

Elisabeth Köstinger
Bundesministerin für
Landwirtschaft, Regionen und Tourismus

Herrn
Mag. Wolfgang Sobotka
Präsident des Nationalrats
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2020-0.695.517

Ihr Zeichen: BKA - PDion
(PDion)3949/J-NR/2020

Wien, 23.12.2020

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Mag. Gerald Hauser, Kolleginnen und Kollegen haben am 23.10.2020 unter der Nr. **3949/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Masterplan Tourismus - aktueller Stand der Umsetzung“ gerichtet.

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

Zur Frage 1:

- Wurden alle für die Jahre 2019 und 2020 in Zusammenhang mit der Umsetzung des „Masterplan Tourismus“ gesteckten Ziele erreicht?
 - a. Welche Ziele wurden bereits teilweise oder gänzlich erfüllt?
 - b. Welche wurden nicht erfüllt?

Der „Plan T – Masterplan für Tourismus“ wurde in einem breiten Beteiligungsprozess mit Expertinnen und Experten, Unternehmerinnen und Unternehmern aus der Tourismusbranche, sowie Vertreterinnen und Vertretern anderer Branchen, erarbeitet. Im Frühjahr 2019 wurde der „Plan T – Masterplan für Tourismus“ präsentiert, welcher die Grundlage für die Tourismuspolitik der österreichischen Bundesregierung in den nächsten Jahren darstellt. Als Ergänzung des Masterplans und um flexibel auf aktuelle

Herausforderungen reagieren zu können, wird jährlich ein Aktionsplan definiert, der konkrete Umsetzungsschritte enthält. Für das Jahr 2019/2020 konnte der Großteil der Maßnahmen umgesetzt werden, lediglich ein marginaler Anteil musste coronabedingt zurückgestellt werden. Für die Details wird auf die Beantwortung der nachfolgenden Punkte verwiesen.

Zur Frage 2:

- Welche konkreten Maßnahmen wurden gesetzt, um das Ziel „TOURISMUSSTANDORT BRAUCHT STARKE ÖSTERREICH WERBUNG" zu erreichen?
 - a. Haben diese bereits Wirkung gezeigt?
 - b. Wenn ja, welche?
 - c. Wenn nein, warum nicht?

Für den Schwerpunkt Digitalisierung der Österreich Werbung wurde das im Aktionsplan festgehaltene Sonderbudget in Höhe von 800.000 Euro zur Verfügung gestellt. Dieses umfasst auch die im Aktionsplan vorgesehene Radkampagne, welche im Zeitraum 2019/2020 durchgeführt wurde und an deren Fortsetzung bereits gearbeitet wird. Der Prozess der strategischen Neuausrichtung der Österreich Werbung wurde bereits gestartet und befindet sich, unter Berücksichtigung der durch die COVID-19-Pandemie geänderten Rahmenbedingungen, in Ausgestaltung. Darüber hinaus wurde rasch auf die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie reagiert und zur Stärkung der Tourismusdestination Österreich im In- und Ausland die Österreich Werbung mit zusätzlichen finanziellen Mitteln ausgestattet.

Zur Frage 3:

- Welche konkreten Maßnahmen wurden gesetzt, um das Ziel „DIGITALE POTENZIALE NUTZEN" zu erreichen?
 - a. Haben diese bereits Wirkung gezeigt?
 - b. Wenn ja, welche?
 - c. Wenn nein, warum nicht?

Die im Aktionsplan aufgelisteten Vorhaben betreffend „DIGITALE POTENZIALE NUTZEN" wurden umgesetzt, indem ein FutureLab bei der Österreich Werbung eingerichtet und konkrete Projekte und Prototypen umgesetzt wurden. Zudem wurde gemeinsam mit der Branche in einer Vielzahl von Vernetzungs- und Austauschplattformen an der Qualifizierung und Bewusstseinsbildung für die Bedeutung der Digitalisierung im Tourismus gearbeitet. Die Lernplattform Next Level Tourism Austria Campus ist sowohl didaktisch als auch inhaltlich verfügbar. Das didaktische Konzept setzt auf eine neuartige

Verknüpfung bestehender Lernplattformen und unterstützt vor allem gemeinsames Lernen. Zuletzt wurde die vorgesehene Fortsetzung der Förderungsinitiative KMU-Digital 2020 umgesetzt.

Zur Frage 4:

- Welche konkreten Maßnahmen wurden gesetzt, um das Ziel „FINANZIERUNGS- UND FÖRDERUNGSMECHANISMEN NEU GESTALTEN“ zu erreichen?
 - a. Haben diese bereits Wirkung gezeigt?
 - b. Wenn ja, welche?
 - c. Wenn nein, warum nicht?

Der im Aktionsplan vorgesehene Neuausrichtungsprozess der gewerblichen Tourismusförderung wurde im Jahr 2019 als breit angelegter Stakeholderprozess gestartet. Neben einer Zufriedenheitsbefragung umfasste dieser auch eine Evaluierungsstudie sowie diverse Workshops mit Expertinnen und Experten. Der Prozess pausiert coronabedingt, da sich die Ausgangslage gänzlich verändert hat und vorrangig COVID-19-Unterstützungsmaßnahmen umgesetzt und abgewickelt wurden. Der Neuausrichtungsprozess der gewerblichen Tourismusförderung wird Anfang 2021 mit Fokus auf Resilienz und Nachhaltigkeit – mit dem Ziel, die neue Förderungsrichtlinie mit 1. Jänner 2022 in Kraft zu setzen – fortgesetzt.

Zur Frage 5:

- Welche konkreten Maßnahmen wurden gesetzt, um das Ziel „MASSNAHMENPAKET VERMIETUNG ÜBER PLATTFORMEN“ zu erreichen?
 - a. Haben diese bereits Wirkung gezeigt?
 - b. Wenn ja, welche?
 - c. Wenn nein, warum nicht?

Zur Umsetzung dieser Maßnahmen wurde eine Aufzeichnungspflicht für Buchungsplattformen gesetzlich normiert. Unternehmen, die Beherbergungsumsätze über eine Plattform vermitteln, müssen die vermittelten Umsätze aufzeichnen und auf Verlangen bzw. ab einem bestimmten Gesamtwert an Umsätzen (1.000.000 Euro pro Kalenderjahr) ohne Aufforderung der Abgabenbehörde elektronisch übermitteln. Die entsprechenden Regelungen im Umsatzsteuergesetz 1994 (§ 18 Abs. 11 und 12, § 27 Abs. 1) und in der Bundesabgabenordnung (§ 48b Abs. 2a) sind mit 1. Jänner 2020 in Kraft getreten (BGBl. I Nr. 91/2019). Im Jänner 2021 haben die Plattformen erstmals die vermittelten Umsätze den Finanzbehörden zu melden. Die übermittelten Daten können

auf Antrag auch den Abgabebehörden der Bundesländer und Gemeinden übermittelt werden.

Zur Frage 6:

- Welche konkreten Maßnahmen wurden gesetzt, um das Ziel „ÖSTERREICH ALS DIE KULINARIK-DESTINATION POSITIONIEREN" zu erreichen?
 - a. Haben diese bereits Wirkung gezeigt?
 - b. Wenn ja, welche?
 - c. Wenn nein, warum nicht?

Das kulinarische Angebot ist als Imageträger für den Tourismus entscheidend, daher wurde ein Qualitäts- und Herkunftssicherungssystem entlang der Wertschöpfungskette für Direktvermarktung, Lebensmittelmanufakturen und Gastronomie ausgestaltet. Dieses bildet die Grundlage für Aktivitäten des Netzwerks Kulinarik. Hier fördert das Bundesministerium für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus die Erstkontrolle für einen Anreiz zur freiwilligen Teilnahme am Qualitäts- und Herkunftssicherungssystem. Zur Sichtbarmachung des kulinarischen Angebots wurde eine digitale Genuss-Landkarte unter www.genussregionen.at eingerichtet. Die digitale Landkarte umfasst eine interaktive Kartensuchfunktion, Ortung, Routenplanung (private und öffentliche Anreise), Informationen über die Regionen sowie touristisch-kulinarische Angebote und Veranstaltungen.

Parallel wurde ein Markenkern für eine gemeinsame Kommunikationslinie Landwirtschaft & Tourismus erarbeitet. Diese bildet die Grundlage für eine gemeinsame Kampagne ab 2021 mit Einbeziehung der Bundesländer für Medienkooperationen zur Positionierung Österreichs als DIE Kulinarik-Destination Europas. Dazu wurde im September 2020 mit der Produktion von Filmen mit qualitäts- und herkunftsgesicherten Betrieben aus allen Regionen gestartet. Die Betriebe werden sowohl im Rahmen der Kampagnenmaßnahmen als auch in der ganzjährigen und weltweiten Kommunikation der Österreich Werbung eingebunden.

Zur Frage 7:

- Welche konkreten Maßnahmen wurden gesetzt, um das Ziel „AKTIONSPLAN FÜR SICHERE ALMEN FÜR MEHR RECHTSSICHERHEIT" zu erreichen?
 - a. Haben diese bereits Wirkung gezeigt?
 - b. Wenn ja, welche?
 - c. Wenn nein, warum nicht?

Im April 2019 wurde die Umsetzung des „Aktionsplans für sichere Almen“ vorgestellt, darunter die 10 Verhaltensregeln für Alm-Besucher, ein Standard für die Alm- und Weidewirtschaft und die Änderung des Haftungsrechts (§ 1320 ABGB). Die 10 Verhaltensregeln für Alm-Besucher informieren über den richtigen Umgang mit Weidetieren. Mit dem Standard für die Alm- und Weidewirtschaft wurde ein Hilfsmittel für alle Tierhalter, Almbewirtschafter und Hirten geschaffen, um ein sicheres Nebeneinander von Weidevieh und Freizeitnutzern auch in stark frequentierten Wandergebieten zu gewährleisten. Auch eine Evaluierung der Versicherungen durch die Landwirtschaftskammer Österreich erfolgte bereits.

Zusätzlich erfolgte eine gesetzliche Präzisierung der Ersatzpflicht der Tierhalterin bzw. des Tierhalters in der Alm- und Weidewirtschaft mit dem Ziel, die Eigenverantwortung zu stärken und einen einheitlichen Rahmen für das Verhalten auf Almen und Weiden zu setzen. Hierzu erfolgte mit dem Haftungsrechts-Änderungsgesetz 2019 – HaftRÄG 2019 (BGBl. I Nr. 69/2019) eine Änderung des § 1320 ABGB. Das Schadenersatzrecht bringt dadurch zur Frage des Umfangs der Verpflichtungen der Tierhalterin bzw. des Tierhalters in der Weide- und Almwirtschaft und der hier erwartbaren Eigenverantwortung von Wanderinnen und Wanderern sowie Spaziergängerinnen und Spaziergängern mehr Sicherheit. Die Einhaltung oder Verletzung der Verhaltensregeln für Alm-Besucher kann im Einzelfall ähnlich wie die sogenannten FIS-Regeln im Schirecht bei der Beurteilung des Verschuldens oder Mitverschuldens bedeutsam sein.

Um über richtiges Verhalten auf Österreichs Almen und Weiden zu informieren, stehen auf der Homepage www.sichere-almen.at alle Informationen samt „Erklär-Video“ und Hinweistafeln für Besucherinnen und Besucher sowie Betriebe zur Verfügung. Über 200.000 Folder wurden den Tourismusverbänden zur Verfügung gestellt. Die Website www.sichere-almen.at ist seit April 2019 online und wurde über 50.000-mal aufgerufen.

Im Jahr 2020 folgte ein weiterer Almen-Gipfel und konstruktiver Dialog für eine enge Zusammenarbeit zwischen dem Tourismus und der Almwirtschaft mit einer Informationsoffensive für ein gutes Miteinander auf Österreichs Almen.

Zur Frage 8:

- Welche konkreten Maßnahmen wurden gesetzt, um das Ziel „TOURISMUS ALS MOTOR DER ENERGIEWENDE“ zu erreichen?
 - a. Haben diese bereits Wirkung gezeigt?
 - b. Wenn ja, welche?
 - c. Wenn nein, warum nicht?

Um Tourismusdestinationen zu Klima- und Energie-Modellregionen (KEM) zu entwickeln, wurde 2019 eine Ausschreibung mit dem Titel „KEM Tourismus“ lanciert. In diesem KEM-Schwerpunktprogramm wird eine Tourismusregion mit besonderen Ambitionen von einer Fachjury ausgewählt, die sodann im Zuge der Umsetzung mit einer Million Euro unterstützt wird. Eine Entscheidung über den Zuschlag in diesem KEM-Schwerpunktprogramm ist in den nächsten Wochen geplant.

Gemeinsam mit der für das Umweltzeichen zuständigen Stelle im Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie und dem Verein für Konsumenteninformation, als Auftragnehmer für die Erstellung und Überarbeitung von Richtlinien für das Österreichische Umweltzeichen, wird an einem Konzept zur Zertifizierung von nachhaltigen Tourismusdestinationen gearbeitet. Erste Empfehlungen zur weiteren Umsetzung werden in den nächsten Wochen dem Umweltzeichen-Beirat vorgelegt.

Zur Frage 9:

- Welche konkreten Maßnahmen wurden gesetzt, um das Ziel „INITIATIVEN FÜR DEN ARBEITSMARKT“ zu erreichen?
 - a. Haben diese bereits Wirkung gezeigt?
 - b. Wenn ja, welche?
 - c. Wenn nein, warum nicht?

Um den Herausforderungen am touristischen Arbeitsmarkt zu begegnen hat das Bundesministerium für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus eine High Level Group mit Vertreterinnen und Vertretern des Bundesministeriums für Arbeit, Familie und Jugend, des Bundesministeriums für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort, des Arbeitsmarktservice, der Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft der Wirtschaftskammer Österreich sowie der Gewerkschaft vda ins Leben gerufen. Durch diese wird eine laufende Kommunikation der Stakeholder sichergestellt und notwendige Maßnahmen erarbeitet. So wurde der Beruf Köchin bzw. Koch in die nationale Mangelberufsliste aufgenommen sowie eine Regionalisierung der Liste erreicht.

Daneben stand der Österreichische Innovationspreis Tourismus 2020 im Zeichen des Arbeitsmarkts. Gesucht wurden innovative Erfolgsbeispiele in Akquise, Entwicklung und Förderung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Die Preisverleihung wurde coronabedingt auf das Jahr 2021 verlegt.

Zur Frage 10:

- Welche konkreten Maßnahmen wurden gesetzt, um das Ziel „NEUE QUALITÄT DER TOURISMUSPOLITIK“ zu erreichen?
 - a. Haben diese bereits Wirkung gezeigt?
 - b. Wenn ja, welche?
 - c. Wenn nein, warum nicht?

Gerade im Kampf zur Bewältigung der COVID-19-Pandemie hat sich gezeigt, wie wichtig Zusammenarbeit und der ständige Austausch mit den Bundesländern, Interessenvertretungen, den Stakeholdern sowie Unternehmerinnen und Unternehmern der jeweiligen Branche ist, um maßgeschneiderte Unterstützungsprogramme treffsicher gestalten zu können. Mit der großflächigen Einbindung der unterschiedlichsten Bereiche zu den aktuellen Herausforderungen des Tourismus – wie Beherbergungs-, Gastronomie- und Freizeitbetriebe sowie Reisebüros und Reiseveranstalter als auch die gesamte Veranstalterbranche – wurde die neue Qualität der Tourismuspolitik 2020 gestartet.

Zur Frage 11:

- Nach welchen Indikatoren wird der Erfolg des Masterplans für Tourismus gemessen?

Im „Plan T – Masterplan für Tourismus“ ist ein neues, zukunftsgerichtetes Indikatorensystem festgelegt, welches alle Aspekte der Entwicklung des österreichischen Tourismus darstellt. Dieses neue Indikatorenset wurde erstmals im Tourismusbericht 2019 veröffentlicht und soll als Basis für den zukünftigen Bericht dienen:

- Beitrag der Tourismuswirtschaft zum Bruttoinlandsprodukt
- Pro-Kopf-Einnahmen im internationalen Tourismus
- Zahl der Ankünfte nationaler und internationaler Gäste
- Zahl der Nächtigungen nationaler und internationaler Gäste
- Durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Gäste
- Energiemix in Beherbergung und Gastronomie
- Anteil erneuerbarer Energieträger
- Energieverbrauch pro Nächtigung
- Unselbständig Beschäftigte in Beherbergung und Gastronomie
- Gästezufriedenheit
- Tourismusakzeptanz

Zur Frage 12:

- Wurden die Zeitpläne für die Erfüllung einzelner Punkte des Masterplans Tourismus (waren im Plan nicht vorhanden) bereits ausgearbeitet?
 - a. Wenn ja, wo sind diese veröffentlicht?
 - b. Falls nein, warum nicht?
 - c. Wenn nein, bis wann werden die Zeitpläne für die Erfüllung einzelner Punkte im Masterplan Tourismus ausgearbeitet?

Der Aktionsplan 2019/2020 hat die Vorhaben für diese beiden Jahre präzise umschrieben. Derzeit wird an einem Restart-Aktionsplan 2021 gearbeitet, der im Jahr 2021 veröffentlicht wird.

Elisabeth Köstinger

