österreich

Ende Jänner begab sich die britische Bloggerin Becki Enright von Borders of Adventure ein Jahr lang auf die Suche nach unerwarteten Erlebnissen in Österreich. Unter dem Hashtag #YearInAustria berichtete sie live auf ihren Social Media Kanälen Facebook, Instagram, Twitter & CO sowie ihrem Blog über ihre Erlebnisse in Österreich und stellte sich auch Aufgaben und Fragen ihrer Follower. Zudem wurde der produzierte Content auf der englischen ÖW-Website sowie den Homepages der bereisten Regionen eingesetzt. Ziel der Blogger-Kampagne #YearInAustria war es, authentischen Content zu erhalten, der von einer Britin für Briten produziert wurde.

#uncoverAustria – Österreich-Tipps von Britinnen und Briten für Britinnen und Briten

Von April bis August 2017 schickte die Österreich Werbung London britische Influencer auf Entdeckungsreise durch Österreich. Im Rahmen der ÖW-Kampagne #uncoverAustria berichteten sie über ihre Abenteuer auf ihren Social-Media-Kanälen und ließen britische Gäste durch Live-Frage und Antwort-Sessions an ihren Entdeckungen in Österreich teilhaben. Die Kampagne setzte auf eines der Haupturlaubsmotive der Britinnen und Briten, nämlich auf individuelle Entdeckungsreisen und das persönliche Erleben von Land und Leuten. Ziel war es, authentischen, zielgruppenrelevanten Österreich-Content zu produzieren und diesen über diverse Social Media-Kanäle zu verbreiten.

Austrian Travel Innovation Lab in New York

Unter dem Motto "Be Inspired" lud die Österreich Werbung USA im Mai 2017 zum ersten Austrian Travel Innovation Lab in den trendigen New Yorker Stadtteil Brooklyn. Warum reisen wir? Welche Trends beeinflussen das Reiseverhalten? Und nach welchen Erlebnissen suchen unsere Gäste? Diese und andere Fragen beschäftigten 60 Vertreterinnen und Vertreter der amerikanischen und österreichischen Reiseszene beim

ersten Austrian Travel Innovation Lab. Ziel des neuartigen Veranstaltungskonzepts war es, unterschiedlichste Perspektiven auf das österreichische Reiseprodukt am amerikanischen Markt zu bekommen und durch neue Impulse weiter zu entwickeln.

Concept Store und mobiler Kulturwald auf Reisen

Die Österreich Werbung Italien ging gleich mit zwei Designinstallationen auf Reisen, die sich mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinandersetzten. Ein multimedialer Concept Store wurde im Juni an der Darsena in Mailand und im September beim Stadtevent „Tocati“ in Verona platziert. Das einzigartige 30m² große Designobjekt aus 100% recyceltem Karton sollte mit dreidimensionalen, begehbaren Berg- und Seenlandschaften zu einem Österreich-Urlaub inspirieren. Weiters sorgte der mobile Kulturwald auf der Biennale in Bordeaux im September für belebende österreichische Waldluft. Die airship-ähnliche Kunstinstallation nutzten zahlreiche Gäste, um im Inneren des österreichischen Kulturwaldes ein wenig Ruhe zu tanken und an einen Österreich-Urlaub zu denken.

Social Travel Summit in Kitzbühel

Kitzbühel stand für drei Tage im September ganz im Zeichen von digitalem Destinationsmarketing. Der Social Travel Summit (STS) 2017 führte 50 TOP-Reise-Influencer aus 26 Nationen nach Tirol, um gemeinsam mit rund 60 TouristikerInnen neue Zukunftsperspektiven im Reisesektor zu entwickeln. Der STS, von iambassador, dem Reiseblogger Kollektiv und Traveldudes 2014 konzipiert, wurde 2017 gemeinsam mit der Österreich Werbung, der Tirol Werbung und Kitzbühel Tourismus umgesetzt. Mit dem Ziel, den Austausch zwischen der Tourismusbranche und internationalen Online-Multiplikatoren zu fördern und gemeinsam neue Ideen zu entwickeln. Im Anschluss an die zwei abwechslungsreichen Workshop-Tage in Kitzbühel hatten die internationalen TeilnehmerInnen die Möglichkeit, einige Tiroler Regionen zu entdecken.



Innovatives B2B-Format in Moskau

Im März 2017 lud die Österreich Werbung in Moskau zu einem Reiseveranstalter-Workshop neuen Formats ein: Beim „Business Talk“ ging es nicht nur um Verkaufsgespräche, sondern auch um einen Blick in andere Branchen, um die aktuelle Entwicklung des russischen Marktes besser zu verstehen. 21 österreichische Partner nützten die Gelegenheit, ihre Key Accounts in den Räumlichkeiten der Österreichischen Botschaft in Moskau zu treffen. Am Nachmittag lieferte das Symposium „Tourismus der Zukunft“ Aus- und Einblicke in die Entwicklung des österreichischen Angebots im städtischen und im alpinen Raum sowie in Trends und Tendenzen in der Zielgruppe von „Urlaub in Österreich“ in Russland. Die Doppelveranstaltung fand aus Anlass des „Tourismusjahrs Österreich-Russland 2017“ statt, das von den beiden Regierungen ausgerufen wurde, um die bilateralen Tourismusbeziehungen zu stärken.

Chinesisch-österreichisches Kulinarik-Duell in Shanghai

Rund 50 chinesische MedienvertreterInnen folgten der Einladung der Österreich Werbung China Anfang Mai zum Medien-Event „Gastrosophicum Austria 2017“ in Shanghai. Die hochdekorierten Köche David Du (Hyatt Shanghai, China) und Max Stiegl (Gut Purbach, Österreich) zauberten mit den mehr oder weniger gleichen Zutaten jeweils typische Gerichte für ihre Länder. Ziel war es zu zeigen, dass eine Reise nach Österreich kulinarischen Hochgenuss verspricht und manche Speisen gar nicht so fremd sind. So konkurrierte eine Shanghaier Fischsuppe mit einer Pannonischen oder chinesische Baozi mit Grammelknödel. Das Event traf den Puls der Zeit, da in China die Neugierde nach nicht-chinesischen Gerichten zusehends steigt und die Kulinarik von vielen chinesischen Gästen als Mitgrund einer Auslandsreise angegeben wird.



Literaturverzeichnis

EC (European Commission), European Economic Forecast – Winter 2018 (interim), institutional paper 073, Februar 2018, ISBN 978-92-79-77454-6, doi:10.2765/812608.

Ederer, St., (2018A), „Österreichische Wirtschaft wächst kräftig. Prognose für 2017 bis 2019“, WIFO-Monatsberichte, 2018, 91(1), S. 3-14.

Ederer, St., (2018B), „Schwungvolle Konjunktur im 1. Halbjahr“, WIFO-Monatsberichte, 2018, 91(2), S. 83-89.

IMF (Internationaler Währungsfonds) 2018

OECD, OECD Economic Outlook No. 102, Edition 2017(2), <http://dx.doi.org/10.1787/05b705e7-en>.

Statistik Austria, (2017A), Leistungs- und Strukturstatistik 2015 – Produktion und Dienstleistungen, ISBN 978-3-903106-53-6, 2017, http://www.statistik.at/wcm/idc/idcplg?IdcService=GET_PDF_FILE&RevisionSelectionMethod=LatestReleased&dDocName=114269.

Statistik Austria, (2017B), Leistungs- und Strukturstatistik 2016 – vorläufige Ergebnisse, 2017, http://www.statistik.at/wcm/idc/idcplg?IdcService=GET_PDF_FILE&RevisionSelectionMethod=LatestReleased&dDocName=053633.

UN (United Nations), Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008, Eurostat, OECD, UN, UNWTO, Luxemburg–Madrid–New York–Paris, 2010, http://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesf/SeriesF_80rev1e.pdf.

UNWTO (World Tourism Organization), World Tourism Barometer, Vol. 16, Jänner 2018.

