Bundesministerium für
Wirtschaft, Familie und Jugend

Lagebericht 2010

Bericht über die Lage der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Österreich 2010

Impressum:

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

Für den Inhalt verantwortlich:
Sektionschefin Mag. Elisabeth Udolf-Strobl

Layout: Herbert Stadler, 1060 Wien

Foto: BMWFJ/Hans Rinnerhofer

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

Druck: Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend

Mai 2011

Lagebericht 2010

Bericht über die Lage der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Österreich 2010

Vorwort

Der österreichische Tourismus hat sich im „Jahr 1" nach der Weltwirtschaftskrise wieder erholt. Bei den Ankünften im Jahr 2010 gab es mit 33,4 Millionen Ankünften und einem satten Plus von 3,3 % so viele Gäste wie noch nie zuvor, die Anzahl der Nächtigungen lag mit 124,9 Millionen um leichte 0,5 % über jener des Vorjahres. Rekorde konnten sowohl bei den Inländerankünften (+3,9 %) als auch bei den Inländernächtigungen (+1,7 %) verzeichnet werden.

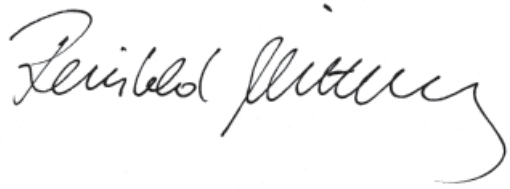
Wir dürfen uns aber auf diesen Erfolgen nicht ausruhen, denn Globalisierung, steigender Wettbewerbsdruck, demografischer Wandel der Gesellschaft und veränderte Reisegewohnheiten, aber auch weltpolitische Unsicherheiten oder Naturkatastrophen stellen den Tourismus vor immer neue Herausforderungen. Um diese Herausforderungen zu meistern und Österreichs Zukunfts- und Wettbewerbsfähigkeit zu sichern und weiter auszubauen, braucht es neue Konzepte und Lösungen.

In diesem Sinne definiert die neue österreichische Tourismusstrategie Innovation – neben einer besseren Abstimmung aller Tourismuspartner – als die wichtigste Zukunftsaufgabe für die Tourismuswirtschaft. Der österreichische Tourismus braucht Leitprodukte mit herausragender Qualität, damit sich Österreich auf den Herkunftsmärkten auch zukünftig mit dem „gewissen Extra" positionieren kann. Solche touristischen Produkte können nur in enger Zusammenarbeit von Betrieben und Destinationen entstehen, die ja als Leistungsträger das Rückgrat dieser Produkte bilden.

Innovation war auch zentrales Thema der ersten österreichischen Tourismuskonferenz Ende März 2011 in Linz. Ziel dieser jährlich stattfindenden Konferenz ist eine bessere Abstimmung tourismuspolitischer Themen zwischen Bund und Bundesländern. Mit der gemeinsamen Unterzeichnung des „Aktionsplans für den Tourismus" wurden konkrete Maßnahmen für das Tourismusjahr 2011 gesetzt. U.a. haben sich Bund und Länder darauf verständigt,

eine „Innovationsmillion” für innovative Kooperationsprojekte im Tourismus zur Verfügung zu stellen. Auch der Staatspreis Tourismus 2011 steht diesmal unter dem Motto Innovation. Weitere Details zur Tourismuskonferenz finden Sie im vorliegenden Lagebericht.

Mein Dank gilt allen Mitwirkenden am Tourismus-Lagebericht 2010. Darüber hinaus möchte ich all jenen danken, die durch ihren persönlichen Einsatz sowie ihre Innovationsfreude und Kreativität am Erfolg des heimischen Tourismus arbeiten.



Dr. Reinhold Mitterlehner
Bundesminister für Wirtschaft, Familie und Jugend

Inhalt

1 TOURISMUSPOLITIK . . . 1

Tourismusausschuss . . . 2

Tourismuskonferenz 2011 . . . 3

2 TOURISMUSBILANZ 2010 . . . 7

Jüngste Entwicklungstendenzen im österreichischen Tourismus . . . 8

Die internationale Entwicklung . . . 8

Die Situation in Österreich . . . 10

3 ARBEITSMARKT . . . 17

EURES-Aktivitäten . . . 19

Arbeitsmarktpolitisches Projektbeispiel „RegioVitalis" . . . 19

Lohnerhöhungen . . . 20

Bildungskarenz . . . 20

Frauen im Tourismus . . . 20

Attraktivierung von Lehrberufen im Tourismus . . . 20

4 THEMENFELDER . . . 25

Tourismus und Nationalparks . . . 26

Alpenkonvention . . . 27

Projekt EDEN – European Destinations of ExcelleNce . . . 28

Ethik und CSR im Tourismus . . . 29

Europäische Donauraumstrategie . . . 30

Radtourismus in Österreich . . . 31

Tourismus ohne Barrieren . . . 32

Alpiner Winter . . . 34

Klimawandel und Tourismus . . . 35

Gärten und Tourismus . . . 39

5 FÖRDERUNGEN FÜR DIE TOURISMUS- UND FREIZEITWIRTSCHAFT . 41

Betriebliche Tourismusförderung . . . 42

Tourismusförderungen des BMWFJ . . . 49

EU-Förderprogramme mit Kofinanzierung durch das BMWFJ . . . 49

6 WIRTSCHAFTLICHE LAGE DER BETRIEBE . . . 51

Die wirtschaftliche Lage der Hotellerie . . . 52

Die wirtschaftliche Lage der Gastronomie . . . 56

Investitionen/Finanzierung . . . 58

7 INTERNATIONALE BEZIEHUNGEN . . . 63

Welttourismusorganisation (UNWTO) . . . 65

Organisation für wirtschaftliche Entwicklung und Zusammenarbeit (OECD) . . . 67

Europäische Union (EU) . . . 68

Rechtliche Neuerungen . . . 70

8 ÖSTERREICH WERBUNG . . . 73

Tourismuspolitik

Tourismuspolitik

Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten hat der Tourismus seine Bedeutung für die österreichische Wirtschaft wieder eindrucksvoll unter Beweis gestellt. Die Wirtschaftskrise ist zwar auch am Tourismus nicht spurlos vorüber gegangen und die Auswirkungen sind mit zeitlicher Verzögerung auch heute noch zu spüren. Aber im Gegensatz zu zahlreichen anderen Branchen hat sich der Tourismus als stabilisierender Faktor erwiesen und das Ausbleiben internationaler Gäste durch zusätzliche Ankünfte von österreichischen Gästen und den Nahmärkten großteils kompensieren können.

Die Bedeutung des Tourismus als Arbeitgeber – auch als Ausbildner von Lehrlingen, seine Bedeutung für die regionale Entwicklung, für Zulieferbranchen, aber auch z.B. für Kultureinrichtungen rechtfertigen die intensive Beschäftigung der Politik mit dem Tourismus.

Die Tourismuspolitik in Österreich orientiert sich dabei nicht nur an ökonomischen Interessen, sondern auch an der sozialen und ökologischen Nachhaltigkeit - sind doch der Mensch und die Natur die wichtigsten Ressourcen für den heimischen Tourismus.

Tourismusausschuss

Im seit 2006 bestehenden Tourismusausschuss werden aktuelle touristische Themen, Berichte und Entschließungsanträge, die sich auf die Tourismus- und Freizeitwirtschaft beziehen, behandelt.

Neben der Neukonstituierung am 24. Februar 2010 tagte der Tourismusausschuss im vergangenen Jahr am 16. März, am 23. Juni und am 14. Oktober. Am 22. Dezember 2010 fand die Wahl eines neuen Obmannes statt. Im Jahr 2011 tagte der Ausschuss das erste Mal am 19. Jänner.

Folgende Themen wurden schwerpunktmäßig behandelt:

- Tourismusstrategie „Neue Wege im Tourismus”
- Präsentation ARGE Städtetourismus
- Bericht des Bundesministers für Wirtschaft, Familie und Jugend über die Lage der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Österreich 2009
- Nationalparks
- Aussprache über aktuelle Fragen aus dem Arbeitsbereich der ÖW

Folgende Entschließungsanträge wurden vom Ausschuss einstimmig angenommen:

- Optimierung der Zusammenarbeit zwischen der Österreichischen Freizeit- und Tourismuswirtschaft und den Österreichischen Bundesbahnen, mit besonderem Fokus auf Radtourismus und Gästeanreise (908/A(E))
- Entzerrung der europäischen Ferienordnung unter Berücksichtigung pädagogischer Erfordernisse (1157/A(E))
- Maßnahmen zur Attraktivierung von (Lehr-)berufen im Tourismus (1236/A(E))
- Europaweite Harmonisierung der Hotelsterne-Klassifizierungssysteme (1354/A(E))

Die Mitglieder des Tourismusausschusses sowie weitere Informationen über die Tätigkeiten des Ausschusses finden Sie auf der Homepage des österreichisches Parlaments unter: www.parlament.gv.at

Tourismuskonferenz 2011

Die neue österreichische Tourismusstrategie sieht vor, jährlich eine Tourismuskonferenz abzuhalten. Diese Konferenz dient der politischen Abstimmung von Bund und Bundesländern zu tourismusrelevanten Themen und fand heuer zum ersten Mal am 31. März und am 1. April 2011 in Linz statt.

Am 31. März 2011 wurde – unter großer Beteiligung der Tourismuswirtschaft – die aktuelle tourismuspolitische Lage diskutiert. Neben einem Impulsreferat von Wolfgang Prock-Schauer, CEO der Lufthansa-Tochtergesellschaft British Midland International und einer Podiumsdiskussion mit Branchenvertreter/innen und Touristiker/innen wurde auch der Bericht des im Rahmen der Tourismusstrategie eingerichteten Expertenbeirats von Univ.-Prof. Dr. Hansruedi Müller präsentiert. Dieser Bericht steht auf der Homepage des BMWFJ unter www.bmwfj.gv.at/tourismus zum Download zur Verfügung.

Der international besetzte Beirat erstellt im Auftrag des BMWFJ jährlich einen Bericht über Trends und aktuelle Herausforderungen für den österreichischen Tourismus und gibt Handlungsempfehlungen an die Tourismuskonferenz ab.
Laut Kernaussage des Expertenberichts 2011 wird der österreichische Tourismus in den nächsten Jahren zwar wachsen, allerdings langsamer als in anderen Weltregionen. Durch koordinierte und fokussierte Tourismuspolitik von Bund und Ländern kann dieses Wachstum aber gesteigert werden. Notwendig dafür ist aber auch die Aufwertung des Angebots durch Innovationen, der Ausbau des Ganzjahrestourismus und die Erhöhung der Produktivität in den Betrieben. Parallel dazu müssen die Herkunftsmärkte in Ost- und Südosteuropa sowie in den BRIC-Staaten (Brasilien, Russland, Indien, China) noch stärker erschlossen werden. Erfolgschancen bieten sich insbesondere durch innovative Angebote im Kultur- und

Bundesminister Dr. Reinhold Mitterlehner

Landesrat KR Viktor Sigl

Wolfgang Prock-Schauer, CEO British Midland

Prof. Dr. Hansruedi Müller, Universität Bern

Podiumsdiskussion mit (v.l.n.r.): Andreas Döllerer (Döllerers Genusswelten), BSO KR Hans Schenner (WKÖ), Barbara van Melle (Moderatorin), Prof. Dr. Egon Smeral (WIFO), Mag. Doris Schreckeneder (Präsidentin Ship Austria, Attersee Schifffahrt, Stern & Hafferl Verkehrsges.m.b.H.), Präsident Sepp Schellhorn (ÖHV)

31. März 2011

Bundesminister Dr. Reinhold Mitterlehner mit den Tourismusreferenten der Bundesländer:
v.l.n.r.: Landesrat Mag. Karlheinz Rüdisser (Vorarlberg), Landeshauptmann-Stv. Dr. Wilfried Haslauer (Salzburg), Landeshauptmann-Stv. Hermann Schützenhöfer (Steiermark), Landeshauptmann Günther Platter (Tirol), Landesrätin Dr. Petra Bohuslav (Niederösterreich), Landesrätin Mag. Michaela Resetar (Burgenland), Landesrat Viktor Sigl (Oberösterreich), Landesrat Dr. Josef Martinz (Kärnten), WienTourismus-Direktor Norbert Kettner

Städtetourismus, im Wintersport sowie bei erlebnisorientierten Kurzurlauben mit Wellness-Komponenten auf Basis von Ressourcen wie Alpen, Flüssen oder Seen. Der Expertenbeirat prognostiziert bis 2015 ein Umsatzwachstum im heimischen Tourismus von durchschnittlich jährlich 1,8 %. Diese Prognose könnte durch die vorgeschlagene Internationalisierung und die oben genannten qualitativen Verbesserungen auf jährlich 2,5 % ausgebaut werden. Für die Nächtigungen würde dies in etwa eine Steigerung um zehn Prozent von 124,8 Millionen (2010) auf bis zu 138 Millionen im Jahr 2015 bedeuten.

Am 1. April 2011 fand die politische Abstimmung mit den Bundesländern statt. Gemeinsam mit den Landestourismusreferenten – LH Günther Platter für Tirol, LH-Stv. Wilfried Haslauer für Salzburg, LH-Stv. Hermann Schützenhöfer für die Steiermark, LR Petra Bohuslav für Niederösterreich, LR Michaela Resetar für das Burgenland, LR Josef Martinz für Kärnten, LR Karlheinz Rüdisser für Vorarlberg. LR Viktor Sigl für Oberösterreich und in Vertretung von Frau Vizebürgermeisterin Renate Brauner Herr Direktor Norbert Kettner für Wien – wurde der Aktionsplan Tourismus 2011 verabschiedet.

Zentrale Eckpunkte des „Aktionsplans Tourismus 2011"

Kräfte bündeln im Tourismusmarketing

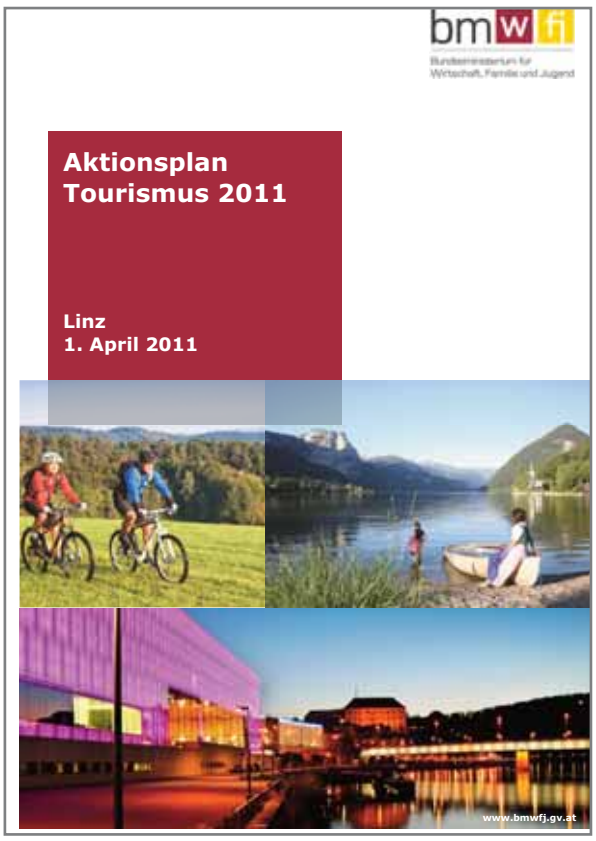
Mit der Etablierung der drei Alleinstellungsmerkmale Alpen, Donau & Seen, Städte & Kultur in der Tourismusstrategie 2010 wurde das Auslandsmarketing auf Österreichs Stärken fokussiert. Zur besseren Koordination aller Tourismuspartner wird der Marketingbeirat der Österreich Werbung (ÖW) reformiert und ab 2012 durch die neue „Allianz Tourismus Marketing" ersetzt.
Dort werden jene Kräfte gebündelt, die operativ Auslandsmarketing machen. Die bestehende „Allianz der 10" (ÖW und neun Landestourismusorganisationen (LTO)) bietet

dafür die geeignete Basis, die Organisation erfolgt unter Federführung der ÖW. Neben den Vereinsmitgliedern der ÖW – BMWFJ und WKÖ – und den LTO werden projekt- und themenbezogen jene Akteure beigezogen, die maßgeblich im Tourismusmarketing im Ausland tätig sind.

Ergänzend dazu einigte man sich auf ein neues Strategieforum aus Vertretern des Bundes, der Länder und der WKÖ sowie Branchenvertretern und Tourismusexperten. Dort sollen grundsätzliche Fragen des Tourismusmarketings sowie strategische Allianzen und Partnerschaften diskutiert werden, die über das Tagesgeschäft der Marketingorganisationen hinausgehen.

Neue Innovations-Million
Aufstockung günstiger Kreditmittel

Österreichs strategische und effiziente Förderpolitik stärkt die Wettbewerbsfähigkeit der Tourismusbetriebe. Dazu kommt jetzt ein Fokus auf Innovationen, um neuen Tourismusideen zum Durchbruch zu verhelfen. Daher stellen das BMWFJ und jene Länder, die sich an dieser Aktion beteiligen, von 2011 bis 2013 eine „Innovationsmillion" pro Jahr zur Verfügung. Bis zu zehn Leuchtturm-Projekte jährlich bekommen somit die Chance, innovative Ideen entlang der gesamten touristischen Wertschöpfungskette umzusetzen. Damit sollen innovative Kooperationen von Tourismusbetrieben mit branchenfremden Partnern unterstützt werden. Bis zu 50 % der förderbaren Kosten können unterstützt werden, wobei die Mindestprojektgröße bei 150.000 EUR liegen muss. Abgewickelt wird die Aktion über die Österreichische Hotel- und Tourismusbank (ÖHT), das jeweilige Bundesland trifft eine Vorselektion geeigneter Projekte. Gleichzeitig stellt das BMWFJ im Förderbereich die Weichen dafür, dass die ERP-Mittel für den Sektor Tourismus ab 2012 um 50 % auf 50 Mio. EUR angehoben werden. Mit diesem Volumen können zinsgünstige Kredite für neue Projekte vergeben werden.



Im Aktionsplan bekennen sich Bund und Länder außerdem zur klaren Abgrenzung der jeweiligen Förderzuständigkeiten im Sinne der im Jänner 2011 etablierten Förderpyramide. Durch klare Schnittstellen sinkt der Verwaltungsaufwand und sind zeitgemäße Schwerpunkte wie die neue Innovationsmillion möglich. Kleine Projekte mit Kosten bis 100.000 EUR werden künftig durch das jeweilige Bundesland alleine gefördert. Für Investitionen von 100.000 bis 1 Mio. EUR gibt der Bund Barzuschüsse. Darüber werden über die ÖHT zinsgünstige Kredite vergeben, deren Förderkosten bis 3 Mio. EUR der Bund alleine trägt, darüber teilen sich Bund und Länder die Förderkosten.

Schulsportwochen unterstützen
Neue ÖW-Kampagne kommt

Wintersportwochen sind eine Investition in die Zukunft, weil sie die Gäste von morgen für einen Urlaub in Österreich begeistern. Daher werden in jenen Bundesländern, in denen Wintersportwochen stattfinden, neue Koordinationsstellen eingerichtet. Diese sol-

len die vielen unterschiedlichen Angebote bündeln, die Qualität sichern sowie den Anbietern und den Schulen eine zentrale Präsentationsplattform bieten. Darüber hinaus sollen die Förderaktionen für Schulsportwochen zwischen den Ländern enger abgestimmt werden, um nicht gegenseitig Schüler/innen abzuwerben, sondern zusätzliche Schüler/innen auf die Piste zu bekommen.

Zusätzlich zu den im Aktionsplan festgelegten Initiativen wird die Österreich Werbung im Herbst erstmals eine Kampagne für Schulskikurse starten, um Lehrer/innen, Eltern und Schüler/innen dafür zu begeistern. Wichtig ist, dass die Tourismusbranche noch mehr kostengünstige Pakete schnürt, damit sich die Eltern die Wintersportwochen ihrer Kinder auch leisten können.

Dieses Maßnahmenbündel soll angesichts der seit Jahrzehnten sinkenden Teilnehmerzahl an Wintersportwochen eine Trendwende einleiten.

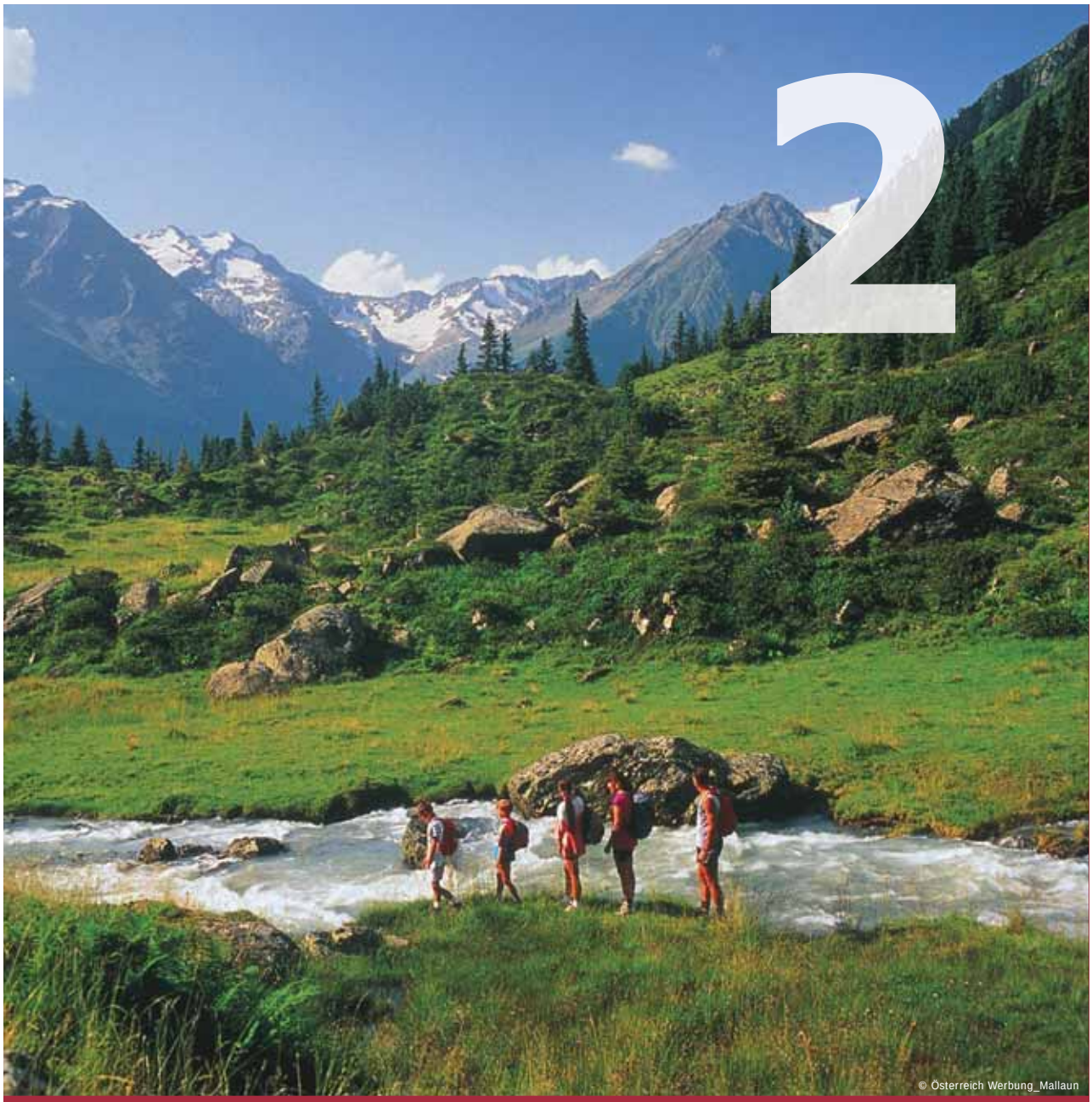
Stärkere Stimme in Europa

Seit dem Inkrafttreten des Vertrags von Lissabon 2009 kann die Europäische Union auch touristische Maßnahmen der Mitgliedstaaten unterstützen und ergänzen. Um Österreichs Interessen bestmöglich zu vertreten und den größtmöglichen Nutzen aus diesen Möglichkeiten zu ziehen, braucht es eine bessere Abstimmung zwischen Bund und Ländern. Dementsprechend wird eine neue Koordinationsgruppe zu EU-tourismuspolitischen Themen eingerichtet.
Durch abgestimmte Positionen können österreichische Interessen – auch im Hinblick auf die Verhandlung der Strukturfondsperiode 2014-2020 – auf allen Ebenen stärker vertreten werden.

Tourismuskonferenz 2012 in Schladming

Die Tourismuskonferenz hat sich als geeignetes Mittel zur besseren Abstimmung zwischen Bund und Bundesländern erwiesen und daher wurde für nächstes Jahr eine Fortsetzung beschlossen. Die nächste Tourismuskonferenz wird im Frühjahr 2012 auf Einladung des Landes Steiermark in Schladming stattfinden.

Sämtliche Unterlagen zur Tourismuskonferenz, wie die Präsentationen der Redner, den Bericht des Expertenbeirats sowie dem Aktionsplan Tourismus 2011, sind unter www.bmwfj.gv.at/tourismus abrufbar.



© Österreich Werbung_Mallaun

Tourismusbilanz

Entwicklung und Struktur der österreichischen Tourismus- und Freizeitwirtschaft im Jahr 2010

Jüngste Entwicklungstendenzen im österreichischen Tourismus

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

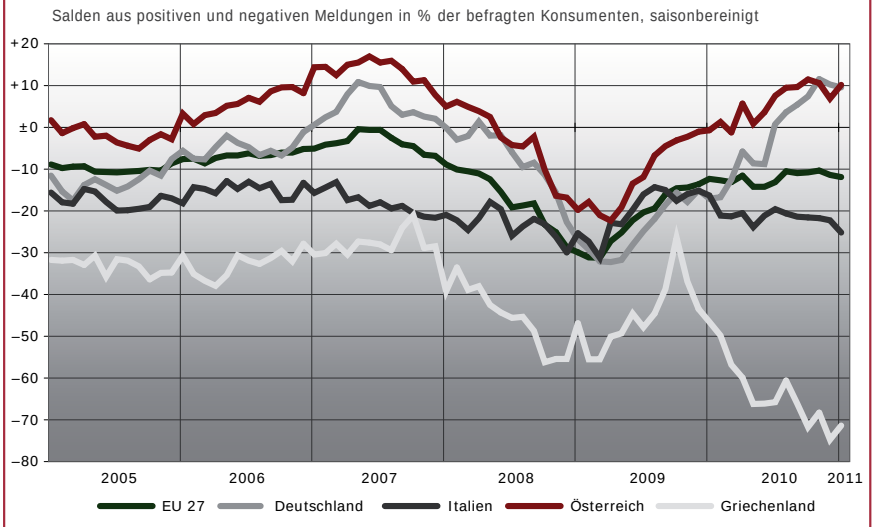
Die internationale Entwicklung

Die Weltwirtschaft rutschte 2008/2009 durch die Auswirkungen der Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise in eine schwere Rezession – die kräftigste seit dem 2. Weltkrieg. Der einschneidende konjunkturelle Einbruch wirkte sich deutlich negativ auf die internationale Tourismuswirtschaft aus (OECD, 2010; Smeral, 2009, 2010 und 2011).

Der starke Wirtschaftseinbruch kam etwa Mitte 2009 zum Stillstand, seither war in den Industrieländern eine konjunkturelle Belebung zu beobachten, die maßgeblich durch eine expansive Geld- und Fiskalpolitik unterstützt wurde. Dennoch konnte sich bis jetzt kein selbsttragender Aufschwung durchsetzen, da die Investitionstätigkeit nicht spürbar anstieg. In der EU 27 zeigt das Konsumentenvertrauen – zum Teil auch wegen der pessimistischen Einschätzungen in Bezug auf die Bewältigung der Schuldenkrise und die Konsolidierung der Staatshaushalte – keine Belebung und befindet sich deutlich im negativen Bereich (Abbildung 1).

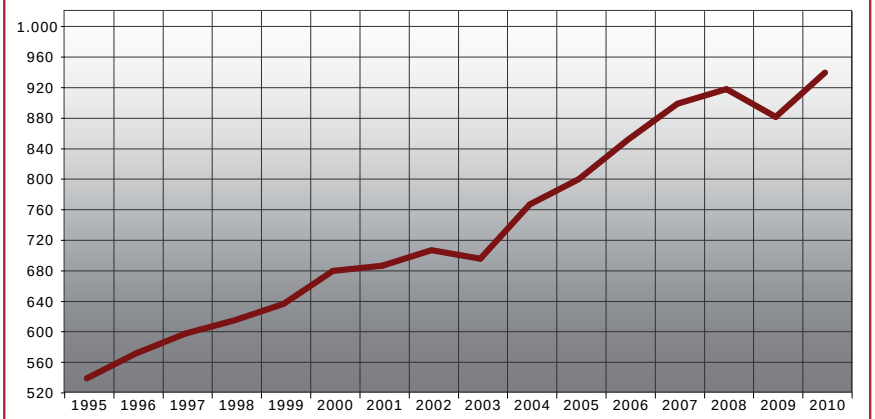
Die Belebung der Weltwirtschaft – zum Teil auch bedingt durch die kräftigen Nachfragesteigerungen in Asien und Südamerika – hatte auch stimulierende Wirkungen auf den Welttourismus, der sich im Jahr 2010 deutlich erholte. Nach den Angaben der UN-

Abb.1: Konsumentenvertrauen in der EU 27



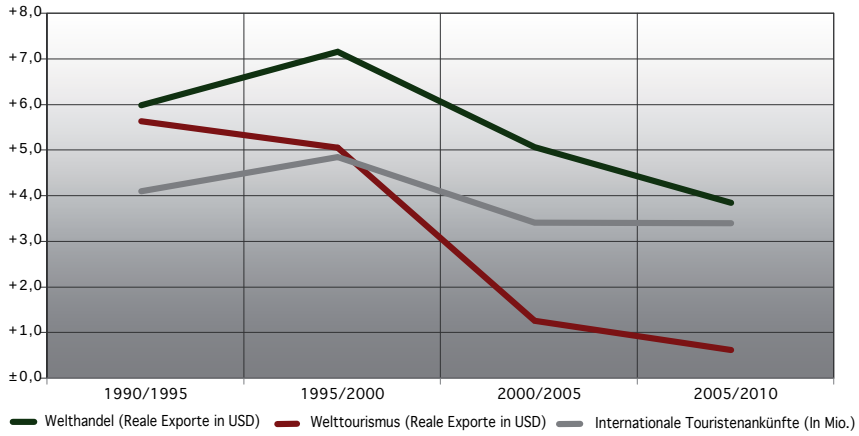
Q: Konjunkturtest der Europäischen Kommission. Abgebildeter Zeitraum: Jänner 2005 bis Jänner 2011.

Abb. 2: Entwicklung der internationalen Touristenankünfte weltweit (in Mio.)



Q: UNWTO

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



Q: Statistik Austria, WIFO-Berechnungen. Welttourismusexporte: bis 1995 ohne Polen, Slowenien, Slowakei, Baltische Staaten, Russland.

WTO sind nach einem leichten Einbruch in der zweiten Jahreshälfte 2008 die weltweiten internationalen Touristenankünfte im Jahr 2009 um 4 % gesunken, 2010 wurde ein Anstieg von etwa 6½ % realisiert, die internationalen Touristenankünfte erreichten dabei ein Volumen von 935 Mio. (UNWTO, 2011; Abbildung 2). Trotz der Rückgänge im Jahr 2009 lagen damit die internationalen Ankünfte bereits wieder um rund 2½ % über dem Niveau des Jahres 2008.

Die Erholung im Welttourismus verlief im Vergleich zum Welthandel deutlich schwächer, auch bedingt dadurch, dass (touristische) Dienstleistungen nicht lagerbar sind und damit nicht vom Lageraufbau profitieren konnten: So stiegen – nach Ausschaltung der Preis- und Wechselkursverschiebungen – die Warenexporte weltweit 2010 um 16 %, wogegen die Tourismusexporte real nur um 1½ % zunahmen. Auch mittel- bis langfristig blieben die realen Tourismusexporte und auch die internationalen Touristenankünfte deutlich hinter der Dynamik des realen Welthandels zurück (Abbildung 3).

Übersicht 1: Entwicklung der internationalen Touristenankünfte nach Länderblöcken 2008-2010

	2008	2009	2010
Welt	+2,1	–4,0	+6,7
Europa	+0,5	–5,0	+3,2
Asien und Pazifik	+1,1	–1,7	+12,6
Amerika und Karibik	+2,7	–4,9	+7,6
Afrika	+2,7	+3,1	+6,4
Naher Osten	+19,2	–5,7	+14,0

Q: UNWTO 1/2001 (S.13).

Obwohl 2010 die internationalen Touristenankünfte mit 6½ % deutlich stiegen, hinkte die Dynamik der nominellen Einnahmen merklich hinterher. Dies ist typisch für die gegenwärtige Konjunktursituation und ist auf Sparmaßnahmen der Tourist/innen und den Preisdruck zurückzuführen. Letzteres hängt zum Teil damit zusammen, dass die Preissensitivität der Tourist/innen in der Rezession stark anstieg und die Tendenz besteht, immer später zu buchen, um sich in allerletzter Minute eine billigere Reise zu sichern. Bestehende Überkapazitäten verstärken den Preisdruck.

Alle Regionen der Welt profitierten – wenn auch in unterschiedlichem Ausmaß – von der Belebung im Tourismus (Übersicht 1): In den Schwellenländern nahmen 2010 die internationalen Touristenankünfte deutlich stärker zu als in den Industrieländern. Während der Mittlere Osten sowie Asien und der Pazifische Raum zweistellige Zuwachsraten verzeichneten, stiegen die internationalen Touristenankünfte in Europa nur um 3 %. Auch 2011 erwartet die UNWTO für Europa mit rund 3 % einen ähnlichen Anstieg (UNWTO, 2011).

Die Situation in Österreich

Die österreichische Tourismuswirtschaft konnte sich den Auswirkungen der Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise nicht entziehen. Nach noch kräftigen Umsatzzuwächsen im Jahr 2008 (+6,1 %) musste im Rezessionsjahr 2009 ein Rückgang von 5% hingenommen werden. Mit der konjunkturellen Erholung im Jahr 2010 kamen die Rückgänge zum Stillstand. Nächtigungen (+0,5 %) und Umsätze (+1,6 %) stiegen leicht an, lagen aber noch immer knapp unter dem Niveau von 2008 (Übersicht 2).

Die Entwicklung im Jahr 2010 war durch einen weiteren deutlichen Rückgang der Aufenthaltsdauer gekennzeichnet (Abbildung 4). Mit Ausnahme von Oberösterreich zeigten sich in jedem Bundesland rückläufige Tendenzen.

Die Entwicklung nach der Herkunft zeigt, dass insgesamt betrachtet die Nächtigungen der inländischen Gäste mit +1,7 % zunahmen, jene der ausländischen Gäste dagegen auf dem Niveau des Vorjahres verharrten. Von den für Österreich wichtigen Herkunftsmärkten stiegen die Nächtigungen der Schweizer (4,3 %), der Russen (23,3%), der US-Amerikaner (+11,9 %) sowie der Franzosen und der Polen (+2,7 %) überdurchschnittlich. Nächtigungsrückgänge ergaben sich für Deutschland (–1,4 %), die Niederlande (–4,0 %) und Belgien (–2,6), die Übernachtungen der Italiener, Briten, Tschechen und Ungarn stagnierten weitgehend.

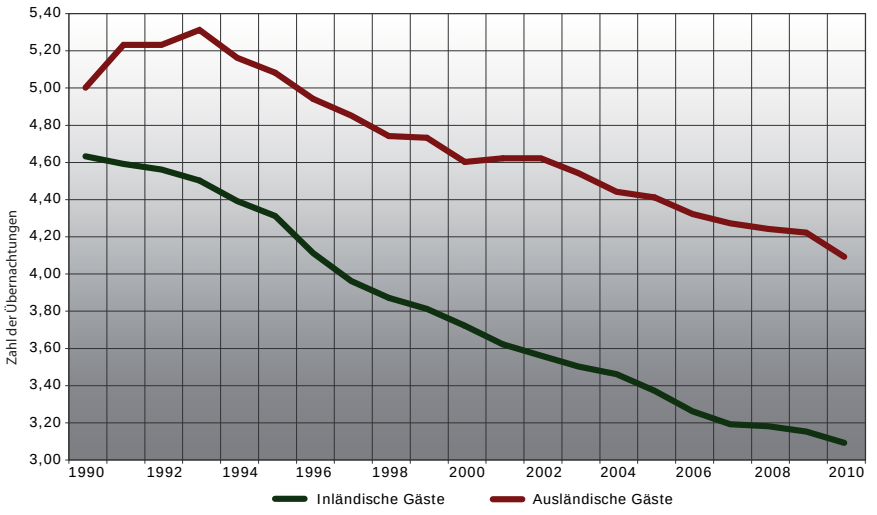
Regional – insbesondere bezüglich der Entwicklung in städtischen und ländlichen Gebieten – zeigten sich erhebliche Unterschiede (Übersicht 3).

Übersicht 2: Nächtigungen und Umsätze im österreichischen Tourismus 2002 – 2010

	Nächtigungen			Umsätze		
	Inländer	Ausländer	Gesamt	Binnenreise-verkehr	Exporte	Gesamt
	In 1.000			In Mio. Euro		
2000	31.021	82.346	113.367	4.614	12.202	16.816
2001	31.335	83.468	114.802	4.811	12.791	17.602
2002	30.859	85.538	116.397	4.780	13.198	17.978
2003	31.561	86.276	117.837	4.949	13.528	18.477
2004	31.329	85.922	117.251	5.095	13.898	18.993
2005	31.501	87.741	119.242	5.389	14.701	20.090
2006	32.130	87.274	119.403	5.649	15.144	20.793
2007	33.008	88.443	121.451	5.834	15.485	21.319
2008	33.879	92.840	126.719	6.115	16.512	22.627
2009	34.443	89.864	124.307	6.105	15.391	21.496
2010	35.024	89.857	124.881	6.281	15.556	21.837
	Veränderung zum Vorjahr in %					
2000	.	.	.	.	.	.
2001	+1,0	+1,4	+1,3	+4,3	+4,8	+4,7
2002	–1,5	+2,5	+1,4	–0,6	+3,2	+2,1
2003	+2,3	+0,9	+1,2	+3,5	+2,5	+2,8
2004	–0,7	–0,4	–0,5	+2,9	+2,7	+2,8
2005	+0,5	+2,1	+1,7	+5,8	+5,8	+5,8
2006	+2,0	–0,5	+0,1	+4,8	+3,0	+3,5
2007	+2,7	+1,3	+1,7	+3,3	+2,3	+2,5
2008	+2,6	+5,0	+4,3	+4,8	+6,6	+6,1
2009	+1,7	–3,2	–1,9	–0,2	–6,8	–5,0
2010	+1,7	–0,0	+0,5	+2,9	+1,1	+1,6

Q: Statistik Austria, OeNB, WIFO-Berechnungen.

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



Q: Statistik Austria, WIFO-Berechnungen

Nach den relativ starken Rückgängen im Jahr 2009 verzeichnete der Städtetourismus 2010 im Gegensatz zum Tourismus in ländlichen Gebieten eine nahezu überraschend kräftige Erholung. So stiegen im Jahr 2010 die Nächtigungen in Österreichs Bundesländerhauptstädten um 8,7 %, wogegen diese in Restösterreich um 0,7 % zurückgingen. Ähnliche Tendenzen zeigten sich auch im europäischen Tourismus. Die Entwicklungsdivergenzen zwischen Stadt und Land können zumindest teilweise auf folgende Ursachen zurückgeführt werden:

Durch den ziemlich kräftigen Nachfrageeinbruch 2009 um 3,3 % ist der Zuwachs niveaubedingt zum Teil nach oben verzerrt. Dabei muss festgehalten werden, dass 2010 dennoch das Vergleichsniveau des Rekordjahres 2008 um 5,1 % übertroffen wurde.

Die Rezession wurde von Privat- und Geschäftsreisenden übertrieben vorsichtig interpretiert. Da es sich bei den Städtereisen großteils um Mehrfachurlaube handelt, wurde auf diese einerseits aus Vorsicht („Vorsichtssparen") andererseits mit der Absicht, zumindest den Haupturlaub mit der

Übersicht 3: Nächtigungsentwicklung in Österreichs Bundesländerhauptstädten, 2000-2010

	Bregenz	Eisenstadt	Graz	Innsbruck	Klagenfurt	Linz	Salzburg	Sankt Pölten	Wien	BL-Hauptstädte gesamt	Österreich ohne BL-Hauptst.
	Veränderung zum Vorjahr in %										
2000	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
2001	+0,3	+10,8	–0,2	–1,7	+2,5	+0,6	+2,2	.	–0,4	+0,0	+1,4
2002	+2,9	–7,0	+10,3	–2,6	–1,7	–0,7	–0,8	.	–0,6	+0,5	+1,5
2003	+2,8	–3,0	+21,8	–2,2	+3,6	+0,8	+3,0	+4,1	+4,2	+4,2	+0,9
2004	+4,4	–8,3	–13,7	+4,6	–1,8	+10,9	+7,1	+3,1	+6,2	+4,8	–1,1
2005	–1,0	+17,4	+1,5	+2,9	+4,8	+6,1	+2,3	+6,9	+3,9	+3,6	+1,5
2006	+2,4	+6,4	+1,3	+0,6	+1,7	–0,3	+18,4	+8,5	+6,7	+7,0	–0,8
2007	+16,2	+14,1	+5,6	+4,9	–6,5	–1,4	–3,5	+8,8	+3,3	+2,4	+1,6
2008	–5,7	–6,6	+2,2	+2,5	+11,3	–0,2	–2,2	+0,2	+6,0	+3,9	+4,4
2009	–0,6	+10,2	–1,0	–9,9	–7,1	+9,5	–2,2	+5,7	–3,8	–3,3	–1,7
2010	+1,7	–3,0	+4,6	+13,4	+9,1	–6,2	+6,4	+6,2	+10,4	+8,7	–0,7

Q: Statistik Austria

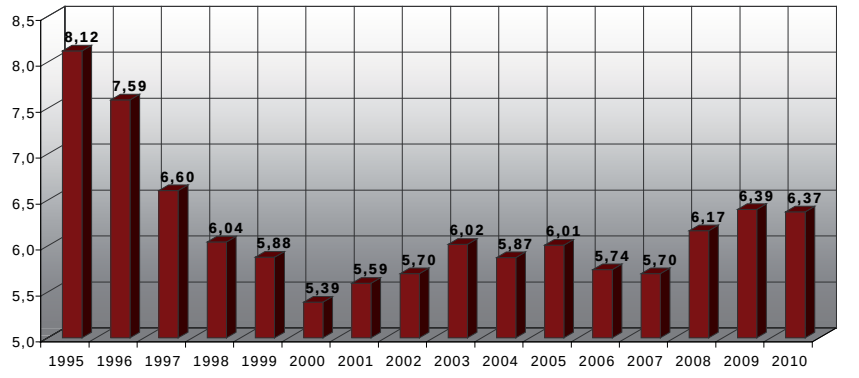
Familie durchführen zu können, verzichtet. Bei den Dienst- und Geschäftsreisen waren pro-zyklische Kostensenkungsmaßnahmen ausschlaggebend sowie die Tatsache des starken Lagerabbaus und des Einbruchs im Außenhandel. Da die Städtetourist/innen überwiegend einer überdurchschnittlichen Bildungs- und Einkommensschicht angehören, sind diese auch deutlich weniger dem Risiko, arbeitslos zu werden und empfindliche Einkommensverluste in Kauf nehmen zu müssen, ausgesetzt. Anders ausgedrückt hat diese Schicht im Zuge der allmählichen wirtschaftlichen Belebung das Bedürfnis die Städtereise im überdurchschnittlichen Ausmaß nachzuholen und damit die aufgestaute Nachfrage zu befriedigen, zumal man auch nicht den Arbeitsplatz verloren hat und/oder starke Einkommensverluste in Kauf nehmen musste. In Bezug auf die Dienst- und Geschäftsreisen bewirkten die wirtschaftliche Belebung und der positiv wirkende Lagerzyklus (Lageraufbau!) ebenso eine überdurchschnittlich kräftige Nachfragesteigerung.

Preiszugeständnisse in der Hotellerie dürften die Nachfrageerholung zusätzlich begünstigt haben. In Wien haben die Zimmerpreise (hier: Beherbergungsumsatz je Nächtigung) 2010 mit einem Rückgang von 3,8 % (2009: -9,4 %) überdurchschnittlich nachgegeben, wogegen in Gesamtösterreich nur leichte Rückgänge zu verzeichnen waren (Verbraucherpreisindex-Beherbergungsdienstleistungen: -1 %).

Nach Saisonen differenziert zeigt sich, dass sich die Sommersaison 2010 sowohl näch-

Abb.5: Österreichs Marktanteil am internationalen Tourismus (in %)

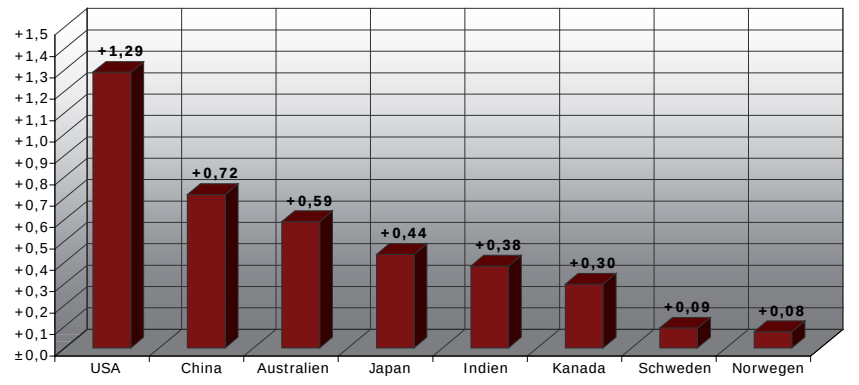
Gemessen an den nominellen Tourismusexporten der EU 15



Q: IMF, OeNB, UNWTO, WIFO, wiiw. Ohne internationalen Personentransport

Abb. 6: Marktanteilsgewinner im internationalen Tourismus 2010 (in %)

Gemessen an den nominellen Tourismusexporten von 38 Ländern



Q: IMF, OeNB, UNWTO, WIFO, wiiw. Ohne internationalen Personentransport

tigungs- als auch umsatzbezogen in Form von mäßigen Steigerungsraten günstiger entwickelte als die Wintersaison 2009/2010, die mit leicht rückläufigen Ergebnissen abschloss. Die Rückgänge in der Wintersaison sind auf die gesunkene Nachfrage ausländischer Tourist/innen zurückzuführen.

Im internationalen Vergleich zeigte sich, dass Österreich 2010 – gemessen an den nominellen Tourismusexporten der EU 15 – seinen Marktanteil nur knapp halten konnte, während 2009 noch ein deutlicher Ausbau möglich war (Abbildung 5). Gegenwärtig liegt der österreichische Markanteil mit 6,4 % um etwa 1 %punkt über dem Tiefpunkt des Jahres 2000.

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

In einer globalen Betrachtung unter 38 Ländern[1]) gehörten die USA vor China, Australien, Japan, Indien und Japan zu den Ländern mit den stärksten Marktanteilsgewinnen (Abbildung 6). Auffallend ist, dass zu den Ländern mit deutlichen Markanteilsgewinnen kein europäisches Land gehört. (Die Marktanteile von Schweden und Norwegen lagen nur knapp über den Werten für 2009). Weiters bemerkenswert ist, dass zu den größten Marktanteilsverlierern die klassischen Sommerdestinationen wie Griechenland, Spanien, Italien und Frankreich gehören.

Insgesamt betrachtet sind die oben beschriebenen Tendenzen zumindest teilweise auch ein Ausdruck einer Verschiebung der Wachstumszentren nach Übersee.

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

Literaturhinweise

EC (European Commission), Joint Harmonised Business and Consumer Survey http://ec.europa.eu/economy_finance/db_indicators/surveys/time_series/index_en.htm, Download am 7. Februar 2011.

OECD (Organization for Economic Co-Operation and Development), Economic Outlook, OECD, Paris, November 2010.

Smeral, E., "The Impact of the Financial and Economic Crisis on European Tourism", Journal of Travel Research, August 2009, 48(1), S. 3-13, http://jtr.sagepub.com/cgi/content/abstract/48/1/3.

Smeral, E., "Impacts of the World Recession and Economic Crisis on Tourism: Forecasts and Potenzial Risks", Journal of Travel Research, Februar 2010, 49(1), S. 31-38.

Smeral, E., "How International Tourism Is Coping with the Consequences of the Financial and Economic Crisis", in: Bieger, Th., Keller, P., Tourism Development after the Crisis: Coping with Global Imbalances and Contributing to the Millennium Goals, Erich Schmidt Verlag, Berlin, 2011.

UNWTO (World Tourism Organization), World Tourism Barometer, 2011, Advance Release (January).

Ankünfte und Nächtigungen 2002 – 2010

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

Q: Statistik Austria

Veränderung der Nächtigungen nach Bundesländern 2010

Bundesland	Nächtigungen	
	Absolut (in 1.000)	+/- in %
Burgenland	2.910	1,5
Kärnten	12.276	-3,7
Niederösterreich	6.477	0,5
Oberösterreich	6.735	-1,8
Salzburg	23.886	0,6
Steiermark	10.782	1,1
Tirol	42.790	-0,5
Vorarlberg	8.165	0,1
Wien	10.860	10,3
Österreich gesamt	**124.881**	**0,5**

Q: Statistik Austria

Veränderung der Nächtigungen nach wichtigen Herkunftsländern 2010

Herkunftsland	Nächtigungen	
	Absolut (in 1.000)	+/- in %
Deutschland	48.156	-1,4
Österreich	35.024	1,7
Niederlande	9.071	-4,0
Schweiz (inkl. Liechtenstein)	3.797	4,3
Vereinigtes Königreich	3.253	-0,3
Italien	3.021	0,2
Belgien	2.465	-2,6
Tschechische Republik	1.972	0,9
USA	1.243	11,9
Russland	1.195	23,3

Q: Statistik Austria

Die volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in Österreich (gemäß TSA) 2002-2010

Kalenderjahr	Ausgaben in- und ausländischer Gäste		Direkte und indirekte Wertschöpfung des Tourismus		Anteil am Brutto-inlandsprodukt (BIP)
	Absolut (in Mio. €)	+/- in %	Absolut (in Mio. €)	+/- in %	in %
2002	24.167	3,9	17.316	4,0	7,9
2003	24.691	2,2	17.674	2,1	7,9
2004	25.764	4,3	18.536	4,9	8,0
2005	26.927	4,5	19.403	4,7	8,0
2006	27.979	3,9	20.041	3,3	7,8
2007	28.815	3,0	20.512	2,4	7,5
2008	30.486	5,8	21.636	5,5	7,6
2009	28.965	-5,0	20.849	-3,6	7,6
2010	29.534	2,0	21.224	1,8	7,5

Q: Statistik Austria/WIFO. 2000 – 2008: revidiert, 2009: vorläufig, 2010: Schätzung

Arbeitsmarkt in der Tourismusbranche			
ÖNACE 2008: Beherbergung und Gastronomie	**Veränderung gegenüber Vorjahr**		
	Absolut (in Mio. €)	Absolut (in Mio. €)	+/- in %
Unselbstständig Beschäftigte - Jahresdurchschnitt 2010*	180.964	+4.176	+2,4
Anteil der im Tourismus Beschäftigten an den Gesamtbeschäftigten 2010 (in %)	5,6	-	-
Vorgemerkte Arbeitslose - Jahresdurchschnitt 2010	32.040	-504	-1,5
Gemeldete offene Stellen - Jahresdurchschnitt 2010	5.071	+966	+23,5
Sofort verfügbare offene Lehrstellen - Jahresdurchschnitt 2010	1.627	+88	+5,7
Lehrlinge im Tourismus 2010	12.552	-994	-7,3

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

Q: Statistik Austria/WIFO. 2000 – 2008: revidiert, 2009: vorläufig, 2010: Schätzung

Reisebürobranche

Mit Stichtag 31.12.2010 übten 2.875 Betriebe das Reisebürogewerbe aus, 2.275 davon verfügen über eine unbeschränkte Reisebüroberechtigung. Rund 690 dieser Reisebüros treten als Reiseveranstalter auf.

In den Reisebüros sind rund 10.100 Mitarbeiter/innen beschäftigt (Q: WKO Beschäftigungsstatistik in der Kammersystematik 2010, unselbstständige inkl. geringfügig Beschäftigte). Sie brachten einen Umsatzerlös von rund 3,9 Mrd. EUR.

Incoming-Reisebüros tragen mit rund 24 Mio. gebuchten Nächtigungen und einem Umsatz von rund 1 Mrd. EUR zum Erfolg des heimischen Tourismus bei.

Q: Fachverband der Reisebüros, März 2011; Leistungs- und Strukturstatistik 2009 – vorläufige Ergebnisse, Statistik Austria.

© Österreich Werbung_Hahn

Arbeitsmarkt

Arbeitsmarkt

Beitrag des Bundesministeriums für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz

Im Jahresdurchschnitt 2010 waren 180.964 unselbstständig Beschäftigte im Tourismus tätig. Das sind um +2,4 % (Österreich gesamt: +0,6 %) mehr als im Vorjahr und entspricht einem Anteil von 5,6 % an den aktiv unselbstständig Beschäftigten (gesamt 3.260.028)[1].

Mit fast 2/3 weiblichen Beschäftigten (59 % Frauen, 41 % Männer) sind Tourismusbetriebe mehrheitlich Arbeitgeber für Frauen. Durchschnittlich waren 2010 65.089 Ausländer/innen im Tourismus unselbstständig beschäftigt. Damit hat die Branche einen Ausländeranteil von 36 %. Mit einem Anteil von 24,3 % (Österreich gesamt: 14,7 %) an unselbstständig Beschäftigten unter 25 Jahren und 25,7 % (Österreich gesamt: 35,5 %) an Älteren über 45 Jahren ist im Tourismus eine vergleichsweise hohe Zahl an Jugendlichen beschäftigt[2].

Im Jahr 2010 waren in der Tourismusbranche im Durchschnitt 32.760 (2009: 32.963) Arbeitslose vorgemerkt. 73 % waren weniger als drei Monate vorgemerkt und 34 % hatten eine Einstellzusage für eine Arbeitsaufnahme. Im Vergleich zum Vorjahr ist die Arbeitslosigkeit um -0,6 % zurück gegangen. Die Arbeitslosenregisterquote liegt 2010 mit 15,3 % (-0,4 %punkte) im Tourismusbereich weit über der gesamten Registerquote von 6,9 %. In der Tourismusbranche wurden im Jahr 2010 durchschnittlich 13,1 % aller Arbeitslosen registriert. Der Anteil der Branche an allen Arbeitslosen ist somit mehr als doppelt so hoch wie der Anteil an den unselbstständig Beschäftigten.

Im Jahr 2010 waren die Kontingente für befristet beschäftigte ausländische Saisoniers im Tourismus in Summe mit 11.037 etwas niedriger als 2009 (12.755). Für die Wintersaison 2009/10 stand ein Kontingent von 6.920, für das Sommerkontingent 2010 ein Kontingent von 4.117 Plätzen zur Verfügung. Auch das Wintertourismuskontingent 2010/11 wurde mit 6.320 Plätzen gegenüber dem Vorjahr erneut (6.920) abgesenkt. Wie schon in den Vorjahren war das Arbeitsmarktservice angewiesen, Arbeitskräfte aus den neuen EU-Mitgliedstaaten (Gemeinschaftspräferenz), aber auch Asylwerber im Rahmen der Kontingente bevorzugt zu bewilligen. Der Anteil an Saisoniers aus den neuen EU-Mitgliedstaaten betrug 45 %.

Im Jahresdurchschnitt 2010 wurden dem AMS 4.943 sofort verfügbare offene Stellen in der Tourismusbranche gemeldet. Der Anstieg des Stellenangebots im Tourismus liegt mit +14,5 % auf dem Niveau des Anstiegs aller sofort verfügbarer Stellen (+14,1 %). Der Anteil der Stellen in dieser Branche an allen offenen Stellen beläuft sich gleichbleibend auf 15,9 % (2009: ebenfalls 15,9 %). Im Jahresdurchschnitt 2010 standen in den Tourismusberufen 510 Lehrstellensuchende (-10 bzw. -1,9 % im Vorjahresvergleich) 1.627 offene Lehrstellen (+138 bzw. +9,3 %) gegenüber. Im Jänner 2011 ist die Zahl der sofort verfügbaren offenen Lehrstellen mit 1.486 um +8,5 % gegenüber dem Vorjahreswert gestiegen. Gleichzeitig ist die Zahl der Lehrstellensuchenden mit 465 im Jänner 2011 um -9,5 % geringer ausgefallen als im Jänner des Vorjahres.

2010 nahmen jahresdurchschnittlich 5.729 (2009: 4.954) Personen im Tourismus an einer Schulung teil. Im Vergleich zum Vorjahr ist die Zahl der Schulungsteilnehmer/innen um +15,6 % gestiegen.

Die vom AMS durchgeführten Kurse reichen von Anlernkursen bis zu Vorbereitungskursen für den Lehrabschluss in Tourismusberufen. Ebenso werden Weiterbildungs- bzw. Spezialisierungskurse für Fachpersonal angeboten (z. B. Gesunde Ernährung, Einführung in die Diätküche, Patisserie, Weinberatung, Gästebetreuung) sowie diverse Sprachkurse (Englisch, Italienisch, Französisch, aber auch

1 Q: Hauptverband der Sozialversicherungsträger
2 laut Erwerbskarrierenmonitoring des AMS-DWH

bereits Sprachen der neuen EU-Länder wie z. B. Ungarisch und Tschechisch) bis hin zu EDV im Tourismus und Reisebüro (z. B. Buchungssysteme Amadeus und Fidelio etc.).
Im Jahr 2010 wurde in der Tourismusbranche (NACE Beherbergung und Gastronomie) für insgesamt 1.218[3] Personen (davon 620 für Frauen und 598 für Männer) eine Lehrstellenförderung genehmigt. Mehr als die Hälfte der Lehrstellenförderung entfiel auf die Förderung für benachteiligte Jugendliche.
Insgesamt wurden 2010 34.832 (+3,2 %) Personen aus dem Tourismusbereich (NACE Beherbergung und Gastronomie) in eine Fördermaßnahme einbezogen. 79,5 % der Förderungen entfielen auf Qualifizierungsmaßnahmen, 24,1 % auf Unterstützungsmaßnahmen (darunter ist etwa die Kinderbetreuungsbeihilfe oder die Beratung durch fachspezifische Einrichtungen zu verstehen) und 12,8 % auf Beschäftigungsförderungen. Mit dem Instrument der Eingliederungsbeihilfe konnten im Jahr 2010 2.861 Personen (63 % Frauen) bei der (Re)Integration in den Arbeitsmarkt unterstützt werden.

EURES-Aktivitäten

EURES (European Employment Services) – das europäische Jobnetzwerk der Arbeitsverwaltungen (Public Employment Services) des EWR und der Schweiz – zielt darauf ab, den europaweiten Stellenaustausch zu intensivieren und die Mobilität der Arbeitnehmer/innen zu erleichtern. Mobilitätsbereite Arbeitskräfte und Unternehmen werden bei der europaweiten Suche und dem Recruiting unterstützt.
Im Jahr 2010 wurden 7 % aller offenen Stellen dem Arbeitsmarktservice mit Interesse an europäischen Arbeitskräften gemeldet. Im Tourismus ist die länderübergreifende Vermittlung über EURES von größerer Bedeutung, der Anteil an Stellen, für die auch Personal aus Europa rekrutiert werden soll, beläuft sich auf 12,14 %.

3 Personen mit einer im Jahr 2009 genehmigten Förderung

Eine besonders wichtige Rolle spielt EURES in Grenzregionen, d.h. in Gebieten, in denen große grenzüberschreitende Pendlerströme stattfinden. Derzeit bestehen mit Österreich 3 EURES Grenzpartnerschaften („TransTirolia" IT-AT-CH, „Pannonia" HU-AT, „Bodensee" DE-AT-CH-FL), die u.a. Dienstleistungen zum Ausgleich von saisonalen Arbeitskräfteüberhängen im Tourismus bzw. Informationen für Unternehmen, die grenzübergreifend tätig werden wollen, anbieten.

Arbeitsmarktpolitisches Projektbeispiel

Projekt „RegioVitalis"

Als eine der wichtigsten Leitökonomien zwischen Österreich und Slowenien wird die Entwicklung des Gesundheitstourismus wesentlich über die Zukunft der Wirtschaft und Beschäftigung in der Region mitentscheiden. Einen Beitrag dazu leistet das bereits 2009 geplante Projekt "RegioVitalis". Dieses wurde zur Förderung aus EFRE-Mitteln (Europäischer Fonds für Regionale Entwicklung) im Rahmen des grenzüberschreitenden Programms der Europäischen Territorialen Zusammenarbeit eingereicht und 2010 von den zuständigen Gremien genehmigt.
Damit hat die Umsetzung begonnen. Zwischen Juli 2010 und Juni 2013 sollen im Rahmen des Projektes neue hochwertige Formen der Beschäftigung und Wertschöpfung im regionalen Gesundheitstourismus durch eine innovative, zukunftsorientierte und grenzüberschreitende Strategie von Beschäftigungen und Wirtschaft geschaffen werden. Unter anderem setzen die Projektpartner in ihrer Zusammenarbeit auf Know-how-Transfer und Good Practice aus anderen Ländern und Regionen und die Entwicklung von Pilotmaßnahmen – beispielsweise durch Vernetzung der relevanten wirtschaftlichen und beschäftigungspolitischen Akteure, Kooperationen, Einbindung der nachkommenden Generation durch Schaffung neuer Angebote für die Jugend oder neue Beschäftigungen durch Unternehmensgründungen.

Lohnerhöhungen

Mit Wirksamkeitsbeginn 1. Mai 2010 wurden im Hotel- und Gastgewerbe die Löhne und Gehälter um 1,65 % sowie die Lehrlingsentschädigungen grundsätzlich um 15 EUR erhöht. In Oberösterreich und Salzburg erfolgten im Rahmen der österreichweiten Angleichung der Höhe der Lehrlingsentschädigung in einzelnen Positionen davon abweichende Erhöhungen.

Bildungskarenz

Mit dem Bundesgesetz BGBl. I Nr. 90/2009 wurden zeitlich flexiblere Formen der Bildungskarenz ermöglicht.

Bisher konnte eine Bildungskarenz erst ab dem zweiten Arbeitsjahr zwischen dem/der Arbeitnehmer/in und dem/der Arbeitgeber/in vereinbart werden. Nunmehr haben Arbeitnehmer/innen die Möglichkeit, eine Bildungskarenz bei Vorliegen einer ununterbrochenen Mindestbeschäftigungsdauer von sechs Monaten zu vereinbaren.

Damit wird jenen Arbeitnehmer/innen, die auf Grund verschiedener Umstände noch keine Mindestbeschäftigungsdauer von einem Jahr aufweisen, ermöglicht, früher Bildungskarenz zu vereinbaren.

Auch Saisonarbeitskräfte, deren Arbeitsverhältnis drei Monate gedauert hat, können nunmehr eine Bildungskarenz vereinbaren, sofern befristete Arbeitsverhältnisse zu diesem/dieser Arbeitgeber/in im Ausmaß von mindestens sechs Monaten (bisher ein Jahr) innerhalb eines Zeitraumes von vier Jahren vor Antritt der Bildungskarenz vorliegen.

Neu ist weiters, dass die Mindestdauer der Bildungskarenz von drei Monaten auf zwei Monate herabgesetzt wurde, um auch den Erwerb von spezifischen Zusatzqualifikationen bzw. Kenntnissen und Fertigkeiten zu ermöglichen, die eine kürzere Maßnahmendauer erfordern, und gleichzeitig die Flexibilität der Betriebe beim Einsatz dieses Instruments zu erhöhen.

Die Neuregelung soll bis Ende 2011 befristet gelten.

Frauen im Tourismus

Das Beherbergungs- und Gaststättenwesen (BuG) nimmt in Österreich eine zentrale Rolle als Arbeitgeber ein. Der Anteil der Branche an der Gesamtbeschäftigung ist in den letzten sechs Jahren weiter gestiegen und beträgt derzeit etwa 5,5 %. Bei den unselbstständig Beschäftigten überwiegt traditionell der Anteil der Frauen und liegt bei 60 %.

Vor allem in personalintensiven operativen Tätigkeitsbereichen (z. B. Service, Küche, Housekeeping) wird ein Überhang an Frauen festgestellt. Erfreulich ist, dass neben operativen Tätigkeiten Frauen im Branchenvergleich auch zu einem höheren Anteil (45 %) in Managementpositionen zu finden sind.

Attraktivierung von Lehrberufen im Tourismus

Der Tourismus ist ein wichtiger Jobmotor für die heimische Wirtschaft. Er bietet sichere Arbeitsplätze mit Standortgarantie Österreich. Der steigende Wettbewerbsdruck im Tourismus erhöht allerdings auch ständig die Anforderungen an Service und Qualität der touristischen Leistungen. Der demografische Wandel der Gesellschaft bringt auch eine Veränderung des Arbeitsmarkts für touristische Berufe. Einigen dieser Berufe fehlt schon heute der Nachwuchs. Daher ist es der Politik und den Sozialpartnern ein wichtiges Anliegen, durch die Attraktivierung von Tourismusberufen und den Ausbau des Angebots praktisch orientierter Aus– und Weiterbildungskonzepte mehr Lehrlinge für einen Job im Tourismus zu begeistern.

Das BMWFJ hat daher folgende Initiativen gesetzt:

Das duale System der Berufsbildung erfordert die laufende Attraktivierung und Adaptierung von Lehrberufen. Für die touristischen Lehrberufe hat das BMWFJ daher im Frühling 2010 den Anstoß gegeben, die Möglichkeit einer Modularisierung der Lehrberufe im Tourismus zu prüfen.

Modullehrberuf Tourismusfachkraft

Das BMWFJ hat gemeinsam mit dem Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft (ibw) einen Entwurf für den neuen Modullehrberuf Tourismusfachkraft ausgearbeitet. Ein neuer Modullehrberuf Tourismusfachkraft bietet die Chance, die einzelnen Ausbildungen besser aufeinander abzustimmen, diese strukturell und inhaltlich zu verbessern und somit bestens und möglichst ganzheitlich ausgebildete Nachwuchskräfte für den Tourismus zu bekommen. Auch bringt ein solcher neuer Lehrberuf mehr Flexibilität für Betriebe und Lehrlinge.

Für die vorgeschlagene Modularisierung sollen die derzeitigen Tourismus-Berufsbilder Restaurantfachmann und Hotel– und Gastronomieassistent (HGA) eingegliedert werden, die Lehrberufe Koch und Systemgastronomiefachmann nicht, weil deren inhaltliche Überschneidungen zu gering sind. Der Modullehrberuf Tourismusfachkraft soll höchstens vier Jahre dauern und mit einer theoretischen und praktischen Lehrabschlussprüfung abschließen. Er soll aus einem Grundmodul (zweijährig), einem Hauptmodul Service, Hotel– und Gastgewerbeassistenz, Betriebsdienstleistung oder Hotelkaufmann (einjährig) und einem Spezialmodul Vertrieb und Marketing, Wein, Bar und Barista oder Projekt– und Qualitätsmanagement (halb– bis einjährig) bestehen.

Die Beschlussfasssung im Bundesberufsausbildungsbeirat in der ersten Hälfte 2011 vorausgesetzt, soll im Herbst die Rahmenlehrplanverordnung durch das BMUKK erstellt werden, damit die Ausbildungsordnung für den Lehrberuf Tourismusfachkraft mit Mai 2012 in Kraft treten kann.

Die österreichische Tourismusausbildung genießt einen ausgezeichneten Ruf. Mit breit angelegten Imageaktivitäten arbeitet das BMWFJ an der Attraktivierung von Tourismuslehrberufen, um wieder mehr Jugendliche für eine Ausbildung im Tourismus zu begeistern.

Imageaktivitäten

Dem BMWFJ ist es ein Anliegen, dass die österreichischen Jugendlichen über die Bedeutung der Tourismus– und Freizeitwirtschaft erfahren und ihnen die Möglichkeiten und beruflichen Chancen, die diese Branche bietet, näher gebracht werden. Informations- und Imagearbeit sind dabei besonders wichtig. Die österreichische Tourismuspolitik hat dazu bereits entsprechende Projekte verwirklicht. Die Entschließung 125/E (XXIV.GP des Nationalrats vom 20. Oktober 2010 betreffend Maßnahmen zur Attraktivierung von (Lehr-) berufen im Tourismus) unterstreicht die Dringlichkeit, künftig verstärkt Projekte für die Jugend zu entwickeln.

Handbuch NEU „Ein Job im Tourismus. Ausbildungsmöglichkeiten in Österreich"

Die Tourismusausbildung in Österreich hat Weltruf. Einerseits findet man im internationalen Tourismus immer wieder österreichische Fachkräfte in Spitzenpositionen, andererseits kommen viele ausländische Schüler/innen sowie Student/innen nach Österreich, um hier eine fundierte Tourismusausbildung zu erhalten. Die Arbeitsmarktstatistik zeigt, dass Berufe im Tourismus überdurchschnittlich gefragt sind, und die Zahlen in der Lehrlingsstatistik verweisen auf die wachsende Bedeutung dieser Ausbildungsbranche innerhalb der gesamten Wirtschaft. Die Nachfrage an bestens ausgebildeten Fachkräften im Tourismus hält ungebrochen an.

Im Oktober 2010 wurde das Handbuch „Ein Job im Tourismus. Ausbildungsmöglichkei-

ten in Österreich" vom BMWFJ gemeinsam mit der Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft der WKO in einer Auflage von 25.000 Stück breit gestreut (Erstauflage November 2006).
Das 80 Seiten umfassende, illustrierte Handbuch richtet sich an bildungsberatende Lehrkräfte, Schüler/innen und Eltern, erläutert die touristischen Lehrberufe und gibt einen umfassenden Überblick der Aus– und Weiterbildungsmöglichkeiten im Tourismus. Damit soll es jungen Menschen leicht gemacht werden, den für sie geeigneten Tourismusberuf zu finden. Die Verteilung der Handbücher erfolgt über die Landessparten Tourismus und Freizeitwirtschaft – besonders im Rahmen der Informationskampagnen „Get a Job" und „Glücksbringer", über die Berufsorientierungslehrer/innen an Österreichs Schulen sowie über AMS/BIZ und Bfi.

Folder
„Mit Stil zum Ziel – Tipps für Ihre erfolgreiche Bewerbung im Tourismus"

Gemeinsam mit dem Handbuch wird den Jugendlichen der Folder „Mit Stil zum Ziel – Tipps für Ihre erfolgreiche Bewerbung im Tourismus" zur Verfügung gestellt. Mit zeitgemäßen Fotos und dazu passenden kurzen, prägnanten Erläuterungen werden Jugendlichen Tipps für die Job-Bewerbung gegeben. Besonders wichtig: Der erste Eindruck zählt!

Sowohl das Handbuch als auch der Folder finden großen Anklang und werden immer wieder von Berufsberater/innen, bildungsberatenden Lehrkräften, Eltern und Schüler/innen in der Tourismus-Servicestelle angefordert. Das Handbuch ist auch elektronisch unter www.bmwfj.gv.at/tourismus verfügbar.

Medienpaket
Tourismus & Freizeitwirtschaft

Um den Jugendlichen die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus für Österreich näher zu bringen, wurde das Medienpaket Tourismus & Freizeitwirtschaft im Dezember 2008 zum vierten Mal (1993, 1998, 2001), in aktualisierter und didaktisch neu aufbereiteter Form, gemeinsam vom BMWFJ, der WKO und der Arbeitsgemeinschaft Wirtschaft und Schule aufgelegt. Das Medienpaket ist ein Unterrichtsbehelf für Lehrer/innen vorwiegend für die Sekundarstufe II in Gymnasien, um den Schüler/innen den Tourismus in all seinen Facetten näher zu bringen. Die umfassenden Sachinformationen wurden von Tourismusexpert/innen aufbereitet und enthalten viele Beispiele aus der Praxis. Besonders interessant ist der Didaktikteil mit Übungsblättern und Projektaufgaben samt Lösungsvorschlägen – mit Kopiervorlagen und Folien, die unmittelbar im Unterricht einsetzbar sind.

Das Medienpaket Tourismus & Freizeitwirtschaft ist als Printausgabe bei der Arbeitsgemeinschaft Wirtschaft und Schule (AWS) zu einem Preis von 10 EUR (plus Versandkosten) zu beziehen und steht zum kostenlosen Download zur Verfügung: entweder auf der Homepage des Wirtschaftsministeriums

www.bmwfj.gv.at/tourismus oder direkt unter www.wko/aws.

„Get a Job – Deine Chancen in Tourismus und Freizeitwirtschaft"

Qualifizierte und motivierte Nachwuchskräfte tragen maßgeblich zum Erfolg des österreichischen Tourismus bei. Das Informations– und Image-Projekt „Get a Job – Deine Chancen in Tourismus und Freizeitwirtschaft" bietet Jugendlichen durch einen praxisnahen Berufseinblick die Auseinandersetzung mit dem Wirtschaftssektor Tourismus. Dabei handelt es sich um ein interaktives, persönlichkeitsförderndes Berufsorientierungsprojekt zum Kennenlernen der Chancen und Bildungsmöglichkeiten in der Gastronomie und in der Hotellerie. „Get a Job" wird von den Wirtschaftskammern Steiermark und Salzburg seit einigen Jahren mit steigendem Erfolg durchgeführt: Die Lehrlingszahlen sind angestiegen, das Meinungsbild der Tourismusberufe hat sich verbessert und jede/r zweite Schüler/in kann sich vorstellen, eine Lehre oder eine schulische Ausbildung im Tourismus zu beginnen. Durch eine Initialförderung des BMWFJ und eine Unterstützung in den Folgejahren sollen gute Kooperationsprojekte zwischen Schule und Tourismuswirtschaft in weiteren Bundesländern etabliert und gemeinsam mit den Wirtschaftskammern zu einer nachhaltigen Initiative zur Nachwuchskräfteförderung werden. So konnte im Schuljahr 2009/2010 das Modell „Get a Job" auch in Niederösterreich und Kärnten starten.

„Glücksbringer"

Das BMWFJ unterstützt die im Sommersemester 2010 gestartete Informations– und Imagekampagne „Glücksbringer" des Landes Tirol und der Sparte Tourismus und Freizeitwirtschaft der WK Tirol. Bei dieser medial auffällig und modern gestalteten Kampagne werden junge Menschen, Eltern, Lehrer/innen und Unternehmer/innen durch verschiedene Maßnahmen, wie Internet, Give-aways, Points of Pleasure, Schulwerbung, Citylights und Promotion (Lehrlingstage, Berufsinformationstage, Roadshows) erreicht.

Themenfelder

Tourismus und Nationalparks

Die Einzigartigkeit der sechs österreichischen Nationalparks ist eine wichtige Grundlage für naturnahen und nachhaltigen Tourismus in unserem Land.

Das BMWFJ hat auf Basis des Entschließungsantrags 463/A(E) des Tourismusausschuss vom November 2007 in den Jahren 2008 und 2009 gemeinsam mit den Nationalparkdirektoren, Touristikern, der Österreich Werbung und dem Lebensministerium im Rahmen der Task Force „Tourismus und Nationalparks" einen intensiven Dialog über die touristische Ausrichtung der Nationalparks geführt. Dieser zweijährige Dialog hat aber deutlich gemacht, dass eine engere Zusammenarbeit im touristischen Bereich zum jetzigen Zeitpunkt noch vielfach an der Tatsache scheitert, dass Produkte und Zielgruppen der einzelnen Nationalparks sehr unterschiedlich sind und in einigen Nationalparks noch Bedarf an touristisch vermarktbaren Produkten besteht.

In diesem Sinne hat der intensive Diskussionsprozess im Rahmen der Task Force Wirkung gezeigt:
Aufbauend auf den Ergebnissen der Task Force wurden einzelne Initiativen auf Bürgermeisterebene gesetzt. So haben die 33 Regionsgemeinden der Nationalparkregion Hohe Tauern Ende 2009 eine Arbeitsgemeinschaft zur Erarbeitung eines länderübergreifenden Tourismusmarketingkonzepts für den Nationalpark Hohe Tauern gegründet.
Das BMLFUW hat gemeinsam mit den Bundesländern und Naturschutz-NGO eine neue österreichische Nationalparkstrategie erarbeitet, welche am 21. Juni 2010 präsentiert wurde. Die Task Force hat bei der Erarbeitung der Strategie die touristischen Interessen eingebracht.Schwerpunkt der neuen Nationalparkstrategie des BMLFUW ist eine effiziente Organisation und Koordination des Nationalparkmanagements unter einer gemeinsamen Dachmarke. Die Strategie sieht

© Österreich Werbung_Wiesenhofer

auch die Einrichtung eines Nationalpark-Beirats vor, in der nunmehr auch ein Mitarbeiter der Tourismussektion des BMWFJ vertreten ist.

Das BMWFJ wird auch in Zukunft eine enge strategische Kooperation aller Nationalparkpartner und Nationalparkprojekte im Rahmen seiner Möglichkeiten unterstützen. Am 8. September 2010 fand etwa auf Initiative des BMWFJ in Linz ein Workshop mit der ÖW und den Landestourismusorganisationen zur besseren Abstimmung des Nationalparkmarketings statt. In Folge wurde die ÖW beauftragt, das Thema Nationalpark im Rahmen ihrer Möglichkeiten auch weiterhin bei ihren Marketingaktivitäten weiter zu verfolgen und bietet u.a. sogenannte Produkt-Innovationsworkshops an, wo für jeden einzelnen Nationalpark maßgeschneiderte Pakete für die Produktentwicklung geschnürt werden (etwa im April 2011 im Nationalpark Kalkalpen, Anfang Juli 2011 im Nationalpark Hohe Tauern).

20 Jahre Alpenkonvention

Die Alpenkonvention, formal Übereinkommen zum Schutz der Alpen, ist ein völkerrechtlicher Vertrag über den umfassenden Schutz und die nachhaltige Entwicklung der Alpen, der 1991 durch die Umweltminister der Alpenländer[1] in Salzburg unterzeichnet wurde.

Dieses internationale Übereinkommen besteht aus einer Rahmenkonvention (allg. Ziele zum Schutz und zur nachhaltigen Entwicklung der Alpen und Arbeitsweise der Entscheidungsorgane) und Durchführungsprotokollen (spezifische Bestimmungen zu ausgewählten Themen, u.a. Tourismus). Während der Rahmenvertrag nicht unmittelbar anwendbar ist, sind die Durchführungsprotokolle rechtlich verbindliche Staatsverträge und damit geltendes Recht. Es besteht die Verpflichtung, Vereinbarungen anzuwenden und umzusetzen.

In Österreich ist die Rahmenkonvention seit 1995 in Kraft (BGBl. 477/1995). Das Tourismus-Protokoll mit dem Ziel „durch spezifische Maßnahmen und Empfehlungen für einen umweltverträglichen Tourismus zu einer nachhaltigen Entwicklung des Alpenraums beizutragen", ist in Österreich mit Ende 2002 in Kraft getreten[2].

2010 wurde eine Rechtsservicestelle-Alpenkonvention bei CIPRA[3] Österreich eingerichtet, um Fragen zur rechtlichen Auslegung der Alpenkonvention und der Protokolle zu beantworten.

Tourismus in der Alpenkonvention

Der Tourismus wird neben dem Tourismus-Protokoll auch in anderen Protokollen wie Raumplanung und nachhaltige Entwicklung, Bergwald, Bodenschutz, Energie sowie Verkehr erwähnt. Zum Verkehrsprotokoll tagt regelmäßig eine Arbeitsgruppe, die auch touristische Themen wie etwa touristische Mobilität behandelt.

Neben einer Zusammenarbeit mit dem Lebens- und dem Verkehrsministerium setzt die Sektion Tourismus zahlreiche Aktivitäten, die zur Umsetzung der Alpenkonvention beitragen, das BMWFJ greift vor allem mittels Förderungen steuernd (i.S. des Tourismusprotokolls) ein.

Anstelle von Kapazitätserweiterungen werden Qualitätsverbesserungen in allen Bereichen angestrebt – im Sinne eines unter ökologischen und sozialen Gesichtspunkten qualitativ hochwertigen touristischen Angebotes (Qualitätstourismus).

In der Tourismusstrategie „Neue Wege im Tourismus" nehmen die Alpen als eines der drei Alleinstellungsmerkmale des österreichischen Tourismus eine besondere Stellung ein. Das BMWFJ setzt daher ganz gezielt Maßnahmen für den Tourismus in den Alpen. Beispielhaft seien folgende Aktivitäten genannt:

► **Förderung der Alpinen Infrastruktur:** umweltgerechte Sanierung von Schutzhütten, Erhaltung des Wanderwegenetzes;

► **Nationalparks und Tourismus:** Task Force, Teilnahme im Nationalpark-Beirat, ÖW-Innovationsworkshops zum Thema Nationalparktourismus;

► **Thema Mobilität:** Alps Mobility; „Sanfte Mobilität – Autofreier Tourismus"; Projekt Bahn und Tourismus;

► **Energie:** Leitfaden „Energiemanagement in Hotellerie und Gastgewerbe"; Staatspreis Tourismus 2009 „Energieeffizienz in der Hotellerie und Gastronomie"; fortlaufende Sensibilisierung.

Der Alpenraum ist – wie auch der Donauraum – ein hervorragendes Beispiel für transnationale Kooperation, wo sich Österreich auch zukünftig aktiv einbringen wird. In Umsetzung der Tourismusstrategie wurde im September 2010 in Innsbruck die überregionale Initiative der Alpenländer *the*ALPS ge-

1 Deutschland, Frankreich, Italien, Liechtenstein, Monaco (1994), Österreich, die Schweiz, Slowenien (1993) sowie die Europäische Union

2 wie auch die anderen sechs Durchführungsprotokolle

3 „Commission Internationale pour la Protection des Alpes", NGO, in Österreich seit 1975

gründet. Ziel ist eine verstärkte gemeinsame Vermarktung des Alpenraumes. Eine engere regionale Zusammenarbeit führt zu einer stärkeren Positionierung des Tourismus im internationalen Wettbewerb.

Alpenkonferenz – Beschlüsse für die nächsten zwei Jahre

Am 8. und 9. März 2011 fand in Brdo/Slowenien die XI. Alpenkonferenz, dem beschlussfassenden Organ der Alpenkonvention, welchem die Umweltminister der Alpenstaaten angehören, statt. Die Alpenkonferenz tagt alle zwei Jahre und fasst Beschlüsse zu Themen und Aspekten der Zusammenarbeit.

Bei der diesjährigen Alpenkonferenz wurde u.a. eine Deklaration verabschiedet, mit der die Alpenkonvention sich intensiv und aktiv in die Diskussion über eine mögliche europäische Alpenstrategie einbringen möchte. Dazu wurde auch eine Arbeitsgruppe eingerichtet.

Für die nächsten Jahre sind vor allem folgende Themen und Projekte geplant, die auch den Tourismus betreffen:

► Alpenzustandsbericht: „Nachhaltige ländliche Entwicklung und Innovation" abgeschlossen und nächster Bericht zum Thema „Nachhaltiger Tourismus".

► Arbeitsprogramm 2011-2016 mit fünf strategischen Schwerpunkten, u.a. Tourismus.

► Arbeitsgruppe Verkehr: Das Mandat zur Entwicklung eines koordinierten, einheitlichen Informationsansatzes für die Bereiche Verkehr und Tourismus wurde erteilt.

Projekt EDEN – European Destinations of ExcelleNce

Auszeichnung von nachhaltigen Destinationen

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

► Auszeichnung zu jährlich wechselnden Themen

Die Ausschreibung erfolgt jedes Jahr zu einem anderen Thema. Die teilnehmenden Staaten[4] organisieren nationale Auswahlprozesse zur Ermittlung je eines nationalen Siegers. In Österreich wird diese Aufgabe von der Österreich Werbung (ÖW) mit Unterstützung des BMWFJ und von einem entsprechend dem vorgegebenen Thema zusammengesetzten Expertenteam übernommen.

► Österreich-Sieger des „EDEN-Awards" 2010

Tourismus am Wasser: „Seelentium – Wohlfühlregion Oberes Innviertel" (Oberösterreich)

► Ausschreibung 2011 – Touristische Neuinszenierung historischer Strukturen: Preisverleihung im Mai 2011

Neben der Preisverleihung für die drei Finalisten in Österreich werden alle Gewinner aus den teilnehmenden Staaten durch Informations– und Kommunikationsmaßnahmen der EK unterstützt und begleitet. Sie werden Mitglieder des europäischen EDEN-Netzwerks, das alle Gewinner-Destinationen der letzten Jahre umfasst und sich zweimal pro Jahr trifft. Das Internetportal www.edenineuropa.

4 Teilnehmer 2010 – 25 Staaten (22 MS, 3 Kandidaten): Österreich, Belgien, Bulgarien, Kroatien, Zypern, Tschechien, Estland, Finnland, Frankreich, Deutschland, Griechenland, Ungarn, Island, Irland, Italien, Lettland, Litauen, Luxemburg, Malta, Niederlande, Polen, Rumänien, Slowenien, Spanien und die Türkei.

eu ist die Präsentations– und Kommunikationsplattform des Netzwerks. Die ÖW unterstützt die österreichische Siegerdestination zusätzlich mit zahlreichen Leistungen aus ihrem Marketingportfolio.

EDEN-Preisverleihung in Brüssel mit Siegerregion 2010 (Felder/ÖW, Reindl/Seelentium, EK-Vizepräsident Tajani, Maislinger/Seelentium)

► Nachfolgeworkshops fördern Interdisziplinarität und Innovation

Für alle am jährlichen Bewerb teilnehmenden Destinationen Österreichs veranstaltet das BMWFJ gemeinsam mit der ÖW und unter Einbeziehung der Expert/innen eine Nachfolgeveranstaltung in der jeweiligen Gewinnerregion.

Ethik und CSR im Tourismus

Der „Globale Ethikkodex für Tourismus" der Welttourismusorganisation (UNWTO) gilt als wichtiger Handlungsrahmen für mehr soziale Verantwortung im Tourismus. Die UNWTO ist bemüht, seine Empfehlungen mit Hilfe des Weltkomitees für Tourismusethik unter freiwilliger Beteiligung möglichst vieler Akteure weltweit umzusetzen. Bereits im Jahr 2004 hat das BMWFJ in Zusammenarbeit mit „respect – Institut für Integrativen Tourismus" zur Bekanntmachung des Kodex eine Informationsbroschüre herausgegeben.

Der Teilbereich „Schutz der Kinder vor sexueller Ausbeutung im Tourismus" wird von Seiten des BMWFJ als besonders wichtig erachtet, da weltweit rund 2 Millionen Kinder und Jugendliche ausgebeutet und zur Prostitution oder Pornographie gezwungen werden. Verstärkte Sensibilisierung und Bewusstseinsbildung aller am Reiseprozess beteiligten Personen sollen mithelfen, die Zivilcourage zu stärken und Sexualstraftaten nicht zu tolerieren. Neben einer Reihe von Informationsunterlagen (u.a. eine Informationskarte als Beilage für Reiseunterlagen, eine CD-Rom mit Formatvorlagen für Reisekataloge und Webseiten sowie mit didaktischem Material für Tourismusschulen) wurde 2010 auf Initiative des BMWFJ eine gemeinsame Kampagne zum Schutz von Kindern und Jugendlichen vor sexueller Ausbeutung im Tourismus mit visuell abgestimmter Botschaft in den drei deutschsprachigen Ländern Österreich, Deutschland und Schweiz gestartet. Diese Kampagne gründet auf einer breiten Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Ministerien, der Reisewirtschaft und NGO. Kern der Kampagne ist ein Videospot, der Reisende mit der Botschaft „Nicht wegsehen" sensibilisieren soll. Der Film ist ein Aufruf an Urlauber, Zivilcourage zu zeigen und Verdachtsfälle von Missbrauch weiterzugeben – und nicht wegzusehen. Dazu wurde eine leicht zu merkende Meldeadresse in jedem Land eingerichtet – in Österreich können Reisende Hinweise an folgende Mailadresse schicken: meldestelle@interpol.at. Seit 1997 werden österreichische Staatsbürger, die ein Kind im Ausland sexuell missbrauchen, auch in Österreich strafrechtlich verfolgt.

Eine breite Unterstützung erfährt die Kampagne durch die Wirtschaft in den drei beteiligten Ländern, u.a. zeigten Austrian Airlines, Accor Hotels Österreich, y-doc Wartezimmerfernsehen, Infoscreen und zahlreiche Internetplattformen kostenlos den Film. Der Schutz von Kindern und Jugendlichen ist auch der österreichischen Tourismusbranche ein großes Anliegen. Deshalb unterstützen sowohl der Fachverband der Reisebüros der Wirtschaftskammer Österreich und der Ös-

terreichische Reisebüroverband (ÖRV) die laufende Kampagne. Der ÖRV hat bereits 2001 den Verhaltenskodex zum Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung unterzeichnet.

Parallel zur Kampagne wurden im 2008 bis 2011 laufenden EU-Projekt „OFFENDERS BEWARE – Bewusstseinsbildung, Kapazitätsaufbau und Motivation zu verstärktem Schutz der Kinder vor sexueller Ausbeutung im Tourismus" weitere Maßnahmen wie „Train-the-trainer" Programme gesetzt und Workshops an Tourismusausbildungsstätten abgehalten. Das Projekt, das respect und ECPAT Österreich (End Child Prostitution, Child Pornography and Trafficking of Children for Sexual Purposes) umsetzten, wurde durch die EK, die Österreichische Entwicklungszusammenarbeit und durch das BMWFJ unterstützt.

Darüber hinaus werden bereits seit 2005 zwei Mal jährlich im Rahmen des Runden Tisches „Ethik im Tourismus" unter Leitung der Sektion Tourismus die Fortschritte bei der Umsetzung des Globalen Ethikkodex und die Entwicklung der Maßnahmen zum Schutz der Kinder vor sexueller Ausbeutung diskutiert.

Informationen und Broschüren können unter tourismusethik@bmwfj.gv.at angefordert werden.

Europäische Donauraumstrategie

Bei der Tagung des Europäischen Rates in Brüssel im Juni 2009 wurde der EK ein Mandat zur Erarbeitung einer EU-Strategie für den Donauraum (EUSDR, auch als „Donauraumstrategie" bezeichnet) erteilt (zweite makro-regionale EU-Strategie nach der Ostseestrategie). Im Dezember 2010 legte die EK ihre Mitteilung zur EUSDR samt Aktionsplan vor. Ziele der EUSDR sind, das große Wirtschaftspotenzial dieser Makroregion zu entwickeln und die Umweltbedingungen in der Region zu verbessern. Dies soll durch politische Abstimmung in verschiedenen Bereichen, gemeinsame Initiativen und vermehrte Koordinierung zwischen den Staaten der Region erreicht werden (keine neuen finanziellen Mittel durch die EU). Eine Annahme der EUSDR durch den Europäischen Rat und damit offizieller Startschuss für die Umsetzung ist für Ende Juni 2011 vorgesehen.

In geographischer Hinsicht umfasst die Donauraumstrategie acht EU-Mitgliedstaaten[5], vier potentielle und aktuelle Beitrittskandidatenländer[6] und zwei Drittstaaten[7].

Tourismus – stark verankert

Im Hinblick auf die strategische Schwerpunktsetzung Donau & Seen der neuen österreichischen Tourismusstrategie hat sich die Sektion Tourismus an der Erarbeitung der EU-Donauraumstrategie aktiv beteiligt. Die österreichischen Interessen im Donautourismus wurden abgestimmt und in den Aktionsplan als Teil des nationalen österreichischen Beitrags eingebracht. Tourismus ist nun in der EU-Donauraumstrategie (Mitteilung der EK samt Aktionsplan) gemeinsam mit Kultur als Schwerpunkt im Bereich Anbindung des Donauraums genannt und konnte somit als wesentlicher Bestandteil der Strategie verankert werden.

5 Deutschland, Österreich, Tschechien, Slowakei, Slowenien, Ungarn, Rumänien und Bulgarien
6 Kroatien, Serbien, Bosnien-Herzegowina und Montenegro
7 Ukraine, Republik Moldau

Ziele der EU-Donauraumstrategie im Tourismus

Eine wichtige Zielsetzung im Bereich Tourismus ist, den Donauraum als attraktive europäische Tourismusdestination international zu positionieren und das qualitätsorientierte touristische Angebot weiterzuentwickeln. Dadurch sollen mehr Gäste aus Europa, aber auch aus Übersee den Donauraum besuchen und animiert werden, länger in der Region zu verweilen.

Durch gezielte und strategisch abgestimmte Vorhaben der Donau-Länder wird schließlich die langfristige Wettbewerbsfähigkeit und Nachhaltigkeit des Tourismus in der gesamten Region gestärkt. Ebenfalls soll die Wertschöpfung im nationalen wie transnationalen Donautourismus gesteigert werden.

Die Sektion Tourismus wird eine koordinierende Rolle der österreichischen Tourismusinteressen einnehmen, diese in innerösterreichischen sowie internationalen Gremien einbringen und die Umsetzung der Strategie in Österreich unterstützen.

Radtourismus in Österreich

Nach dem großen Interesse und Erfolg der Förder-Schwerpunktaktion „Radtourismus" 2009 wurden Aktivitäten gesetzt, um das Thema nachhaltig zu verfolgen. So veranstaltete das BMWFJ gemeinsam mit dem Lebensministerium am 25. März 2010 einen Workshop „Veloland Österreich". Als konkretes Ergebnis dieses österreichweiten Workshops, an welchem auch Vertreter/innen der Bundesländer und Landestourismusorganisationen, der Österreich Werbung sowie des Bundesministeriums für Verkehr, Innovation und Technologie teilnahmen, wurde die inhaltliche Weiterarbeit an dem für viele österreichische Destinationen wichtigen Thema in Form einer ständigen Arbeitsgruppe „Radtourismus" beschlossen. Die konstituierende Sitzung dieser Arbeitsgruppe fand am 7. September 2010 im BMWFJ statt.

Es wurde vereinbart, dass die Arbeitsgruppe unter Leitung des BMWFJ als Plattform für den Radtourismus in Österreich den Informationsaustausch und Wissenstransfer

© Österreich Werbung_Himsl

pflegt, gemeinsame Aktivitäten/Projekte entwickelt und Marketingaktivitäten abstimmt. Als erste Aktivität in diesem Zusammenhang wurden im Zeitraum November 2010 – Februar 2011 drei vom BMWFJ geförderte und von der Österreich Werbung organisierte Innovations-Workshops zum Thema „Radtourismus" mit großer regionaler Beteiligung durchgeführt.

Aktuelle Informationen zu den Sitzungen und den Ergebnissen der Arbeitsgruppe sind auf der Webseite des BMWFJ unter www.bmwfj.gv.at/tourismus abrufbar.

Tourismus ohne Barrieren

In Zeiten steigender Lebenserwartung und sinkender Geburtenraten verschiebt sich die Altersstruktur deutlich hin zu den älteren Menschen. Die wachsende Zahl mobilitäts– oder aktivitätseingeschränkter Menschen stellt nicht nur neue Herausforderungen an die Tourismusbranche, sondern birgt auch ein enormes wirtschaftliches Potenzial. Barrierefreie Tourismusangebote sind der Schlüssel zu einem erholsamen Urlaub für alle Menschen – für Ältere ebenso wie für Familien mit Kleinkindern oder Menschen mit Behinderung. Dem Wirtschaftsministerium ist es daher ein Anliegen, dass alle Personenkreise und Generationen die touristischen Angebote entlang der gesamten Dienstleistungskette nutzen können – eine Reihe von Initiativen werden dafür gesetzt:

Modellregionen im Tourismus

Nach dem erfolgreichen Projekt „Modellregionen im Tourismus" wurde für ein Nachfolgeprojekt das Thema „Barrierefreiheit" gewählt:

Wettbewerb „Tourismus für Alle – Regionale Initiativen für barrierefreies Reisen"

Dieser im Februar 2011 gestartete Wettbewerb leitet sich aus der von Bundesminister Mitterlehner initiierten Tourismus-Strategie ab und konzentriert sich auf regionale touristische Initiativen, die sich bereits mit den Themen Barrierefreiheit und familienfreund-

© Thomas Böhm

liche Mehrgenerationenangebote vorbildlich befassen und entsprechende innovative Angebote entwickelt haben. Bei der Jury-Bewertung werden nicht nur bauliche Kriterien berücksichtigt, sondern auch weitere Bereiche wie z. B. freizeittouristische Dienstleistungen (wie Ausflugsangebote), die barrierefreie Gestaltung von Informations– und Kommunikationskanälen oder Anreisemöglichkeiten werden in die Beurteilung einfließen.
Die/der Gewinner/in des Wettbewerbs erhält als Auszeichnung eine Förderung in Höhe von max. 40.000 EUR für das mit dem Förderungsansuchen eingereichte Projekt.

Beratungsförderung für Regionen (ab 2011) und für die barrierefreie Gestaltung von Tourismus-Betrieben (seit 2010)

Das Wirtschaftsministerium unterstützt in Zusammenarbeit mit der Wirtschaftskammer Niederösterreich die Beratung für barrierefreie Gestaltung von Tourismusbetrieben in Niederösterreich. Die Ausdehnung auf weitere Bundesländer ist geplant.
Im Anschluss an den Wettbewerb „Tourismus für Alle – Regionale Initiativen für barrierefreies Reisen" werden die besten teilnehmenden Regionen Beratung für die Weiterentwicklung ihres barrierefreien Angebots entlang der gesamten touristischen Dienstleistungskette bekommen.

Permanenter Workshop „Barrierefreies Reisen für Alle"

Bereits im Jahr 2008 entwickelte das BMWFJ in Zusammenarbeit mit der Bundessparte Tourismus– und Freizeitwirtschaft der Wirtschaftskammer Österreich den Workshop „Barrierefreies Reisen für Alle – Eine Chance für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft". Neben regelmäßigen Treffen im Plenum diskutieren die Teilnehmer/innen in vier Arbeitskreisen (AK), in denen die Themen wie bauliche Grundkriterien für Barrierefreiheit (AK 1), Ausbildung und guter Umgang mit dem Gast (AK 2), Darstellung barrierefreier Angebote im Internet und barrierefreie Gestaltung der Homepages (AK 3) und barrierefreie Freizeitangebote (AK 4) behandelt werden, die Voraussetzungen für barrierefreie Tourismus– und Freizeitangebote und erarbeiten Maßnahmen und Strategien.
Auch 2010 wurden wieder Treffen abgehalten und intensiv in den Arbeitskreisen gearbeitet. Beim 4. Workshop vom 14. April 2010 wurde die Informationsbroschüre „Tourismus für Alle – Eine Orientierungshilfe für barrierefreie Naturangebote" vorgestellt. In der Broschüre werden die unterschiedlichen Gästegruppen, deren Anforderungen und die ihnen zugutekommenden Serviceleistungen sowie die wichtigsten Anforderungen an eine barrierefreie Angebotsgestaltung aufgezeigt.

Weitere Initiativen

Im Jänner 2010 wurde im Rahmen der Fachmesse „Aquatherm" der Messestand „Das barrierefreie Hotelbad" gefördert. An einem Tag wurden gezielt Touristiker/innen eingeladen und kostenlose Beratung zum Thema angeboten. Mit dem „barrierefreien Hotelbad" wurde ein zentrales Element eines qualitativ hochwertigen und nachhaltigen Tourismus für alle vorgestellt, das bei der Auswahl eines Beherbergungsbetriebes ein wesentliches Entscheidungskriterium für Familien mit Kindern genauso wie für ältere Menschen oder Menschen mit Behinderungen bildet.
Das Wirtschaftsministerium hat weiters einen Informationsstand zu barrierefreien Hotelsanitäreinrichtungen im Rahmen des ÖHV-Kongresses im Jänner 2010 unterstützt. Dort wurden Touristiker/innen über den Diskriminierungsschutz gemäß dem Bundesbehindertengleichstellungsgesetz (BGStG) informiert und ihnen Maßnahmen zur Barrierefreiheit vorgestellt, um Anregungen zu Adaptierungen in ihren Betrieben zu geben.

Alpiner Winter

Das BMWFJ unterstützt seit mehreren Jahren verschiedene Marketing– und Imagekampagnen zur Förderung des Wintersports und zur Erhöhung der Sicherheit und Eigenverantwortung der Wintersportler/innen auf Österreichs Schipisten. Dazu zählen zum Beispiel die „Go for Ski-Initiative" (Wintersaison 2008/09) des Marketing Forums beim Fachverband der Seilbahnen in der WKO oder das bereits mehrmals aufgelegte Leporello „Safer Snow – More Fun".

Leporello „Safer Snow – More Fun"

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

Im Zuge der in einigen Bundesländern realisierten Skihelmpflicht für Jugendliche bis zum 15. Lebensjahr erfolgte im Winter 2009/10 eine Adaptierung und Neuauflage des Leporellos „Safer Snow – More Fun" als gemeinsame Initiative des BMWFJ, des Alpindienstes im BMI und des Marketingforums der Seilbahnen. Das Leporello wurde zum einen als Beilage des Jugendmagazins Xpress in einer Auflage von 80.000 Stück vertrieben und zum anderen wieder durch die Partner bestmöglich zur Verteilung gebracht (davon direkt an Tourismusverbände und Schischulen rund 50.000 Stück).

Neue DVD „Mehr Sicherheit beim alpinen Wintersport"

Für die Wintersaison 2010/2011 förderte das BMWFJ die Realisierung der DVD „Mehr Sicherheit beim alpinen Wintersport", die primär für den Schulgebrauch bestimmt ist. Der Wintersport ist ein wesentlicher Umsatzträger der österreichischen Tourismuswirtschaft – sowohl für Industrie als auch für Gastronomie und Hotellerie. Dabei spielen die Wintersportwochen von österreichischen Schulen eine bedeutende Rolle.

Die neue DVD gliedert sich in mehrere Kapitel: von der Einleitung und der richtigen Ausrüstung über die FIS-Pistenregeln bis zur Sicherheit bei Liften und Seilbahnen sowie im alpinen Gelände. Die Herstellung der DVD erfolgte durch die WerbegmbH & CoKG, Telemotion, Wien, in Zusammenarbeit mit Schüler/innen der Skihauptschule Neustift im Stubaital. Die DVD trägt deutsche Untertitel für Gehörlose und Schwerhörige. Weitere Partner waren das BMUKK, das Sportministerium, der Österreichische Skiverband, die Verwertungsgesellschaft für

audiovisuelle Medien, der FV der Seilbahnen bei der WKO u. a.
Die neue DVD wurde in der Dezemberausgabe 2010 der Zeitschrift „In Bewegung", welche an alle Sportlehrer/innen in Österreich ergeht, in Form einer redaktionellen Seite des BMWFJ beworben.

Arbeitsgemeinschaft Safer Snow
Das BMWFJ ist auch Partner der vom Marketing Forum beim Fachverband der Seilbahnen in der WKO koordinierten Arbeitsgemeinschaft. Die Mitglieder sind sich einig, Initiativen zu mehr Sicherheit und Eigenverantwortung auf Österreichs Schipisten auch künftig unterstützten zu wollen.

Klimawandel und Tourismus

Ein qualitativ hochwertiger, umweltfreundlicher und nachhaltiger Tourismus bildet die Grundlage für den Erfolg der österreichischen Tourismuswirtschaft. Bei allen Aktivitäten des BMWFJ wird daher dem Prinzip der Nachhaltigkeit – in seiner ökonomischen, ökologischen und sozialen Dimension – besondere Aufmerksamkeit gewidmet.

Im Bemühen um eine zukunftsorientierte Auseinandersetzung mit den neuen Herausforderungen durch den Klimawandel wird das Augenmerk verstärkt auf klimarelevante Forschungsprojekte gelegt:

Klima(folgen)forschungsprogramm StartClim
Die Sektion Tourismus und Historische Objekte beteiligt sich inhaltlich und finanziell am Österreichischen Klima(folgen) forschungsprogramm StartClim, um die Auswirkungen des Klimawandels auf den Bereich Tourismus wissenschaftlich untersuchen und mögliche Anpassungsmaßnahmen erarbeiten zu lassen.

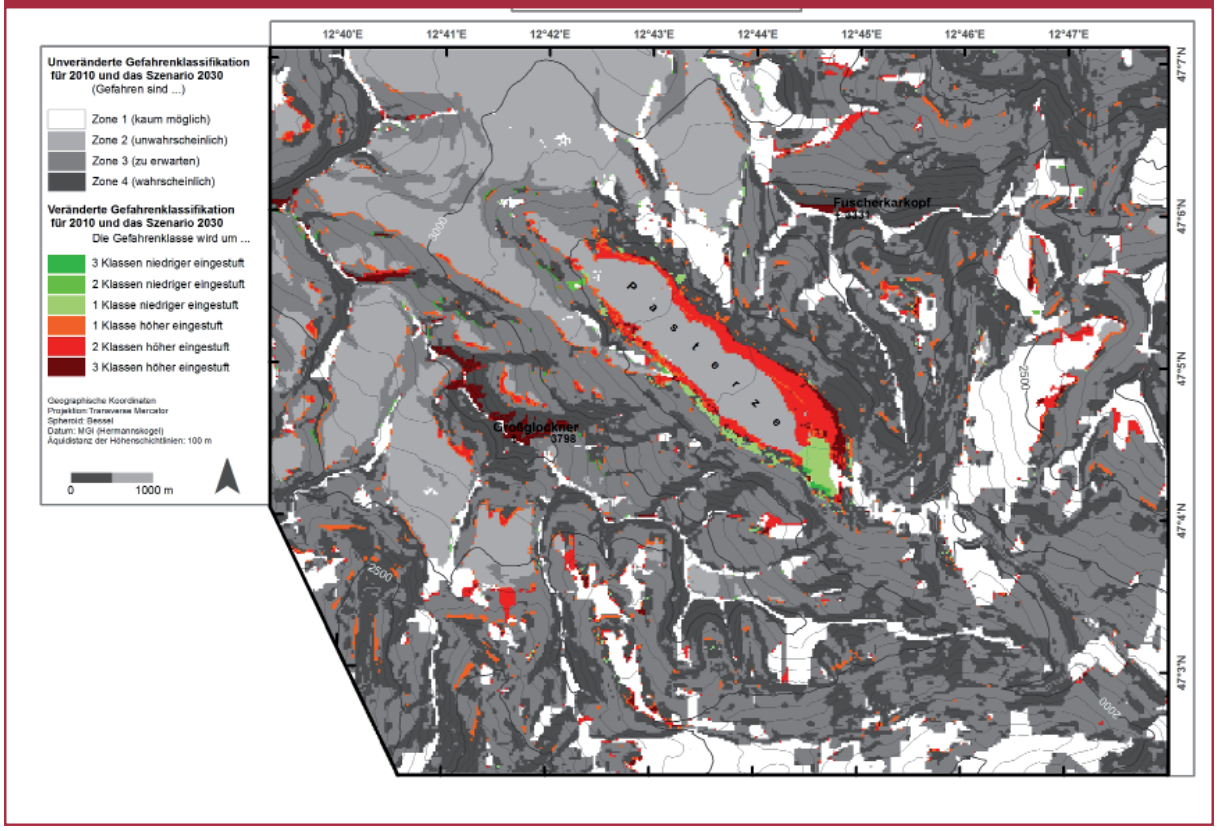
So wird erstmals in Österreich der Städtetourismus unter sich ändernden klimatischen Verhältnissen im Rahmen der StartClim2010-Studie „Hot town, summer in the city – die Auswirkungen von Hitzetagen auf das Freizeit– und Erholungsverhalten sowie das Besichtigungsprogramm von Städtetourist/innen – dargestellt am Beispiel Wiens" untersucht.

© Österreich Werbung_Wiesenhofer

Die zuletzt fertig gestellte Studie aus Start–Clim2009 widmete sich der in den letzten Jahren bobachteten Zunahme der Steinschlag– und Felssturzaktivitäten sowie Setzungserscheinungen an Bauwerken im Hochgebirge als Folge der globalen Klimaerwärmung: „AlpinRiskGP – Abschätzung des derzeitigen und zukünftigen Gefährdungspotenzials für Alpintourist/innen und Infrastruktur bedingt durch Gletscherrückgang und Permafrostveränderung im Großglockner-Pasterzengebiet (Hohe Tauern, Österreich)".

Die Region Großglockner-Pasterze ist mit rund 1 Million Besucher/innen pro Jahr eine der wichtigsten hochalpinen Tourismusregionen Österreichs, davon begeben sich rund 15.000 Bergsteiger/innen und Bergwanderer/innen in hochalpines, durch Gletscherschwund und auftauenden Permafrost potenziell gefährdetes, Gelände.
AlpinRiskGP hatte zum Ziel, ein Werkzeug zu entwickeln, das Gefahrenstellen genau, flächenhaft und nachvollziehbar identifiziert und somit das Setzen gezielter Maßnahmen erleichtert. In einem ersten Schritt wurden aus einer Kombination von Informationen (z. B. Hangneigung, geologischer Untergrund, Abtragung, Transport, Ablagerung von Gestein) Sturz– und Abtragungsprozesse in einer Gefährdungskarte mit vier Gefährdungsklassen modelliert. In einem zweiten Schritt wurde mit Hilfe von Daten von Klimamodellen für ein Szenario im Jahr 2030 eine zweite Gefährdungskarte erstellt. Diese Gefährdungskarten wurden schließlich durch Überlagerung mit dem Wege– und Routennetz zu Vulnerabilitätskarten umgestaltet, worin nun visuell leicht erfassbar zu erkennen ist, wie stark die einzelnen Weg– oder Routenabschnitte von gefährlichen Prozessen betroffen sind. Die Ergebnisse zeigen klar, dass sowohl der Anteil der Flächen als auch der Anteil der Wege und Routen in den höheren Gefährdungsklassen bis 2030 zunehmen werden. Die Vulnerabilitätskarten wurden zuletzt von regionalen

Gefahrenklassifikation für 2010 und das Szenario 2030



Akteur/innen begutachtet, auf ihre Richtigkeit überprüft und in Hinblick auf mögliche Maßnahmen bewertet. Zu diesen gehören lokale (z. B. Auflassung oder Neuanlage von Wegen) und organisatorische Maßnahmen (z. B. Einrichtung eines Wege-Informationssystems) sowie eine verbesserte Ausbildung von Personen, die im Hochgebirge ihre Freizeit verbringen.
AlpinRiskGP hat neben dem Aspekt der Sicherheit auch eine sozioökonomische Bedeutung für die Sicherstellung eines verantwortungsbewussten Alpintourismus. AlpinRisk ist eine wichtige Grundlage für die Gefahrenzonierung und Vulnerabilitätsbewertung für hochalpine Gebiete Österreichs unter Berücksichtigung des Klimawandels. Die Methodik ist auf andere Gebiete übertragbar.

Eine andere, vereinfachte Methode zur Berechnung der sich ändernden Kryosphäre wurde in der StartClim-Studie 2008 angewandt: „Wahrnehmung und Bewertung von Naturgefahren als Folge von Gletscherschwund und Permafrostdegradation in Tourismus-Destinationen am Beispiel des Tuxer Tals (Zillertaler Alpen, Österreich)". An Hand der bei dieser Studie eingesetzen Methode können die ökonomischen Folgen abgeschätzt, Besucherlenkungs– und Managementmaßnahmen sowie Adaptionsstrategien als Grundlage für andere Gebirgsräume entwickelt werden. Wie wichtig vorausschauende Abschätzungen von Sicherheitsaspekten und die frühzeitige Entwicklung von Maßnahmen sind, zeigte die Befragung von über 3000 Bergtourist/innen und Erholungssuchenden im Hochgebirge.

Wissenstransfer

Wissensvermittlung ist ein wesentlicher Faktor für einen zukunftsorientierten, verantwortungsvollen, nachhaltigen und erfolgreichen Tourismus in Österreich.
Das BMWFJ versucht daher, aktuelle Studienergebnisse möglichst breit zu streuen. Im Sinne eines bestmöglichen Wissenstransfers wird stets auch um Weiterleitung und Verbreitung der Informationen im touristischen Umfeld ersucht. Alle StartClim-Ergebnisse sind elektronisch unter www.austroclim.at/startclim abrufbar. Außerdem stehen alle tourismusrelevanten Studien, nationale sowie internationale, auf der Datenbank www.tourismus-studien.at gratis zur Verfügung.

Studie: Klimawandel und Reiseverhalten

Die in den letzten Jahren gewonnenen Forschungsergebnisse zum Thema Klimawandel und seine Auswirkungen auf den Tourismus in Österreich brachten grundlegende Erkenntnisse: Einerseits zeigt sich, dass der Klimawandel wegen der abnehmenden Schneesicherheit in unteren Lagen zu einer hohen Betroffenheit im Wintersporttourismus führt. Andererseits erhöhen die künftig verbesserten Klimakenngrößen die Attraktivität Österreichs als touristisches Ziel. Worüber es bislang keine gesicherten Erkenntnisse gab, war das zukünftige Verhalten der Urlauber/innen bei veränderten Klimabedingungen.
Im Dezember 2009 wurde die vom BMWFJ beauftragte und vom Institut für touristische Raumplanung in Kooperation mit der Universität für Bodenkultur (Univ. Prof. Dr. Kromp-Kolb) und Research Data Competence erarbeitete Studie „Auswirkungen des Klimawandels auf das zukünftige Reiseverhalten im österreichischen Tourismus – am Beispiel einer repräsentativen Befragung der österreichischen Urlaubsreisenden" fertig gestellt. Diese brachte erste, wichtige Ergebnisse, auf die die Marktforschung aufbauen kann und anhand derer Marktstrategien entwickelt werden sollen mit dem Ziel, Österreich als Tourismusland auch in Zukunft gut zu positionieren.
Die wesentlichsten Ergebnisse können wie folgt zusammengefasst werden:
► Der Klimawandel ist in den Köpfen der Urlaubsreisenden bereits höchst präsent. Die Bereitschaft zu klimaschonenden Verhaltensweisen ist aber noch eher gering.

Je jünger die Befragten, umso wahrscheinlicher wird das Eintreffen der Szenarien eingestuft.

► Im Sommer bleibt der Mittelmeerraum die wichtigste Urlaubsdestination für die Österreicher/innen, allerdings nicht im Hochsommer. Die Urlaubsdestination Österreich würde von dieser klimabedingten Änderung im Reiseverhalten stark profitieren. Die PKW-Sommer-Reisenden stellen für den Bade– und Wanderurlaub in Österreich das größte Potenzial dar.

► Im Wintertourismus ist die Schneesicherheit mit Abstand das wichtigste Kriterium. Wenn es eine Abfolge von mehreren schneearmen Wintern mit schlechten Schneebedingungen gibt, würde jede/r 4. Österreicher/in das Schifahren reduzieren bzw. damit aufhören. Für Urlauber/innen aus anderen Herkunftsmärkten hingegen lässt sich eine weniger gute Schneelage durch schneeunabhängige Aktivitätsmöglichkeiten kompensieren.

► Bezüglich des Transportmittels wird für Familien mit zwei oder mehr Kindern der PKW die günstigste Anreisemöglichkeit bleiben. Die Mehrheit könnte sich aber vorstellen, mit Bahn oder Bus zu reisen.

► Der Transport muss bequem sein. Reisen ist sehr wichtig. Bei Verteuerung würde fast die Hälfte der Urlauber/innen Einschränkungen in anderen Bereichen vornehmen. Bei einer starken Spritverteuerung wird die Reduzierung von Urlaubsreisen stärker in Betracht gezogen, als sich nach Transportalternativen zum PKW umzusehen. Bei einer starken Flugkostenverteuerung verändert sich das Reiseverhalten noch markanter. Der Anteil jener, die bei einer solchen Kostenerhöhung keine Urlaubsflüge mehr machen würden, verdoppelt sich.

Flugverkehr und CO_2-Emissionshandel

Die Rechtsgrundlage für den CO_2-Handel bildet die Richtlinie 2008/101/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 19.11.2008 zur Änderung der Richtlinie 2003/87/EG zwecks Einbeziehung des Luftverkehrs in das System für den Handel mit Treibhausgasemissionszertifikaten in der Gemeinschaft. In Österreich erfolgte die Umsetzung per Bundesgesetz, BGBl. I Nr. 89/2009, mit dem das Emissionszertifikategesetz und das Bundesgesetz über den zwischenstaatlichen Luftverkehr 2008 geändert werden. Die für die Abwicklung des Emissionshandels nach dem Emissionszertifikategesetz zuständige Behörde ist das Bundesministerium für Land– und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft.

Prinzip: Ab 1. Januar 2012 wird der Flugverkehr innerhalb sowie von und nach Europa in den Europäischen Emissionshandel einbezogen werden (European Emission Trading Scheme – EU ETS). Dies bedeutet, dass die Fluglinien nicht alle benötigten Emissionsmengen gratis zugeteilt bekommen, sondern nur eine definierte Menge pro Jahr. Bei einem höheren Bedarf müssen Emissionsrechte zugekauft werden.

Dieses Konzept könnte für jene Fluglinien, die überwiegend Flüge innerhalb der EU ausführen, einen Wettbewerbsnachteil darstellen, weil diese Flüge deutlich teurer werden müssten. Als weitere Konsequenz wird befürchtet, dass europäische Flughäfen für Interkontinentalflüge deutlich an Attraktivität verlieren und die Flüge aus Übersee aus wirtschaftlichen Gründen auf Flughäfen ohne EU ETS-Verpflichtung (insbesondere Schweiz, Kroatien, Ukraine) für ihre Europadestinationen ausweichen. Die für den Tourismus so wichtige Verbindung über Direktflüge wäre damit deutlich erschwert.

Flugabgabegesetz (FlugAbgG)

Mit 1.1.2011 trat das Flugabgabegesetz (Art. 57 in BGBl. I Nr. 111/2010) in Kraft. Die Flugabgabe bemisst sich nach der Lage des Zielflugplatzes und der Anzahl der beförderten Passagiere und beträgt je Passagier für Abflüge mit einem Zielflugplatz innerhalb der Kurzstrecke 8 EUR, innerhalb

der Mittelstrecke 20 EUR und für die Langstrecke 35 EUR. Diese Abgabe wird seit 1. April 2011 eingehoben. Begründet wird die Flugabgabe damit, dass der Flugverkehr bisher steuerlich stark begünstigt war und somit einen Wettbewerbsvorteil gegenüber umweltfreundlicheren Verkehrsmitteln wie Bahn und Bus hatte. Des Weiteren wird in Österreich auf Flugtickets keine Mehrwertsteuer eingehoben und ist der Flugzeugtreibstoff Kerosin von der Mineralölsteuer befreit.

Gärten und Tourismus

Gärten und Parkanlagen haben zahlreiche Funktionen: Sie sind als Gartenkunstwerke und -denkmäler ebenso von Bedeutung wie wichtige Grünflächen und Naherholungsgebiete für die städtische Bevölkerung. Sie sind die Visitenkarte einer Stadt oder einer Region. Sie sind Orte kultureller und gesellschaftlicher Ereignisse und erfüllen als Naturreservate eine wichtige ökologische Funktion. Besonders historische Gärten und Parkanlagen halten das kulturelle Erbe lebendig und sind Tourismusattraktionen ersten Ranges.

Um die öffentliche Wahrnehmung von Gärten, vor allem im Bereich der touristischen Nutzung, voranzutreiben, wurde im Jahr 2007 der Staatspreis für Tourismus, der alle zwei Jahre vom Bundesminister für Wirtschaft, Familie und Jugend verliehen wird, unter dem Motto „Garten Eden Österreich" gestellt. Damit sollten das park- und gartentouristische Angebot in Österreich hervorgehoben und wichtige innovative Impulse für die österreichische Freizeit und Tourismuswirtschaft gegeben werden.

Eine vom BMWFJ beauftragte und vom Industriewissenschaftlichen Institut, Wien, erarbeitete wissenschaftliche Analyse errechnete die durch touristische Besucher/innen ausgelösten Effekte im weiteren Sinn und stellte in einer Zusammenführung von unmittelbaren und mittelbaren Effekten die Gesamteffekte des touristischen Potenzials am Beispiel der österreichischen Bundesgärten dar (iwi, Das touristische Potenzial von historischen Gärten unter besonderer

Berücksichtigung der österreichischen Bundesgärten, November 2009).
Die Studie belegt die sehr hohe Wiederbesuchsquote von Besucher/innen historischer Gärten, besonders jene von internationalen Gästen. Die sieben historischen Bundesgärten in Wien und Innsbruck sowie der Garten in Schloss Hof weisen einen „Weiterempfehlungswert" auf, den sonst nur internationale Topmarken wie Apple, eBay oder Amazon erreichen.

In der Studie wurde erstmals der indirekte ökonomische Nutzen, der durch den Tourismus entsteht, die so genannte „Umwegrentabilität" berechnet. Die Ausgaben dieser Tourist/innen lösen in der österreichischen Volkswirtschaft eine Wertschöpfung von 334,6 Mio. EUR aus. Die generierten Steuer – und Abgabeneinnahmen betragen 102,9 Mio. EUR. Die Ausgaben der touristischen Besucher/innen ziehen private Konsumausgaben im Ausmaß von 67,1 Mio. EUR und Investitionen von 74,5 Mio. EUR nach sich. Durch diesen wirtschaftlichen Impuls werden in Österreich 7.204 Beschäftigungsverhältnisse bzw. 6.200 Vollzeitäquivalente gesichert.
Insgesamt zeichnen sich die untersuchten historischen Gärten durch ein sehr positives Image und ein hohes kulturtouristisches (Besucher-)Potenzial aus. Sie bieten hohe Qualität in den Kernleistungen (Qualität, Schönheit und Sauberkeit der Gartenanlage etc.) und sprechen eine breite Zielgruppe an. Schwächen liegen vereinzelt im Bereich des Service (z.B. WC), der (zielgruppenspezifischen) Zusatzleistungen (Zusatzangebote wie Kindereinrichtungen, etc.), der Kommunikation/Kommunikationspolitik (Internetauftritt, Information über die Gärten etc.) sowie der Vermarktung/Distributionspolitik (Vernetzung, touristische Aufbereitung etc.). Potenzial besteht vor allem in der Verbreiterung des touristischen Themas „Garten" und der Hebung ungenutzter touristischer Potenziale vor allem im Bereich des überregionalen (Familien-)Tourismus. Ziel muss dabei sein, dass historische Gärten verstärkt auch als Motiv für eine (Kurz- oder Tages-)Reise stehen können, dass neben einem hohen Stammkundenanteil aus dem Nahbereich und internationalen Touristen verstärkt auch natur-, kultur- und erlebnisorientierte Gäste aus Österreich angezogen werden (Förderung regionaler Ziele im Tourismus z. B. „Kulturerlebnis unter freiem Himmel").

Die Studie steht unter www.bmwfj.gv.at/tourismus und unter www.studien.at zum Download zur Verfügung.

© Österreich Werbung_Jezierzanski

Förderungen für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft

Die österreichische Tourismus- und Freizeitwirtschaft muss aufgrund der sich dynamisch ändernden wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen sowie der umweltbezogenen Herausforderungen laufend Anstrengungen unternehmen, um ihre gute Position im europäischen und internationalen Wettbewerb zu behaupten.
Das BMWFJ unterstützt die Wirtschaft dabei nach folgenden Zielsetzungen:

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

Budgetmittel für Förderungsmaßnahmen im touristischen Bereich waren im Jahr 2010 im Teilheft zum Bundesvoranschlag beim Kapitel „Wirtschaft", Untergliederung 40, veranschlagt.
Ein beträchtlicher Teil der Förderungsmittel wird für die betriebliche Tourismusförderung des Bundes zur Verfügung gestellt, die von der Österreichischen Hotel- und Tourismusbank Gesellschaft m.b.H. (ÖHT) abgewickelt wird. Dem BMWFJ kommt dabei die Schnittstellenfunktion zu, welche die Ausarbeitung der Rechtsgrundlagen (Abwicklungsvertrag und Tourismusförderungsrichtlinien des Bundes) und Kontrolle ihrer Einhaltung, Teilnahme an der Entscheidungsfindung sowie die Sicherstellung des Mittelflusses umfasst. Wichtigste Maßnahmen sind die Investitionsförderung, die Jungunternehmerförderung und die Übernahme von Haftungen. Für die Jahre 2009 und 2010 wurden zudem verstärkt Maßnahmen für den Tourismusstandort Österreich gesetzt, um den Auswirkungen der Wirtschaftskrise auf den Tourismus zu begegnen. Insgesamt ist es über verschiedene Förderungsmaßnahmen gelungen, das unterstützte Projektvolumen und die Zahl der positiv erledigten Anträge zu steigern. Dank der zusätzlichen konjunkturbelebenden Maßnahmen konnte 2010 ein gefördertes Gesamtinvestitionsvolumen von rund 843 Mio. EUR erreicht und damit das Vorjahresergebnis trotz erschwerter Rahmenbedingungen übertroffen werden.
Überdies vergibt das BMWFJ auf Grundlage der „Allgemeinen Rahmenrichtlinien für die Gewährung von Förderungen aus Bundesmitteln (ARR 2004)", BGBl. II Nr. 51/2004 in der jeweils geltenden Fassung, zuletzt geändert durch BGBl. II Nr. 317/2009 – teilweise auch in Verbindung mit EU-Kofinanzierungsmitteln – direkt Förderungsmittel für touristische Projekte.
Die Aktivitäten des BMWFJ reichen dabei im Einzelnen von der Erarbeitung der strategischen Grundlagen, über die Beratung der Förderungswerber im Vorfeld der Einreichung, Prüfung, Entscheidung und Vertragsgestaltung bis hin zur Belegsprüfung und Abrechnung der vergebenen Förderungen.
Die Austria Wirtschaftsservice Gesellschaft mit beschränkter Haftung (aws) wickelt in Ausnahmefällen Förderungsaktionen - vor allem im Garantiebereich - ab, die auch dem Tourismus zugutekommen können (Auslandsprojekte, Haftungen mit einem Volumen von mehr als vier Millionen Euro).
Im Rahmen des ERP-Jahresprogramms werden vom ERP-Fonds auch für die Einräumung von ERP-Krediten an die Tourismuswirtschaft jährlich Mittel bereitgestellt, damit Tourismusprojekte mit günstigen ERP-Krediten finanziert werden können. Die ERP-Fachkommission für Agrar- und Tourismuskredite, Sektor Tourismus, ist beim BMWFJ angesiedelt. Sie entscheidet über die Vergabe von ERP-Fondsmitteln an die Tourismuswirtschaft, die über die ÖHT als Treuhänderin des ERP-Fonds angesprochen werden können.

Betriebliche Tourismusförderung

TOP-Tourismus-Förderung

Mit dem Angebot der TOP-Tourismus-Förderung soll die Tourismus- und Freizeitwirtschaft dabei unterstützt werden, sich den

sich rasch ändernden Rahmenbedingungen – sowohl im Hinblick auf die baulichen Gegebenheiten als auch im Hinblick auf Aspekte der Betriebsführung – laufend anpassen zu können. Dies steht im Einklang mit dem Ziel der Europäischen Union, durch eine verstärkte Förderung der kleinen und mittleren Unternehmen das Beschäftigungsvolumen, die Innovationskraft und die Dynamik der Wirtschaft zu erhöhen.
Zur Umsetzung dieses Zieles kommen in der TOP-Tourismus-Förderung folgende Förderschienen (Teile) zum Einsatz:

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

Teil A: TOP – Investition
Im Teil A werden unter anderem Investitionen zur Qualitätsverbesserung, Betriebsgrößenoptimierung und Angebotsdiversifizierung, zur Errichtung und Verbesserung von touristischen Infrastruktureinrichtungen, von umwelt- und sicherheitsbezogenen Einrichtungen und von Personalunterkünften sowie in Bezug auf Innovationen in Beherbergung und Gastronomie gefördert.
Insgesamt wurden in der TOP-Tourismus-Aktion 2010 95 Ansuchen mit einem Kreditvolumen von 127,8 Mio. EUR genehmigt.

Zusammen mit ERP-Mitteln in Höhe von rund 67,6 Mio. EUR, die sich auf 43 genehmigte Ansuchen verteilten, konnten geförderte Finanzierungsmittel in Höhe von rund 196 Mio. EUR bereitgestellt werden. Damit wurden Tourismusprojekte mit einem Gesamtinvestitionsvolumen von rund 484 Mio. EUR unterstützt.

Die Schwerpunkte im Rahmen der Zuschussförderung lagen bei der Modernisierung, der Betriebsgrößenoptimierung und der Qualitätsverbesserung der Betriebe. Lediglich 5,4 % des Investitionsvolumens betrafen Infrastrukturprojekte. Diese werden aufgrund ihrer Größe vornehmlich mit ERP- bzw. TOP-Krediten finanziert.

TOP-Tourismus-Kredite (Vorhaben > 1,000.000 EUR) Antrags- und Ergebnisübersicht (TOP-Tourismus-Kredite)	
Antragsübersicht 2010	
eingereichte Anträge (TOP-Tourismus- bzw. ERP-Kredite)	176
erledigte Anträge gesamt (inkl. Anträge aus Vorjahren)	95
abgelehnte Anträge	1
Ergebnisübersicht	
Gesamtinvestitionskosten der erledigten Fälle	288 Mio. EUR
bewilligtes TOP-Kreditvolumen	127,8 Mio. EUR
bewilligte Zuschüsse	14,97 Mio. EUR
	Q: ÖHT

TOP-Tourismus-Zuschüsse (Vorhaben < 1,000.000 EUR) Antrags- und Ergebnisübersicht (TOP-Tourismus-Zuschüsse)	
Antragsübersicht 2010	
eingereichte Anträge	1224
erledigte Anträge gesamt (inkl. Anträge aus Vorjahren)	777
abgelehnte Anträge gesamt (inkl. Anträge aus Vorjahren)	140
Ergebnisübersicht (Basis: erledigte Anträge lt. Antragsübersicht)	
Gesamtinvestitionskosten der erledigten Fälle	254 Mio. EUR
bewilligte Zuschüsse	9,3 Mio. EUR
	Q: ÖHT

Teil B: TOP – Beratung und Ausbildung
Im Rahmen dieser Förderungsschiene werden externe Beratungs- und Ausbildungsleistungen unter anderem zur Entwicklung und Umsetzung von innovativen Marktstrategien, von Produkt-Markt-Konzepten, von organisatorischen und sozialen Innovationen zur Verbesserung der Ablauf- und Aufbauorganisation und im Mitarbeiterbereich sowie im Zusammenhang mit Internationalisierungsaktivitäten gefördert. Voraussetzung ist in jedem Fall, dass die geplanten Maßnahmen auf einem schlüssigen Unternehmenskonzept beruhen.
2010 wurden 55 Ansuchen eingereicht und neun Ansuchen im Rahmen dieser Förderung genehmigt. Nach entsprechender Koordinierung mit den Ländern konnten mit Ende des Jahres Zuschüsse in der Höhe von rund 150.000 EUR gewährt werden.
Die Ansuchen auf Förderung von Beratungsleistungen hatten inhaltlich die Auslastungs- und Angebotsverbesserung vor allem auch in der Vor- und Nachsaison zum Gegenstand. Aufgrund der zuletzt vergleichsweise geringen Nachfrage wird dieser Förderungsgegenstand ab 2011 nicht mehr weitergeführt bzw. teilweise in die Richtlinien für Schwerpunktaktionen aufgenommen.

Teil C: TOP – Kooperation
Mit dieser Förderungsschiene wird die Bildung und die Weiterentwicklung von nachhaltigen betrieblichen und regionalen (auch grenzüberschreitenden) Kooperationen gefördert.
2010 wurden 22 Ansuchen eingereicht und nach entsprechender Koordinierung mit den Ländern wurden im Rahmen der TOP-Kooperationsförderung 12 Ansuchen mit rund 321.000 EUR positiv erledigt.
In Summe konnten dabei rund 9.700 Betten zusammengeschlossen werden, was in etwa 1,6 % der in Österreich gewerblich angebotenen Betten entspricht.
Der sich nun schon über einige Jahre abzeichnende Trend zur Angebots- und Auslastungsverbesserung bei der Gründung neuer Kooperationen, die ein gemeinsames Marketing bzw. gemeinsame Werbeauftritte in den Mittelpunkt stellen, hat sich auch im abgelaufenen Jahr fortgesetzt, wobei vor allem Bemühungen zur Saisonverlängerung bzw. das Bewerben der zweiten Saison verstärkt wurden.
Bei der Weiterentwicklung von Kooperationen werden vor allem die Qualitätssicherung und die Ansprache neuer Zielgruppen und Zielmärkte insbesondere in den neuen EU-Ländern forciert.

Teil D: TOP – Restrukturierung
Die Restrukturierungsförderung umfasst Maßnahmen zur Verbesserung der wirtschaftlichen Stabilität und Finanzstruktur von Unternehmen der Hotellerie und Gastronomie.
Die Unterstützung ist grundsätzlich in dreifacher Form vorgesehen:
- ideelle (nicht monetäre) Hilfestellung
- Absicherung des Risikos durch Übernahme von Haftungen
- finanzielle Hilfe in Form von Zinsstützungen

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

Jene Betriebe, die 2010 in der TOP-Restrukturierungsaktion angesucht haben, erzielten im abgelaufenen Bilanzjahr Umsätze von rund 10,9 Mio. EUR und beschäftigten 298 Mitarbeiter/innen. Die Verschuldung

dieser Unternehmen betrug insgesamt rund 28,6 Mio. EUR und somit durchschnittlich etwa das 2,8-fache ihres Jahresumsatzes. Durch die Verhandlungen der ÖHT gelang es, im Rahmen der umgesetzten 12 Sanierungskonzepte bei den finanzierenden Hausbanken Forderungsverzichte über insgesamt 1,8 Mio. EUR zu erzielen. Diese Verhandlungen erstrecken sich üblicherweise über einen längeren Zeitraum, da die Zustimmung aller beteiligten Gläubiger erlangt werden muss. Zusätzlich wurde Eigenkapital in Höhe von 0,7 Mio. EUR seitens der Unternehmerfamilien zugeführt. Die Eigenkapitalbasis der Betriebe wurde somit um rund 2,6 Mio. EUR verbessert. Bei den Restverbindlichkeiten gelang es in der Regel, die Verzinsung auf eine unter dem ursprünglich vereinbarten Zinssatz liegende Kondition abzusenken. Richtliniengemäß wurden Teile der Restverbindlichkeiten für Zinsstützungen im Rahmen der Restrukturierungsaktion vorgeschlagen.

Jungunternehmerförderung

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

Bei den 144 erledigten Jungunternehmer-Fällen liegen die Schwerpunkte bei der Modernisierung des Bestandes und den mate-

Antrags- und Ergebnisübersicht (TOP-Restrukturierungsmaßnahmen)	
Antragsübersicht 2010	
eingereichte Anträge	16
positiv erledigte Anträge (inkl. Anträge aus den Vorjahren)	12
abgelehnte Anträge (inkl. Anträge aus den Vorjahren)	11
aktuell verhandelte Anträge (inkl. Anträge aus den Vorjahren)	12
Bilanzsumme der eingereichten Anträge	19,3 Mio. EUR
Gesamtumsatz der eingereichten Anträge	10,9 Mio. EUR
Gesamtverschuldung der eingereichten Anträge	28,6 Mio. EUR
Ergebnisübersicht 2010	
erzielte Obligoreduktionen gesamt	2,6 Mio. EUR
Zufuhr von Eigenkapital	0,7 Mio. EUR
Langzeitdarlehen mit Zinsstützung aus der Restrukturierungsaktion	4,1 Mio. EUR
ausbezahlte Zuschüsse 2010	0,46 Mio. EUR
	Q: ÖHT

Antrags- und Ergebnisübersicht (Unternehmensneugründungen und -übernahmen)	
Antragsübersicht 2010	
eingereichte Anträge	325
erledigte Anträge (inkl. Anträge aus Vorjahren)	144
abgelehnte Anträge (inkl. Anträge aus Vorjahren)	125
Ergebnisübersicht (Basis: erledigte Anträge)	
Gesamtkosten (materielle und immaterielle Kosten)	35,05 Mio. EUR
davon förderbare materielle Kosten	29,48 Mio. EUR
davon Zuschuss im Rahmen Teil A TOP-Zuschuss-Aktion (für materielle Kosten)	1,45 Mio. EUR
davon förderbare immaterielle Kosten	1,40 Mio. EUR
davon Zuschuss im Rahmen Unternehmensneugründungen und -übernahmen (für immaterielle Kosten)	0,35 Mio. EUR
geschaffene Arbeitsplätze	743
	Q: ÖHT

riellen Investitionen zur Ingangsetzung des Betriebes. Bei den positiv erledigten Fällen wurden insgesamt 599 Arbeitsplätze (743 inklusive der Jungunternehmer) geschaffen. Weiters wurden die Neugründer auch mit Haftungen unterstützt, wobei insgesamt 21 Ansuchen mit einem Investitionsvolumen von rund 14,7 Mio. EUR bewilligt wurden.

Übernahme von Haftungen für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft

Die Zielsetzungen der Haftungs-Richtlinie entsprechen im Wesentlichen jenen der TOP-Tourismus-Förderung ergänzt um die Neugründung bzw. Übernahme von Unternehmen. Richtliniengemäß können Haftungen zur Finanzierung von Investitionen – auch im Zusammenhang mit der Gründung und Übernahme von Unternehmen – sowie von Internationalisierungsaktivitäten und Eigenkapitalzufuhr übernommen werden. Weiters wurde für die Jahre 2009 und 2010 im Rahmen des Maßnahmenpakets für den Tourismusstandort Österreich die Haftungsübernahme für ERP-Kleinkredite und Überbrückungsfinanzierungen ermöglicht.

Die Haftungen wurden 2010 überwiegend für die Finanzierung von Investitionen, vor allem für Qualitätsverbesserungen, Neugründungen und Betriebsgrößenoptimierungen, herangezogen.

Aufgrund der (auch im Hinblick auf die Wirtschaftskrise) gestiegenen Anforderungen der Kreditinstitute an die Besicherung der zur Verfügung gestellten Finanzierungen war 2009 und 2010 im Vergleich zu den Vorjahren eine deutliche Steigerung der Nachfrage nach Haftungen erkennbar. Auch die neuen Möglichkeiten der Haftungsübernahme für ERP-Kleinkredite und Überbrückungsfinanzierungen haben die Anzahl der Haftungsanträge angekurbelt. Im Jahr 2010 wurden insgesamt 60 Fälle mit einem Haftungsvolumen von rund 20,7 Mio. EUR bewilligt und ein Investitionsvolumen in Höhe von rund 50,4 Mio. EUR unterstützt.

ERP-Kredite für die Tourismuswirtschaft

Im Jahr 2010 wurden von der ERP-Fachkommission für Kredite auf dem Agrar- und Tou-

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

Antragsübersicht 2010	
Zahl der Anträge	110
Antragsvolumen	49 Mio. EUR
Ergebnisübersicht (Basis: erledigte Anträge)	
positive Erledigungen	60
genehmigtes Volumen	20,7 Mio. EUR
besichertes Investitionsvolumen	50,4 Mio. EUR
Beschäftigte in Betrieben, die eine Haftung erhielten	994
	Q: ÖHT

Tabelle: Antrags- und Ergebnisübersicht (ERP-Kredite)

Antragsübersicht 2010	
eingereichte Anträge (TOP-Tourismus- bzw. ERP-Kredite)	132
erledigte Anträge gesamt (inkl. Anträge aus Vorjahren)	43
abgelehnte Anträge	0
Ergebnisübersicht	
Gesamtinvestitionskosten der erledigten Fälle	196 Mio. EUR
bewilligtes ERP-Kreditvolumen	67,6 Mio. EUR
	Q: ÖHT

rismussektor, Sektor Tourismus, insgesamt rund 67,6 Mio. EUR ERP-Kreditmittel für 43 Projekte vergeben.
Mit dieser Kreditvergabe wurden sehr ähnliche Ziele wie in der TOP-Tourismus-Förderung (Verbesserung der Angebotsqualität und der Wettbewerbsfähigkeit, Unterstützung des Aktiv- und Erlebnisurlaubs, touristische Entwicklung benachteiligter Regionen) verfolgt.

Zusammen mit TOP-Mitteln in Höhe von 127,8 Mio. EUR, die sich auf 95 genehmigte Ansuchen verteilten, konnten geförderte Finanzierungsmittel in Höhe von rund 196 Mio. EUR bereitgestellt werden. Damit wurden Tourismusprojekte mit einem Gesamtinvestitionsvolumen von rund 484 Mio. EUR unterstützt.

ERP-Kleinkredite für die Tourismuswirtschaft

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

Schwerpunktaktionen „Radtourismus" und „Internet" des BMWFJ

Vom Bundesminister für Wirtschaft, Familie und Jugend wurden 2009 und 2010 Schwerpunktaktionen zu den Themen „Radtourismus" und „Internet" initiiert. Insgesamt sind dazu im vergangenen Jahr 682 Anträge bei der ÖHT eingegangen, wovon 476 positiv erledigt werden konnten.

Förderungen und Förderungseffekte ÖHT – Zusammenfassung

Folgende Zahlen skizzieren das Jahr 2010 im Bereich der Tourismus- und Freizeitwirtschaft:
1.775 Förderungsfälle mit einem bundesseitigen Förderbarwert von rund 36,8 Mio. EUR wurden positiv erledigt.

Antrags- und Ergebnisübersicht (ERP-Kleinkredite)	
Antragsübersicht 2010	
eingereichte Anträge	192
erledigte Anträge gesamt	147
abgelehnte Anträge	0
Ergebnisübersicht	
Gesamtinvestitionskosten der erledigten Fälle	7,4 Mio. EUR
bewilligtes ERP-Kleinkreditvolumen	6,8 Mio. EUR
	Q: ÖHT

Antrags- und Ergebnisübersicht (Radtourismus, Internet)	
Antragsübersicht 2010	
eingereichte Anträge	682
erledigte Anträge gesamt	476
abgelehnte Anträge	49
Ergebnisübersicht	
Gesamtinvestitionskosten der erledigten Fälle	8,6 Mio. EUR
bewilligte Zuschüsse	3,3 Mio. EUR
	Q: ÖHT

187 Unternehmensgründer konnten unterstützt werden (144 davon im Rahmen der Jungunternehmer-Förderung). Sie haben Investitionsvorhaben im Umfang von rund 35 Mio. EUR umgesetzt.
Das gesamte geförderte Investitionsvolumen beläuft sich auf rund 843 Mio. EUR.
Hotelunternehmen mit rund 114.000 Betten wurden im Hard- bzw. Software-Bereich qualitativ verbessert. Das sind mehr als 15 % des gesamten gewerblichen Bettenangebotes Österreichs.
Alle unterstützten Unternehmen werden nach Durchführung der geplanten Maßnahmen etwa rund 2,6 Mrd. EUR an Umsatz erzielen und rund 35.000 Mitarbeiter/innen beschäftigen. Sie werden damit rund 17 % der Arbeitnehmer des Beherbergungs- und Gaststättenwesens anstellen.[1]
Der Mitteleinsatz auf Bundesebene betrug (als Bruttosubventionsäquivalent) rund 36,8 Mio. EUR oder rund 0,24 % der direkten Wertschöpfung des Tourismus (lt. TSA, Prognose für 2009).[2]
Weitere Informationen zu den 2010 durchgeführten Förderungsmaßnahmen finden sich auf der Homepage der ÖHT unter www.oeht.at.

Maßnahmenpaket für den Tourismusstandort Österreich - Förderungen

Im Rahmen des Maßnahmenpakets für den Tourismusstandort Österreich wurde das Förderungsangebot um neue Maßnahmen ergänzt (ERP-Kleinkredite, Haftungen für ERP-Kleinkredite und Überbrückungsfinanzierungen sowie Haftungen für ein 2 Mio. EUR übersteigendes Volumen). Darüber hinaus wurden auch bestehende Förderungsaktionen aufgestockt (ERP-Mittel und Haftungsrahmen) und Mittel der Europäischen Investitionsbank in Anspruch genommen. Somit konnte rechtzeitig und aktiv zur Konjunkturbelebung beitragen werden.

1 Tourismus in Zahlen, WKÖ, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft, 46. Ausgabe, März 2010, S. 14
2 Tourismus in Zahlen, WKÖ, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft, 46. Ausgabe, März 2010, S. 56

Die Wirtschaft hat diese Möglichkeiten umgehend aufgegriffen. Die Entwicklung der Anträge 2010 gegenüber dem Vor-Krisen-Jahr 2008 zeigt die hohe Akzeptanz:

Anträge Jungunternehmerförderung	+43 %
Anträge Haftungen	+86 %
Anträge ERP-/TOP-Kredit	+16 %
Anträge aller Aktionen	+92 %

Die schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen haben dazu geführt, dass sich die Unternehmen in vermehrtem Umfang um Unterstützung bei der Umsetzung ihrer Vorhaben bemühten und die Hausbanken auf das Angebot zu einer verstärkten Absicherung ihrer Risken Wert legten.
Die eingesetzten Instrumente konnten einen Beitrag leisten, die Investitionstätigkeit in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft weitgehend ungehindert aufrecht zu erhalten.

Neue Tourismus-Förderungs-Richtlinien 2011-2013

Die im Februar 2010 präsentierte Tourismusstrategie des Bundes sah eine Weiterentwicklung im Förderbereich vor. Die Neuausrichtung der Tourismusförderung erfolgte im Laufe des Jahres 2010 unter intensiver Einbindung der Bundesländer sowie weiterer Stakeholder. Die neuen Tourismus-Förderungs-Richtlinien wurden von Bundesminister Dr. Reinhold Mitterlehner am 19. Jänner 2011 in Kraft gesetzt.
Kernpunkt der neugestalteten Investitionsförderung ist die „Förderungspyramide", die eine klare Schnittstelle zum Förderungswesen in den Bundesländern schafft. Projekte unter 100.000 EUR Investitionskosten werden zukünftig von den Bundesländern gefördert werden. Der höchstmögliche geförderte ÖHT-Kredit, der bisher in der Regel mit 2 Mio. EUR begrenzt war, liegt nunmehr bei 5 Mio. EUR. Der Anteil der geförderten Finanzierung an Projekten, die beispielsweise die Erhöhung der Bettenkapazität bestehender Beherbergungsbetriebe oder die Schaffung

von Zusatzeinrichtungen wie Seminarräume betreffen, ist damit erheblich erhöht worden. Nach den großen Erfolgen der Schwerpunktaktionen „Radtourismus" und „Internet im Tourismus" wird die thematische Schwerpunktsetzung fortgeführt und um eine Beratungs- und Ausbildungskomponente ergänzt.
Durch die Ermöglichung der Teilnahme von branchenfremden Partnern – wie beispielsweise Landwirten, Verkehrs- und Handelsbetrieben etc. – werden Kooperationen entlang der touristischen Wertschöpfungskette und die Umsetzung von innovativen Projektideen forciert.
Besonders im Gastronomie- und Freizeitbereich erfolgt eine Fokussierung der Förderung auf qualitativ hochwertige und touristisch bedeutende Projekte.

Tourismusförderungen des BMWFJ

Durch das BMWFJ direkt gefördert werden touristische Vorhaben, an deren Durchführung ein öffentliches Interesse besteht, die einen Beitrag zum wirtschaftlichen Fortschritt leisten und über den Interessensbereich eines einzelnen Bundeslandes hinausgehen. Der Budgetmitteleinsatz im Jahr 2010 betrug rund 4,3 Mio. EUR.
Das BMWFJ unterstützte damit Projektträger bzw. Projekte wie den Bundesverband des Österreichischen Bergrettungsdienstes, den Bundesverband für Urlaub am Bauernhof in Österreich sowie den Oesterreichischen Alpenverein.
Im Rahmen des Programms zur „Förderung der alpinen Infrastruktur" gewährte das BMWFJ dem Verband der alpinen Vereine Österreichs Unterstützung für die umweltgerechte Sanierung der Schutzhütten sowie die Erhaltung des Wanderwegenetzes.

EU-Förderprogramme mit Kofinanzierung durch das BMWFJ

Wie bereits in den Vorperioden setzt das Wirtschaftsministerium auch in der EU-Programmperiode 2007-2013 Tourismus-Förderungsmittel für die nationale Kofinanzierung von europäischen Projekten mit besonderer touristischer Bedeutung ein.
Im Bereich der EU-kofinanzierten Förderungen werden vor allem nicht betriebliche Projekte mit nachhaltigen, überregionalen Wirkungen, die Vorbildcharakter aufweisen und Synergien im touristischen Bereich erzeugen, unterstützt. Der Budgetmitteleinsatz 2010 im Bereich EU-Kofinanzierungen betrug insgesamt rund 0,5 Mio. EUR.

Europäischer Fonds für regionale Entwicklung (EFRE)

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

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

Im Jahr 2010 konnten im Rahmen des Operationellen Programms „Phasing Out Burgenland 2007-2013 (EFRE)" zwei Projekte mit einer Kofinanzierung aus Tourismus-Förderungsmitteln des BMWFJ von rund 0,12 Mio. EUR bewilligt und damit EU-Mittel in Höhe von rund 0,39 Mio. EUR ausgelöst werden.

Ziel „Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung"

In allen Bundesländern (außer Burgenland) bestehen operationelle Programme zum Ziel „Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung", touristische Maßnahmen sind dabei – mit Ausnahme von Wien und Oberösterreich – förderbar. Tourismus-Förderungsmittel des BMWFJ werden in den

Bereichen Innovation und wissensbasierte Wirtschaft vor allem für betriebliche Investitionen in Verbindung mit der TOP-Tourismus-Förderung durch die ÖHT eingesetzt.
Im Jahr 2010 wurden im Rahmen von EU-kofinanzierten Projekten fünf Ansuchen in der TOP-Kreditaktion (Zuschussvolumen rund 595.150 EUR seitens des BMWFJ) sowie zehn ERP-Kredite (Kreditvolumen 15,9 Mio. EUR) genehmigt. Insgesamt wurden mit diesen bundesseitig unterstützten Projekten rund 8 Mio. EUR an EFRE-Mittel ausgelöst.

Ziel „Europäische Territoriale Zusammenarbeit" - grenzüberschreitende Zusammenarbeit („INTERREG IVA") und transnationale Zusammenarbeit („INTERREG IVB")

Österreich ist an sieben grenzüberschreitenden Programmen (Deutschland/Bayern-Österreich, Alpenrhein-Bodensee-Hochrhein, Österreich-Italien, Österreich-Slowenien, Österreich–Ungarn, Österreich-Slowakische Republik und Österreich-Tschechische Republik) und an den transnationalen Programmen ALPINE SPACE, CENTRAL EUROPE und SOUTH-EAST EUROPE beteiligt.
Im Jahr 2010 konnten insgesamt sieben grenzüberschreitende Projekte mit einer Kofinanzierung aus Tourismus-Förderungsmitteln des BMWFJ in Höhe von rund 0,27 Mio. EUR bewilligt und damit EU-Mittel in Höhe von rund 1,5 Mio. EUR ausgelöst werden.

Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER)

Eine weitere, vom BMWFJ kofinanzierte Förderungsschiene besteht im Rahmen der europäischen Politik zur „Entwicklung des ländlichen Raumes", die aus dem Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER) gespeist wird.
In Österreich erfolgt die Umsetzung über das Österreichische Programm für die Entwicklung des ländlichen Raumes 2007-2013 (Programm LE07-13), fondskorrespondierendes Ressort ist das BMLFUW.
Im Rahmen des Schwerpunktes 3 („Lebensqualität im ländlichen Raum und Diversifizierung der ländlichen Wirtschaft") und der Umsetzung des Leader-Konzeptes können touristische Projekte vom BMWFJ gefördert werden.
Tourismus-Förderungsmittel sollen (vorwiegend über LEADER-Projekte) z.B. in den Bereichen Kulturtourismus, Wander-, Rad-, Themen- und Pilgerwege, Gesundheits-Tourismus, nachhaltiger Tourismus, Regions- und Marketingmaßnahmen, Kooperationen und Vernetzungen im Tourismus sowie zum Aufbau sektorübergreifender Kooperationen von Landwirtschaft, Lebensmittelgewerbe und Tourismus zum Einsatz kommen.
Im Jahr 2010 konnten neun Projekte mit rund 0,33 Mio. EUR BMWFJ-Mittel bewilligt und damit EU-Mittel in Höhe von rund 0,48 Mio. EUR ausgelöst werden.

© Österreich Werbung_Diejun

Wirtschaftliche Lage der Betriebe

Die wirtschaftliche Lage der Hotellerie

Die Entwicklung der Einnahmen

Die durchschnittlichen Einnahmen pro Unternehmen in der 3-Sterne-Kategorie, die bei rund 0,7 Mio. EUR p.a. im Bilanzjahr 2009 liegen, sind im Vergleich zum Vorjahr gestiegen. Bei den Unternehmen der 4/5-Sterne-Kategorie konnte mit durchschnittlichen Einnahmen von rund 1,8 Mio. EUR das Niveau des Vorjahres beträchtlich übertroffen werden.

Die Auslastung liegt bei 182 Vollbelegstagen (VBT) bei den Unternehmen der 4/5-Sterne-Kategorie und bei 128 VBT bei den 3-Sterne-Unternehmen. Eine Anpassung der Preise an die Inflation war in der 5/4-Sterne-Kategorie möglich, bei den 3-Sterne-Betrieben blieben die Preise in Relation zum letzten Jahr unverändert und im längerfristigen Vergleich unter der Inflationsrate. In der langfristigen Entwicklung steigen die operativen Ausgaben stärker als die Einnahmen, sodass das operative Ergebnis (GOP – Gross Operating Profit) vor allem bei den Unternehmen der 4/5-Sterne-Qualität leicht zurückging.

Die Entwicklung des Cashflows

Der Cashflow (nach Zinsen) zeigt sowohl im Bereich der 3-Sterne- als auch 4/5-Sterne-Kategorie im letzten Jahr eine Steigerung. Diese Verbesserung ist aber nicht auf bessere wirtschaftliche Verhältnisse, sondern auf die in den vergangenen Jahren ungewöhnlich niedrigen Zinsen zurückzuführen.

Aufgrund vermehrter nationaler und internationaler Konkurrenzierung konnten die verrechneten Preise nicht der Inflationsrate angepasst werden. Darüber hinaus haben sich einige Aufwandspositionen (z.B. Energie) weit überdurchschnittlich verteuert. Diese Veränderungen hatten zur Folge, dass der Cashflow vor Zinsen (GOP) langfristig zurückging. Diese Entwicklung hat letztendlich negative Auswirkungen auf Eigenkapitalbildung und Entschuldungsdauer.

Die Entwicklung der Zinsen

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

Entwicklung des Cashflows nach Zinsen (in % der Einnahmen)

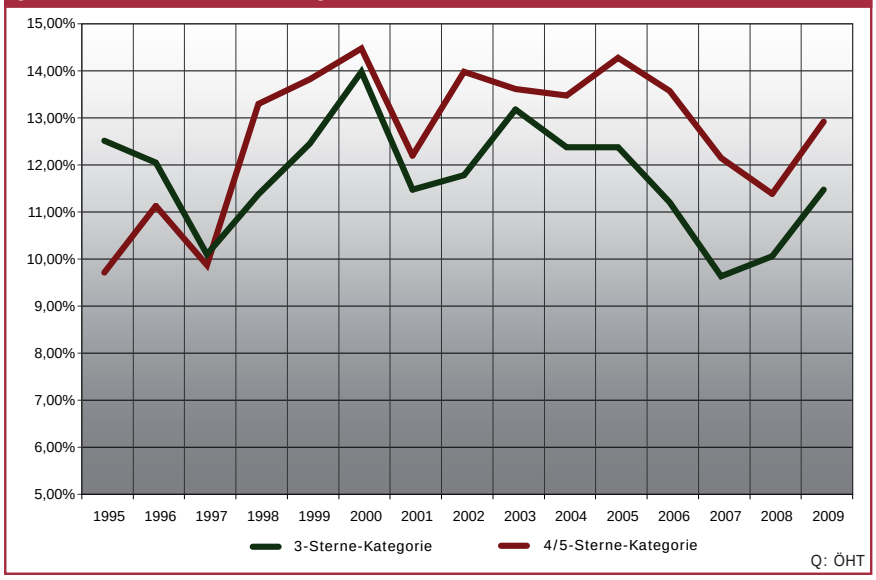
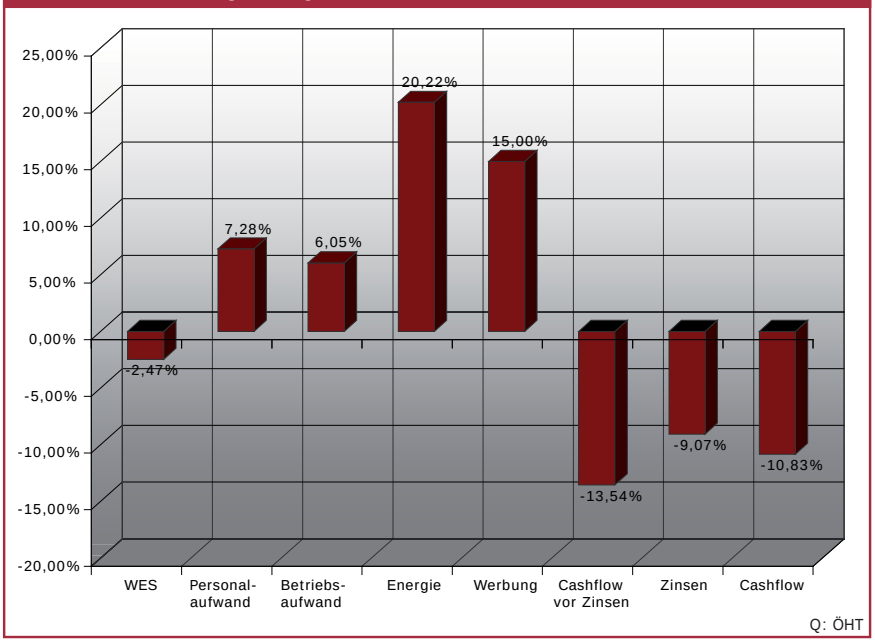


Abbildung: Veränderung der Aufwandspositionen 2000 bis 2009 (in %)

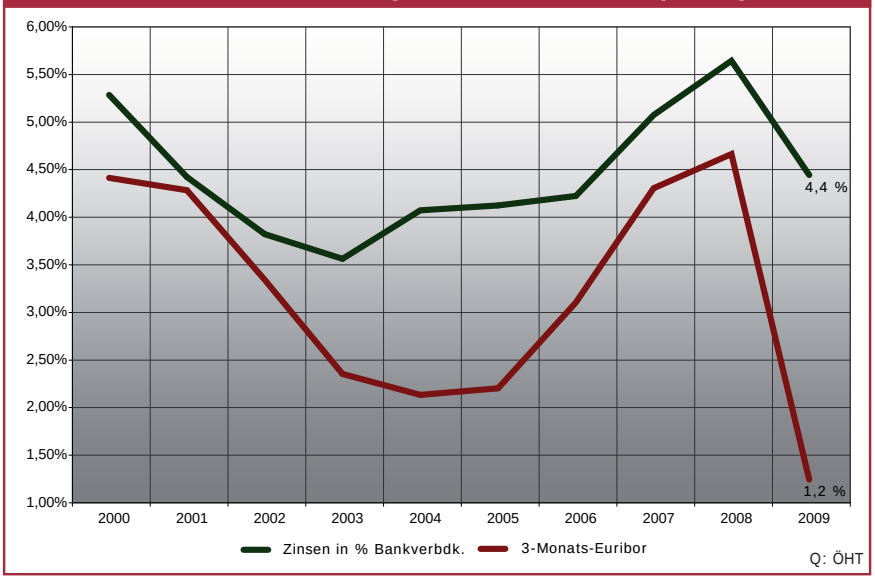


Zur Konjunkturstimulation wurden im Euroraum die Zinsen bewusst niedrig gehalten. Das hat die Zinsbelastung für die Unternehmen deutlich reduziert und so konnte trotz rückläufiger operativer Ergebnisse eine weitgehend stabile wirtschaftliche Lage erreicht werden.

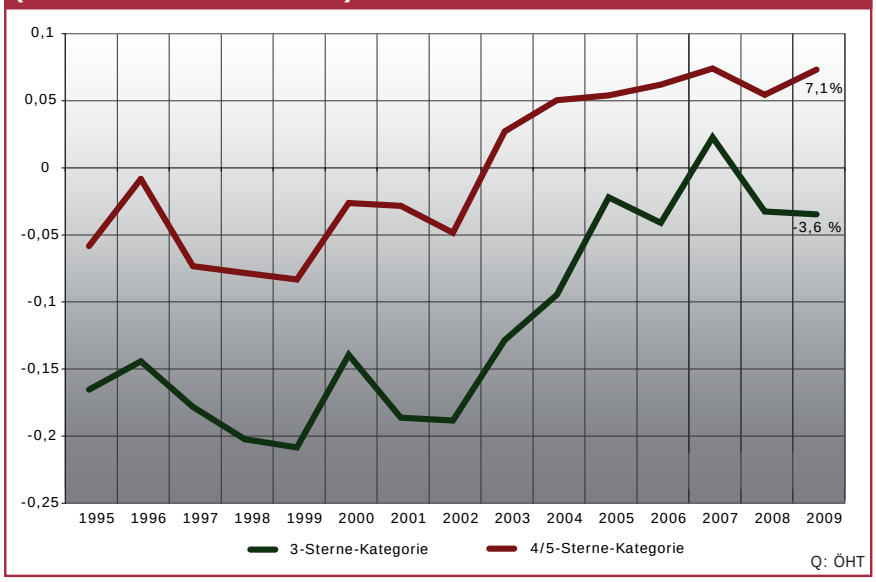
Die wirtschaftliche Stabilität der Hotellerie

In der Hotellerie hat sich in den letzten Jahren eine Verbesserung der Eigenkapitalsituation ergeben, die allerdings über weite Strecken auf eine Neubewertung der Aktiva zurückzuführen ist. Das Jahr 2009 brachte allerdings – für die Unternehmen der 3-Sterne-Kategorie - wieder eine Verschlechterung. Heute können die Unternehmen der 4/5-Sterne-Kategorie ein positives Eigenkapital von 7,1 % vorweisen, während die Unternehmen der 3-Sterne-Kategorie ein

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



Entwicklung des Eigenkapitals (in % der Bilanzsumme)

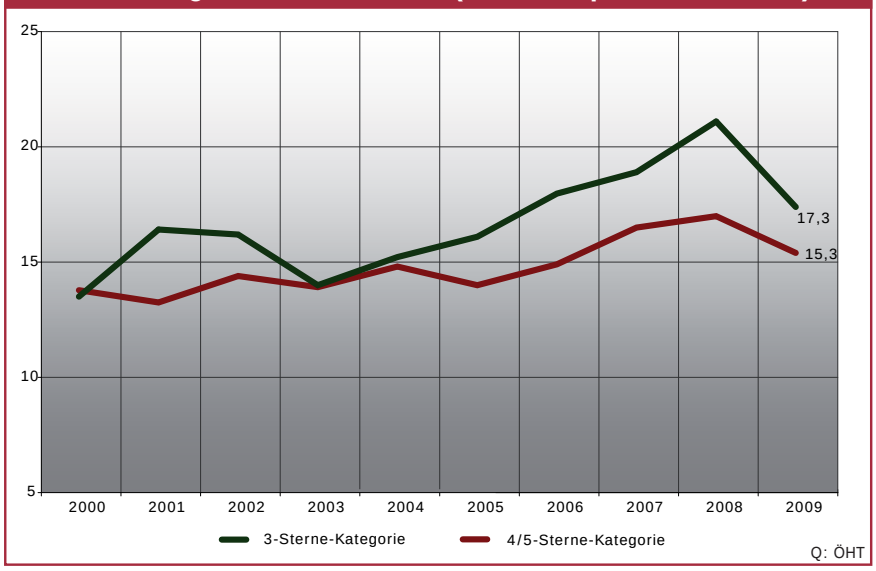


negatives Eigenkapital von minus 3,6 % verzeichnen müssen.

Betrachtet man die dynamischen Kennzahlen zur Verschuldung - das Fremdkapital wird zu Stromgrößen wie Umsatz oder Cashflow in Beziehung gesetzt - so ist zu erkennen, dass die zunehmende Anspannung sich in einer Zunahme der Entschuldungsdauer niederschlägt. Trotz der Verbesserung der Eigenkapitalausstattung in den vergangenen Jahren, hat die Erosion der Erträge den finanziellen Spielraum der Unternehmen eingeengt.

Am prägnantesten von allen Kennzahlen beschreibt das Verhältnis von „Fremdkapital zu Cashflow" das Ausmaß vorhandener Verschuldung. Diese Kennzahl wird auch als „dynamischer Verschuldungsgrad" oder „fiktive Fremdkapitalrückzahlungsdauer" bezeichnet, da das Ergebnis auch als jene Zeitspanne interpretiert werden kann, die erforderlich ist, um das gesamte Fremdkapital aus dem Cashflow zurückzuführen. Derzeit können mehr als die Hälfte der Unternehmen die vom Unternehmens-Reor-

Entschuldungsdauer in Jahren (Fremdkapital/Cashflow)



ganisations-Gesetz (URG) geforderte Grenze einer Entschuldungsdauer von maximal 15 Jahren nicht einhalten. Dies bedeutet, dass sich eine Vielzahl von Unternehmen der Tourismuswirtschaft in einer wirtschaftlich angespannten Situation befindet.

Auslastung

Nachstehende Darstellung der Auslastung nach VBT beruht auf den Erhebungen der WKÖ und zeigt ein weitgehend unverändertes Bild im Zeitablauf. Während die Unternehmen der 4/5-Sterne-Kategorie ihre Auslastung im Zeitablauf von 153 VBT im Jahre 1997 auf zuletzt 182 VBT (2009) verbessern konnten, die 3-Sterne-Betriebe von 103 auf 128 VBT zulegten, konnten die Betriebe der 1/2-Sterne-Kategorie lediglich eine Steigerung von 70 auf 88 VBT erzielen. Eine wirtschaftliche Betriebsführung ist bei dieser Auslastung nicht möglich.

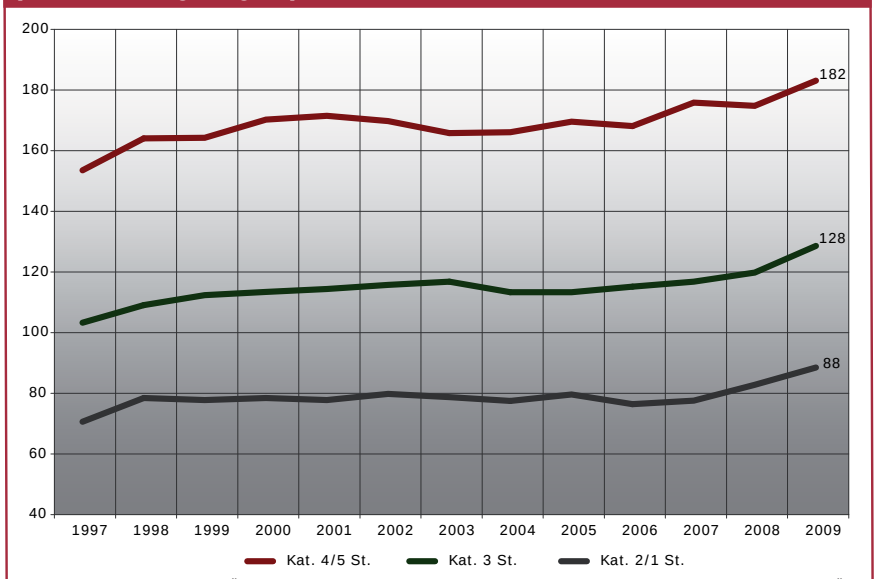
Die schon seit langem bestehende Kluft zwischen Unternehmen der unteren Qualitätsklassen mit unterdurchschnittlichen Betriebsgrößen und Unternehmen der oberen Kategorien mit wirtschaftlichen Betriebsgrößen ist deutlich, hat sich im Zeitablauf nicht wesentlich verändert. Dies zeigt sich auch in der Entwicklung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

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

Die betriebswirtschaftliche Analyse der Hotellerie lässt sich wie folgt zusammenfassen:

► Die Hotellerie konnte die wirtschaftlich turbulenten Jahre gut meistern. Vom Standpunkt der Einnahmen ist bemerkenswert, dass die Unternehmen im Durchschnitt eine recht gute Auslastung erzielen, die sich – vor allem in den oberen Qualitätsklassen – schon seit mehreren Jahren auf hohem Niveau bewegt. Der Umsatzzuwachs rührt aus Preisanpassungen, die jedoch nicht ausreichen, das Niveau der Steigerungen auf der

Entwicklung der Auslastung nach Kategorien (in Vollbelegstagen)



Q: Tourismus in Zahlen, WKÖ, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft, 46. Ausgabe, März 2010, Grafik ÖHT

Aufwandsseite aufzuwiegen. Dies führt zu einem deutlichen Rückgang des GOP (Gross Operating Profit), der bei allen Unternehmen in den letzten Jahren abgenommen hat (4/5-Sterne-Kategorie von 25,7 % im Jahre 2000 auf 22,2 % im Jahre 2009 und von 24 % auf 23 % im selben Zeitraum bei den Unternehmen der 3-Sterne-Kategorie). Dieser Ertragsrückgang scheint zwar gering, berücksichtigt man jedoch die knappe Eigenkapitalausstattung und die ohnedies knappe Liquidität, wird ersichtlich, dass die wirtschaftliche Stabilität dadurch weiter beeinträchtigt wurde.

► Im Zeitraum 2000 bis 2009 konnte der durchschnittliche GOP pro Zimmer bei den Unternehmen der 5/4-Sterne-Kategorie noch um 13,7 % auf 7.800 EUR gesteigert werden, wenn die Zunahme damit auch unter der Inflationsrate geblieben ist. Die Unternehmen der 3-Sterne-Kategorie konnten im selben Neun-Jahres-Zeitraum eine Steigerung von rund 18 % auf 5.200 EUR pro Zimmer erreichen und haben damit ihr Ergebnis zumindest im Umfang der Preissteigerung anheben können.

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

► Die Verschuldung ist hoch. Die Unternehmen können im Durchschnitt nicht mehr als wirtschaftlich stabil bezeichnet werden, weil weder die vom URG geforderte Eigenkapitalausstattung noch die notwendige Entschuldungsdauer von 15 Jahren erreicht werden können. So weist etwa das schlechteste Quartil der 3-Sterne-Hotellerie (25 % der Stichprobe) eine Eigenkapitalausstattung von -44 % und eine Entschuldungsdauer von 25 Jahren und mehr aus. Diese Betriebe sind bei Verschlechterung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen extrem gefährdet.

► Nach einem Zinsanstieg im Jahr 2007, der sich auch 2008 fortsetzte, erfolgte 2009/2010 eine deutliche Leitzinssatzsenkung durch die EZB, sodass sich die angespannte wirtschaftliche Lage der Betriebe etwas entschärfte. Sobald allerdings die derzeit niedrig gehaltenen Zinsen wieder ansteigen werden, sind besonders bei den hoch verschuldeten Unternehmen Zahlungsengpässe zu befürchten.

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

Die wirtschaftliche Lage der Gastronomie

Die Entwicklung von Einnahmen und Cashflow

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

Entwicklung von Erfolgszahlen der Gastronomie

	2008/09
durchschnittliche Einnahmen in Euro	400.000
Cashflow (vor Zinsen)	11 %
Cashflow (nach Zinsen)	9 %

Da nur bilanzierende Unternehmen in die Stichprobe eingehen, sind die Daten in Richtung der umsatzstärkeren Unternehmen verzerrt. Da sich die Stichprobe gegenüber den Vorjahren stark verändert hat, wird auch auf einen Vergleich mit früheren Jahren verzichtet.

Die wirtschaftliche Stabilität der Gastronomie

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

Unter diesem Gesichtspunkt ist der Förderungsschwerpunkt der Betriebsgrößenoptimierung sowohl im Bereich der TOP-Tourismus-Förderung als auch der Übernahme von Haftungen für Tourismus- und Freizeitbetriebe als ein wichtiges förderungspolitisches Signal zur Erreichung wirtschaftlich gesunder, langfristig lebensfähiger Unternehmen zu sehen.

Die Insolvenzentwicklung in Hotellerie und Gastronomie

Die Anfang 2011 veröffentlichten Insolvenzzahlen zeigen einen leichten Anstieg der Insolvenzen im Jahr der Finanzkrise und einen leichten Rückgang im vergangenen Jahr. Dies gilt für das Gastgewerbe und für die gesamte Wirtschaft in gleicher Weise. Der Tourismus war offenbar im konjunkturellen Abschwung jedoch weniger betroffen, dadurch ist auch der Rückgang der Insolvenzen 2010 weniger deutlich ausgefallen.

Die Insolvenzzahlen des Gastgewerbes, die sowohl Gastronomie als auch Hotellerie umfassen, sind wesentlich von den Zahlen der Gastronomie geprägt. Unternehmen des

Entwicklung von Stabilitätszahlen der Gastronomie

	2008/09	2007/08	2006/07
Eigenkapitalausstattung	4,79 %	1,7 %	5,9 %
Schuldentilgungsdauer	8,9 Jahre	10,3 Jahre	6,3 Jahre

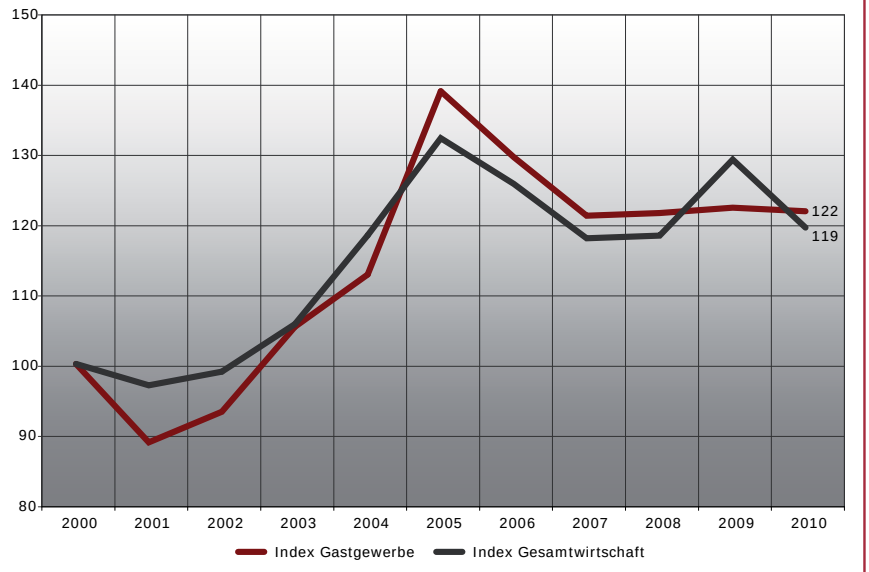
Q: KMU Forschung Austria

Ausgewählte Kennzahlen 2008/09 der Gastronomie nach Größenklassen

Eigenkapitalausstattung (alle Unternehmen)	**4,79 %**
Eigenkapitalausstattung (Umsatz bis 0,3 Mio. EUR)	-30,0 %
Eigenkapitalausstattung (Umsatz 0,3 – 0,5 Mio. EUR)	-16,3 %
Eigenkapitalausstattung (Umsatz 0,5 – 1 Mio. EUR)	-7,6 %
Eigenkapitalausstattung (Umsatz 1 – 2 Mio. EUR)	3,9 %
Eigenkapitalausstattung (Umsatz 2 – 4 Mio. EUR)	11,6 %
Eigenkapitalausstattung (Umsatz 4 – 7 Mio. EUR)	22,0 %
Eigenkapitalausstattung (Umsatz über 7 Mio. EUR)	24,9 %
Schuldentilgungsdauer (alle Unternehmen)	**8,9 Jahre**
Schuldentilgungsdauer (Umsatz bis 0,3 Mio. EUR)	Negativ
Schuldentilgungsdauer (Umsatz 0,3 – 0,5 Mio. EUR)	23 Jahre
Schuldentilgungsdauer (Umsatz 0,5 – 1 Mio. EUR)	11 Jahre
Schuldentilgungsdauer (Umsatz 1 – 2 Mio. EUR)	7 Jahre
Schuldentilgungsdauer (Umsatz 2 – 4 Mio. EUR)	6 Jahre
Schuldentilgungsdauer (Umsatz 4 – 7 Mio. EUR)	5 Jahre
Schuldentilgungsdauer (Umsatz über 7 Mio. EUR)	5 Jahre

Q: KMU FORSCHUNG AUSTRIA Bilanzdatenbank

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



Q: KSV, Grafik ÖHT

Gastgewerbes müssen, falls sie zahlungsunfähig werden, im Durchschnitt nur einen Schuldenstand von rund 0,5 Mio. EUR bereinigen. Das ist weniger als der durchschnittliche Schuldenstand in der Gesamtwirtschaft von rund 1,3 Mio. EUR. Der volkswirtschaftliche Schaden einer Insolvenz im Gastgewerbe fällt also deutlich geringer aus.

Somit kann grundsätzlich Folgendes festgehalten werden:

► Im Zusammenhang mit dem Konjunkturabschwung sind die Insolvenzzahlen der Unternehmen sowohl in der Hotellerie und Gastronomie als auch der Wirtschaft insgesamt gestiegen und waren im vergangenen Jahr wieder rückläufig.

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

Investitionen / Finanzierung

Investitionen

Trotz des im Laufe des vergangenen Jahres nur zögerlich einsetzenden wirtschaftlichen Aufschwunges ist es gelungen, durch eine Fülle von Maßnahmen das mittels Förderung angeregte Investitionsvolumen zu steigern. Das geförderte Gesamtinvestitionsvolumen – inklusive des mittels TOP-Zuschuss bzw. Jungunternehmerförderung und Haftung des Bundes geförderten Investitionsvolumens – belief sich auf rund 843 Mio. EUR und erreichte damit sogar einen bisherigen Rekord.

Bei 65 % der unterstützten Unternehmen handelt es sich um Beherbergungsunternehmen, 27 % sind der Gastronomie zuzurechnen. Bei den restlichen Förderungsfällen handelt es sich um Freizeitbetriebe oder Reisebüros bzw. infrastrukturelle Einrichtungen wie Beschneiungs- oder Golfanlagen.

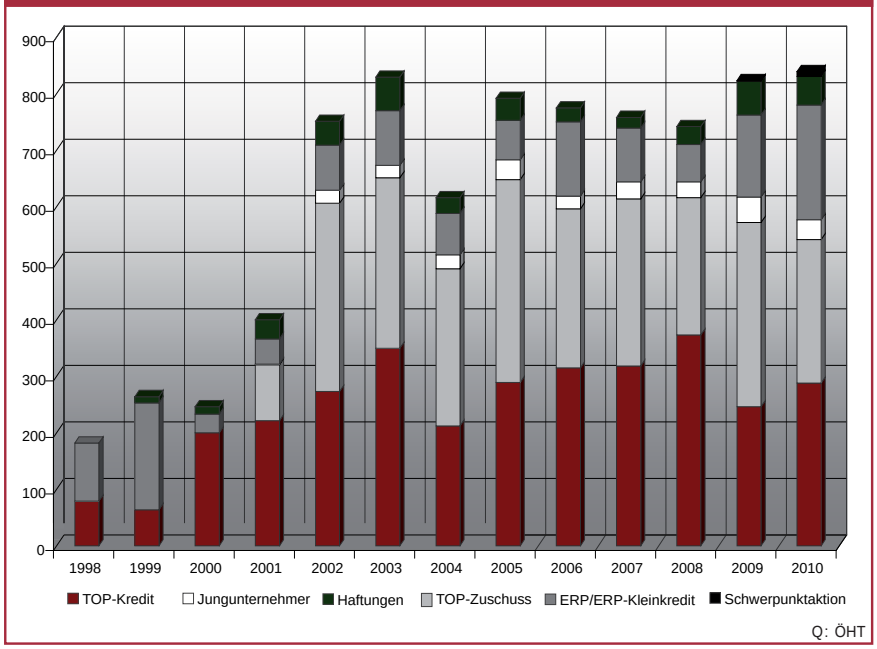
Die Schwerpunkte der Investitionen haben sich in den letzten Jahren wenig verändert. In der Hotellerie sind Betriebsgrößenoptimierung und Qualitätsverbesserung weiterhin die beherrschenden Themen. Die Wirtschaftskrise mag im vergangenen Jahr wohl

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

Mit den Investitionen in der Hotellerie wird versucht, einerseits im Qualitätswettbewerb mitzuhalten und andererseits auch die Wetterunabhängigkeit zu verbessern sowie ein eigenständiges Angebot mit Zusatzeinrichtungen zu schaffen. Das Ziel der Saisonverlängerung spielt eine bedeutende Rolle (Infrastruktur sowie Wellness- und Semina-reinrichtungen in der Hotellerie).
Dieser Umstand hat auch erfreuliche Auswirkungen auf Offenhaltungszeiten und Beschäftigungsdauer. Bei den ÖHT-finanzierten Unternehmen erfolgte sowohl im Bereich der 3-Sterne- als auch im Bereich der 5/4-Sterne-Hotellerie eine Steigerung von 280 Offenhaltungstagen im Jahre 2000 auf 300 Tage im Jahre 2009.
Bei den infrastrukturellen Einrichtungen ist vor allem die Errichtung von Beschneiungsanlagen bedeutsam. Die Investitionstätigkeit in diesem Bereich hat nach dem schneearmen Winterbeginn 2006/07 beträchtlich zugenommen. Heute ist eine rückläufige Tendenz ersichtlich. Rund 60% der Pistenflächen Österreichs sind beschneibar und damit weitgehend schneesicher.
Die Errichtung oder der Ausbau von Restaurants hat einen sehr geringen Anteil und findet großteils in Form sehr kleiner Investitionen statt, die im Bereich der Zuschussaktion der TOP-Tourismus-Förderung unterstützt werden.
Insgesamt ist es gelungen, den Umbau des heimischen Angebotes deutlich in Richtung höherwertiger Qualität zu forcieren, wobei dieses Ziel auch durch die Investitionsförderungsmaßnahmen des Bundes massiv unterstützt wurde. Wie nachstehende Abbildung anhand einer längerfristigen Zeitreihe zeigt, wurden beträchtliche Fortschritte im Umbau der Qualitäten des Bettenangebots erzielt.

Diese Veränderungen haben auch bewirkt, dass die durchschnittliche Betriebsgröße in bescheidenem Ausmaß von durchschnittlich 40 Betten pro Betrieb im Jahr 2000 auf 43 Betten im Jahr 2009 gestiegen ist. Trotz dieses Fortschritts besteht im internationalen Vergleich und im Hinblick auf international

Entwicklung des geförderten Investitionsvolumens bei der ÖHT (in Mio. Euro)

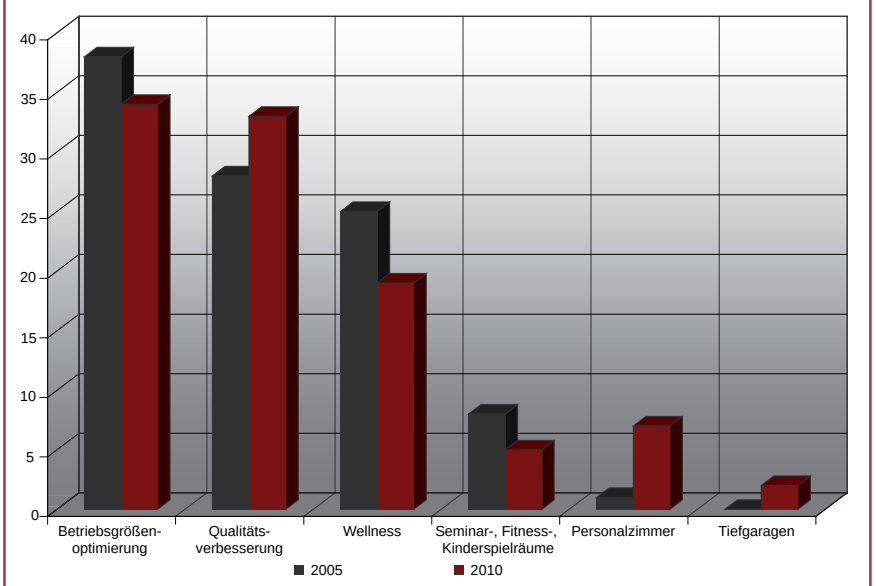


Q: ÖHT

vermarktbare und wirtschaftliche Betriebsgrößen ein beträchtlicher Rückstand. Die durchschnittliche Betriebsgröße beträgt in der EU (der 27) 57 Betten und die in Österreich tätigen Kettenbetriebe weisen im Durchschnitt 225 Betten, die Interconti-Gruppe sogar mehr als 300 Betten auf.

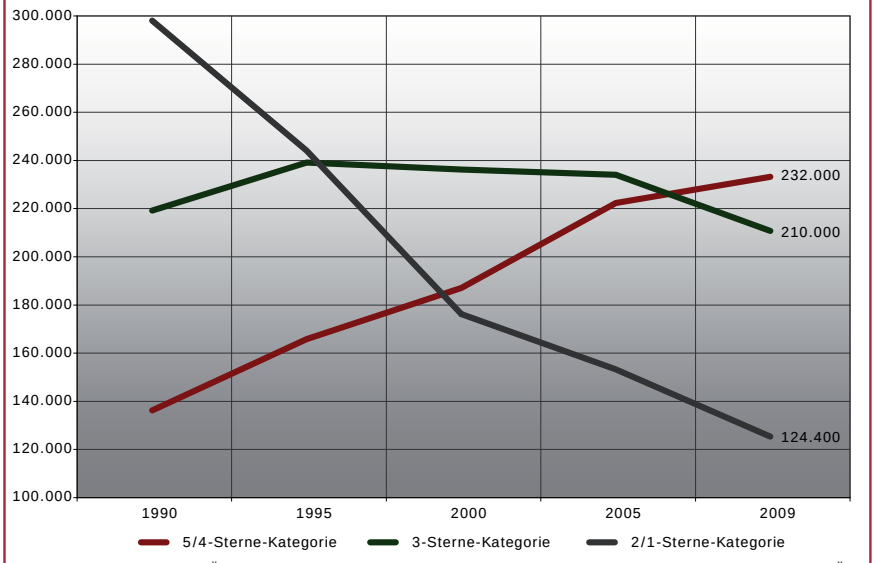
Bei den Betriebsgrößen gibt es erhebliche Unterschiede je nach Kategorie: Im Bereich der 5/4-Sterne-Kategorie ist die Größe der Betriebe kontinuierlich auf durchschnittlich 99 Betten gewachsen, während etwa im Bereich der 2/1-Sterne-Kategorie die durchschnittliche Betriebsgröße schon seit Jahren bei etwa 22 Betten stagniert. Das Erreichen wirtschaftlicher Betriebsgrößen ist ein Anliegen der österreichischen Förderungspolitik, das auch zukünftig mit Nachdruck verfolgt wird. Wie obenstehende Grafik zeigt, weisen die österreichischen Hotelunternehmen noch deutlichen Nachholbedarf im Vergleich zur internationalen Konkurrenz auf.

Schwerpunkte der Investitionen in der Hotellerie



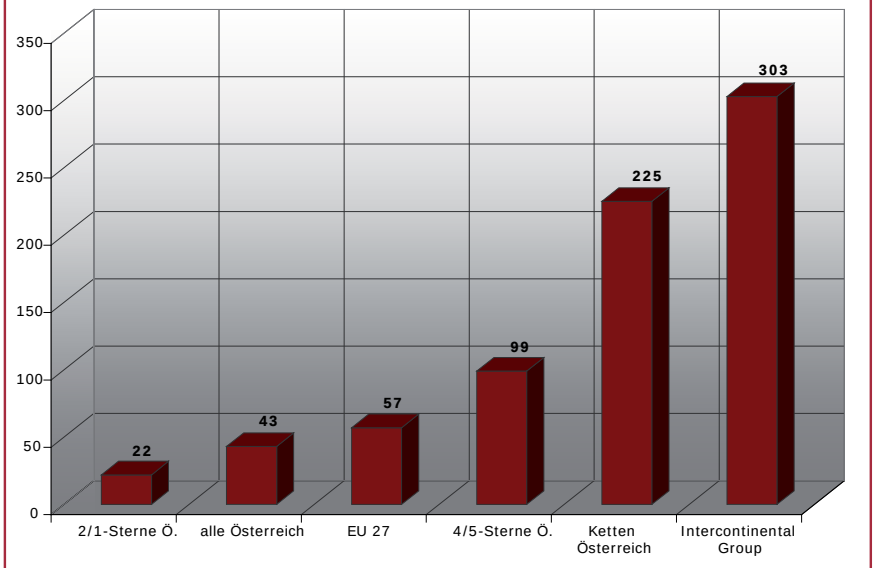
Q: Tourismus in Zahlen, WKÖ, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft, 46. Ausgabe, März 2010, Grafik ÖHT

Entwicklung des Sommer-Bettenangebotes nach Qualitäten



Q: Tourismus in Zahlen, WKÖ, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft, 46. Ausgabe,März 2010, u.a., Grafik ÖHT

Betriebsgrößen in der österreichischen und internationalen Hotellerie



Q: Tourismus in Zahlen, WKÖ, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft, 46. Ausgabe,März 2010, u.a., Grafik ÖHT

Finanzierung - Die Entwicklung der Großkreditausleihungen

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

Die Zunahme des Fremdkapitals in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in den vergangenen Jahren ist auf die ständig hohe Investitionsbereitschaft zurückzuführen, die auch umliegende Unternehmen von den Ausgaben profitieren ließ. 2009 ist es allerdings – sowie in der Gesamtwirtschaft auch – trotz der massiven Zinssenkung durch die EZB zu einer Verlangsamung des Wachstums der Investitionstätigkeit gekommen. Die Unternehmen haben große Projekte zurückgestellt und in eher kleinem Umfang dringend notwendige Investitionen durchgeführt.

Das Beherbergungs- und Gaststättenwesen hat jedoch im Jahr des Konjunkturabschwunges deutlich mehr investiert als die Gesamtwirtschaft und so einen wichtigen Beitrag zur Konjunkturbelebung geleistet.

Entwicklung der Großkredite gemäß §75 BWG Beherbergungs- und Gaststättenwesen

Jahr	Großkredite in Mio. EUR	Veränderung gegenüber Vorjahr
2001	3.193	
2002	3.373	5,6 %
2003	3.585	6,3 %
2004	4.051	13,0 %
2005	4.682	15,6 %
2006	4.928	5,3 %
2007	5.419	10,0 %
2008	5.930	9,4 %
2009	6.189	4,3 %
Q3 2010	6.548	5,8 %

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

© Österreich Werbung_Mallauh

Internationale Beziehungen

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

Eine Konzentration auf Schwerpunktländer ergibt sich aus folgenden Kriterien:

- Länder mit bestehenden Tourismusabkommen oder Tourismusarbeitsgruppen im Rahmen der Wirtschaftsabkommen.
- Schwerpunkte der Tourismusstrategie;
- Wichtiger touristischer Quellmarkt für Österreich;
- Wichtiger Markt für Export von Know-how und Ausstattung im Tourismus;
- Besonderes politisches Interesse.

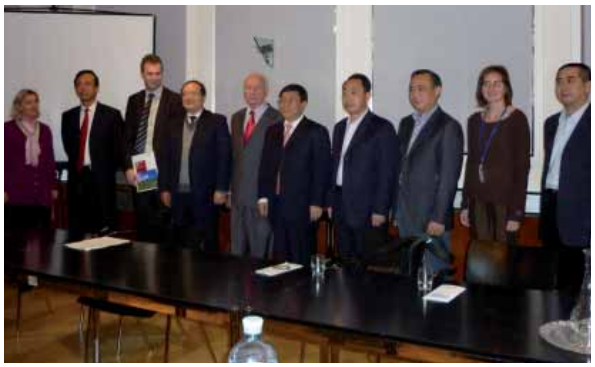
Intensivere Beziehungen bestehen mit:

- Ost- und Südosteuropa (u.a. Russland, Ukraine, Kroatien, Rumänien), insbesondere Donauraum und Schwarzmeerregion;
- Asien (insbesondere China, Indien, Japan und Mongolei);
- Arabischer Raum sowie den Ländern des euromediterranen Raumes (EUROMED).

Da im speziellen bei bilateralen Kontakten und Treffen immer wieder großes Interesse an österreichischem Tourismus Know-how gezeigt wurde und wird, hat das BMWFJ bereits im Jahr 2007 die Plattform www.tourism-knowhow.at ins Leben gerufen. Sie bringt österreichische Anbieter von Tourismusaus- und Weiterbildung, -forschung und -beratung mit internationaler Nachfrage nach österreichischem Tourismus Know-how zusammen. Nach einer strategischen Überarbeitung wurde Anfang 2010 eine Vertiefung der Kooperation mit den Austrian International Consultants (AIC) by ARGE Planungs- und Beratungsexport (www.a-i-c.at) beschlossen. Der Betrieb erfolgt nun seit Juni 2010 durch AIC. Ziel von AIC ist die Unterstützung und Förderung der Exportaktivitäten von Unternehmen wissensintensiver Dienstleistungsbranchen im Rahmen der „go international" Initiative (BMWFJ/WKO). Tourismus bleibt Schwerpunkt innerhalb der Strukturen der AIC mit einer eigenen Managerin. Die Kooperation nutzt Synergien zwischen den Plattformen, Doppelgleisigkeiten werden vermieden und die interdisziplinäre Kooperation und Vernetzung exportorientierter österreichischer Dienstleistungsunternehmen wird weiter gefördert und gestärkt. Die Zusammenführung des gemeinsamen Auftritts nach außen (insbes. Webauftritt) erfolgt im Jahr 2011.

Ein Auszug aus den bilateralen tourismusbezogenen Aktivitäten im Jahr 2010 des BMWFJ: Tagung der Arbeitsgruppe Tourismus Russland in Wien (Februar); Arbeitsgespräch mit chinesischen Vertretern (April); Arbeitsgruppe Tourismus Rumänien in Bukarest (Mai); Arbeitsgespräch mit einer mazedonischen Delegation (Mai); Gemischte Wirtschaftskommission Russland in Sotschi; Arbeitsgemeinschaft „Pilgerwege Ost" mit Vertreter/innen aus Österreich, Ungarn, Slowakei, Rumänien (Juli und November); Tagung Arbeitsgruppe Tourismus Kroatien

Arbeitsgruppe Tourismus Kroatien, Treffen in Zagreb



Empfang chinesische Delegation im BMWFJ zum Thema Schifffahrtstourismus

in Zagreb (September); Arbeitsgespräch mit chinesischer Delegation zum Thema Schifffahrtstourismus (November); Arbeitsgespräch mit neuseeländischem Kulturminister (November); Serbische Delegation - Präsentation in Wien (Dezember); Besuch des katarischen Emirs in Wien (Dezember).

Welttourismusorganisation (UNWTO)

Die UNWTO ist eine Spezialagentur der Vereinten Nationen (VN) mit Sitz in Madrid und dient als globales Forum für Tourismuspolitik und Plattform für touristisches Know-how und Statistik. Derzeit umfasst die UNWTO 154 Vollmitglieder, sieben assoziierte Mitglieder (Regionen) und an die 400 angeschlossene Mitglieder (affiliated members). Letztere repräsentieren den privaten Sektor, Ausbildungseinrichtungen, Tourismusverbände und lokale Tourismusbehörden. Die UNWTO ist im Hinblick auf die Mitgliedschaft von sowohl öffentlichem und privatem Sektor auf der ganzen Welt und deren institutionalisierte Zusammenarbeit einzigartig im UN-System.

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

► wirtschaftlicher Entwicklung,

► internationalem Verständnis, Frieden und Wohlstand,

► der Beachtung von grundlegenden Menschenrechten und Grundfreiheiten.

Mitarbeit Österreichs

Österreich sieht als bedeutendes Tourismusland und Gründungsmitglied der UNWTO die aktive Mitarbeit als wichtigen Beitrag. Österreich hatte zuletzt von 1999 bis 2007 den Vorsitz im Programmkomitee.

Schwerpunkte Arbeitsprogramm

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

► Sicherstellung der kontinuierlichen Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit von Destinationen,

► Förderung der nachhaltigen Entwicklung des Tourismus in Übereinstimmung mit dem Globalen Ethik-Kodex und den Millennium-Entwicklungszielen.

Wichtige Initiativen 2010

Besonderes Augenmerk setzt die UNWTO in Folge der globalen Wirtschaftskrise auf die Verankerung und Bewusstseinsbildung der weltweiten wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus, der in den letzten Jahrzehnten ein stetes Wachstum aufweisen konnte und somit einen verlässlichen Arbeitsplatzgaranten sowie wichtigen Devisenbringer für viele Länder darstellt. Um die Anerkennung des Sektors bei den Regierungen zu stärken, unterstützt die UNWTO die T20 Initiative. Im Rahmen dieser Initiative treffen sich die Tourismusminister/innen der G20 Länder, um Erfahrungen und Informationen auszutauschen sowie die analytischen Grundlagen für die Erfassung der gesamtwirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus zu stärken. Das erste T20-Treffen fand im Februar 2010 in Südafrika statt, ein weiteres im Oktober 2010 in Südkorea.

Im Bereich Nachhaltigkeit ist das Hotel Energy Solutions Projekt hervorzuheben, das von der UNWTO in Zusammenarbeit mit inter-

nationalen Tourismus-, Umwelt- und Energieakteur/innen durchgeführt und von der europäischen Agentur für Wettbewerbsfähigkeit und Innovation ko-finanziert wird. Ziel des Projekts ist es, europäischen Hotels durch eine innovative software (HES e-toolkit) die Analyse ihres Energieverbrauchs zu ermöglichen, eine Entscheidungshilfe bei Investitionen in erneuerbare Energie bzw. Energiesparmaßnahmen zu bieten und dementsprechende Maßnahmen umzusetzen. Weiterführende Informationen zum Projekt siehe: www.hotelenergysolutions.net.
Im Rahmen der Reformagenda der UNWTO, die durch den neuen Generalsekretär der Organisation, Dr. Taleb Rifai, eingeleitet wurde, nimmt auch die verstärkte Zusammenarbeit zwischen öffentlichem und privatem Sektor im Tourismus einen wichtigen Stellenwert ein. Die affiliierten Mitglieder sollen sich und ihr Know-how verstärkt in die Organisation einbringen. Eine neue Initiative der affiliierten Mitglieder ist die virtuelle Plattform „Platma", die 2010 ins Leben gerufen wurde und neueste Technologien zum Austausch von best practice und Informationen nutzt sowie Netzwerke für Kooperationen aufbaut. Siehe auch: www.platma.org.

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

Tagung der Kommission für Europa

Die 51. Tagung der Kommission für Europa (CEU) fand im April 2010 in Sofia, Bulgarien statt. Am Rande der Tagung fand ein Seminar zum Thema „Tourism Governance in Times of Crisis: Conjunctural and Structural Policies" statt.

Welttourismustag 2010

Der Welttourismustag am 27. September 2010 stand unter dem Thema „Tourism and Biodiversity", das Gastland für die Austragung der internationalen Feierlichkeiten

Welttourismustag „Tourismus und Biodiversität" BM Mitterlehner, Stadler, Schenner

Welttourismustag „Tourismus und Biodiversität". Diskussion: Peter Rupitsch, Nationalpark Hohe Tauern; Karmen Mentil, Alpine Pearls; Susanne Kraus Winkler, LOISIUM; Alois Lang, Nationalpark Neusiedler See; Julia Balatka, Odyssee Reisen.

2010 war China. In Österreich wurde der Welttourismustag am 29. September 2010 mit einer Diskussionsveranstaltung zum Thema der biologischen Vielfalt als Basis für erfolgreichen und nachhaltigen Tourismus begangen, die gemeinsam vom BMWFJ, der WKÖ sowie vom Referat für Tourismus- und Freizeitpastoral organisiert wurde.
Das Thema des Welttourismustags 2011 ist „Tourismus verbindet Kulturen".

Organisation für wirtschaftliche Entwicklung und Zusammenarbeit (OECD)

Das Tourismuskomitee der OECD ist ein internationales Forum der Mitgliedsländer und ausgewählter Nicht-Mitgliedsländer für den Austausch und das Monitoring von tourismuspolitischen Initiativen. Ziel ist die Entwicklung von Strategien und Empfehlungen sowie der direkte Vergleich von tourismuspolitischen Maßnahmen zur Identifikation von Best Practice. Den Vorsitz führen derzeit die USA (Fr. Isabel Hill), Österreich ist im Büro vertreten. Das OECD Tourismuskomitee tagt zweimal jährlich.

Erfolgreicher Abschluss des Arbeitsprogramms 2009/2010

Das Arbeitsprogramm 2009/2010 konnte erfolgreich abgeschlossen werden. Es wurden Berichte zur Evaluierung von Tourismusprogrammen und Tourismuswerbung, zur Aus- und Weiterbildung sowie zu nachhaltiger Tourismusentwicklung und Klimawandel erarbeitet. Diese Arbeiten geben einen guten Überblick über den aktuellen Stand, Politiken und Maßnahmen zum jeweiligen Themengebiet im OECD-Raum und beinhalten zahlreiche Fallstudien. Anfang 2010 wurde auch wieder die zwei-jährige OECD-Publikation „Tourism Trends and Policies" herausgebracht. Sie analysiert die Entwicklung des Tourismus in der OECD über die letzten zwei Jahrzehnte, die Auswirkungen der Wirtschafts- und Finanzkrise und beinhaltet neben der Darstellung von Tourismusdaten und -politiken von 30 OECD-Staaten erstmals auch eine Untersuchung von 12 Nicht-OECD Staaten. Das BMWFJ koordinierte und lieferte die österreichischen Beiträge für diese Studien. Ein weiterer Schwerpunkt war eine umfangreiche Prüfung der Tourismuspolitik Italiens (Politikentwicklung, Information und Statistik, Marketing/Werbung/Produktentwicklung, Aus- und Weiterbildung).

Schwerpunkte Arbeitsprogramm 2011/2012

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

- Ein Bericht über die Evaluierung und Messung von Wettbewerbsfähigkeit im Tourismus (Entwicklung eines Sets von Schlüsselindikatoren; internationale Vergleichbarkeit; Benchmarking zwischen Staaten);
- Eine Publikation über Trends im Tourismus und Tourismuspolitiken in OECD Staaten und ausgewählten Nicht-OECD Staaten (Länderprofile von 42 Ländern; aktuelle thematische Beiträge; Analyse von Trends im OECD Raum);
- Ein Bericht über „Green Innovation" bei touristischen Dienstleistungen (Rolle von „green innovation" in der Entwicklung von touristischen Betrieben; Unterstützungsinstrumente/-mechanismen);
- Ein Bericht über Liberalisierung im Tourismus (Analyse von Hemmnissen für freien Reiseverkehr; Kooperation mit dem Komitee für Handelspolitik; Fokus auf BRIC, Indonesien und Südafrika - starke Player mit großem Wachstum bei Angebot und Nachfrage);
- Länderanalysen/-studien zur nationalen Tourismuspolitik bzw. thematische Studien unter Einbindung mehrerer Länder. Ein

erster Themenbereich wird hier Tourismus und Kulinarik sein.

Auch in diesem Programm wird sich Österreich wieder aktiv einbringen.

Europäische Union

Tourismus hat für die Europäische Union eine enorme wirtschaftliche, beschäftigungspolitische und gesellschaftliche Bedeutung. Als wichtiger Wirtschaftsfaktor mit guten Wachstumsprognosen leistet er einen wesentlichen Beitrag zu nachhaltigem Wachstum und der Schaffung von standortgebundenen Arbeitsplätzen. Deshalb gibt es ein besonderes Interesse für eine Gestaltung von Rahmenbedingungen und der Umsetzung von spezifischen Maßnahmen, die eine wettbewerbsfähige und nachhaltige Tourismusentwicklung langfristig unterstützen und es erlauben, Potenziale voll auszuschöpfen.

Ein neuer politischer Rahmen für den europäischen Tourismus

Nach dem Inkrafttreten des Vertrages von Lissabon, der eine Rechtsgrundlage für Tourismus schafft, hat die Europäische Kommission (EK) deshalb im Juni 2010 die Mitteilung „Europa - wichtigstes Reiseziel der Welt: ein neuer politischer Rahmen für den europäischen Tourismus" veröffentlicht. Sie will ein koordiniertes Konzept für die tourismusbezogenen europäischen Initiativen fördern und schlägt Maßnahmen in vier Schwerpunktbereichen vor.

► **Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit des Tourismus in Europa:** Diversifizierung des Angebots (Kooperation mit Kultur - europäisches Kulturerbe-Siegel, grenzüberschreitende Kulturrouten); Förderung von Innovationen (Plattform für Tourismus und Informations- und Kommunikationstechnologien); bessere berufliche Qualifikation (verbesserte Information über bestehende Möglichkeiten in europäischen Programmen); Saisonverlängerung (Projekt Calypso zum Sozialtourismus, Ferienentzerrung); Verbesserung der Wissenslage (virtuelle europäische Tourismus-Beobachtungsstelle; Eurobarometer zur Zufriedenheit der Reisenden mit den Dienstleistungen in Europa).

► **Förderung der Bemühungen um einen nachhaltigen, verantwortungsvollen Qualitätstourismus:**
Nachhaltigkeitsindikatoren für Destinationen; Sensibilisierungskampagnen; europäisches Gütesiegel für Qualitätstourismus; Analyse von Risiken durch Klimawandel; Charta für nachhaltigen und verantwortungsvollen Tourismus; Strategie für nachhaltigen Küsten- und Meerestourismus; verstärkte Kooperation und Austausch von Best Practice mit Drittstaaten (v.a. auch wichtigen Schwellenländern).

► **Konsolidierung des Images und der Außenwirkung Europas als ein aus nachhaltigen Qualitätsreisezielen bestehendes Ganzes:**
Schaffung und Bewerbung einer „Marke Europa"; Bewerbung des Portals www.visiteurope.com; gemeinsame Werbeaktionen bei internationalen Events, großen Tourismusmessen, Ausstellungen bzw. Sportveranstaltungen; bessere Kooperation mit internationalen Organisationen (wie z.B. UNWTO, OECD, T20, EUROMED).

► **Bestmögliche Nutzung des Potenzials der politischen Maßnahmen und der Finanzinstrumente der EU zur Entwicklung des Tourismus:**
Hier werden vor allem die Bereiche Verkehr, Wettbewerb, Binnenmarkt, Steuerwesen, Verbraucherschutz, Umwelt, Beschäftigung, Soziales und Bildung, Kultur sowie die Regionalentwicklung und die Entwicklung des ländlichen Raums angeführt. Die EK möchte hier eine bessere Abstimmung und Integration von Maßnahmen herbeiführen.

► Österreichische Position

Der Rat hat im Oktober 2010 durch Schlussfolgerungen seine Position zur EK Mitteilung abgegeben, und auch die anderen europäischen Institutionen arbeiten derzeit an diesbezüglichen Berichten. Es wurde klar zum Ausdruck gebracht, dass viele der vorgeschlagenen Maßnahmen noch weiter konkretisiert werden müssen, um sie abschließend bewerten zu können.

Auch Österreich hat sich in dieser Richtung in den Diskussionsprozess eingebracht. Grundsätzlich wird ein Rahmen für tourismuspolitische Maßnahmen auf europäischer Ebene mit den vier Stoßrichtungen als wichtig erachtet. Allerdings ist auf die tatsächliche Relevanz der Projekte zu achten. Deshalb erscheinen Maßnahmen, die für möglichst viele Akteure im Tourismus Nutzen haben, vorrangig. Dies sind zum Beispiel Maßnahmen zur Verbesserung der Rahmenbedingungen, wie beispielsweise eine ausgewogene Abstimmung der sicherheitspolitischen Erwägungen mit wirtschaftspolitischen bzw. tourismuspolitischen Erwägungen im Rahmen der EU-Visaregelungen für touristische Hoffungsmärkte.

Erfolgversprechend sind auch Initiativen, die den Wissenstand und damit die Entscheidungsgrundlagen für im Tourismus Tätige verbessern. Die angestrebte Zusammenführung von Wissensnetzwerken, die Schaffung von Plattformen, die Erhebung von Daten und gesamteuropäische Analysen können hier genannt werden. Auch die Aufnahme der langjährigen Forderung Österreichs zur Entzerrung der Ferienzeiten, die im EK Dokument aufgegriffen wurde, steht in diesem Zusammenhang. Als erster Schritt wird „der Aufbau eines Mechanismus für freiwilligen Informationsaustausch über das Internet zwecks besserer Koordinierung der Schulferien zwischen Mitgliedstaaten, ohne kulturelle Traditionen zu berühren" vorgeschlagen. Die Förderung von grenzüberschreitenden touristischen Produkten wie beispielsweise von grenzüberschreitenden Kulturrouten erscheint ebenfalls zielführend.

Die Vorschläge zur Entwicklung von europäischen Gütesiegeln sind derzeit noch sehr unausgereift. Grundsätzlich soll eine Überzahl an intermediären Strukturen vermieden werden. Außerdem ist darauf zu achten, dass auf europäischer Ebene keine neuen Qualitätssiegel oder Labels geschaffen werden, die in Wettbewerb zu bereits erfolgreichen – aus der Wirtschaft selbst entstandenen – Initiativen stehen.

Im Hinblick auf die Bewerbung Europas als „ein aus nachhaltigen Qualitätsreisezielen bestehendes Ganzes" wird von Österreich immer wieder darauf hingewiesen, dass es keine Parallelaktivitäten zu bestehenden europäischen Strukturen geben dürfe.

Vorschau EU- Ratspräsidentschaften 2011 Ungarn und Polen

► Auch die ungarische Ratspräsidentschaft möchte einen Beitrag zur Konkretisierung der neuen EU Tourismuspolitik leisten. Sie plant am 12. und 13. Mai 2011 eine hochrangige Konferenz, bei der nachhaltiger, verantwortungsvoller Tourismus und dessen Beitrag zur Lebensqualität zur Diskussion stehen soll. Voraussichtliche Themen sind Gesundheit, Wellness und medizinischer Tourismus sowie verantwortungsbewusstes Verhalten von Unternehmen (Corporate Social Responsibility, CSR) und Tourist/innen.

► Das jährliche Europäische Tourismusforum wird von 5. bis 7. Oktober 2011 in Krakau im Rahmen der EU Ratspräsidentschaft Polens stattfinden.

Ausgewählte laufende Projekte der EK

Die Zuständigkeit für den Tourismus liegt innerhalb der EK bei der Generaldirektion Industrie und Unternehmertum, Referat Tourismus. Mit Antritt der neuen Kommission unter Kommissionspräsident Barroso im Februar 2010 übernahm der Italiener Antonio Tajani als zuständiger Kommissar die Agenden dieser Generaldirektion. Er ist glechzeitig auch Vizepräsident der EK.

► Calypso

Das 2009 von der EK initiierte Projekt im Sozialtourismus „Calypso" hat vorrangig die Ermöglichung von Urlaub für speziell benachteiligte Gruppen sowie die Bekämpfung der Saisonalität im Tourismus zum Ziel. Dies soll durch die Förderung von grenzüberschreitendem Tourismus für bestimmte Zielgruppen (Pensionist/innen, Jugendliche, sozial benachteiligte Familien sowie Personen mit Behinderung) in der Nebensaison (Sozialtourismus) erfolgen.

Im ersten Halbjahr 2010 wurde im Rahmen einer europäischen Studie eine Bestandsaufnahme von bereits existierenden Strukturen und Maßnahmen sowie Potenzialen im grenzüberschreitenden Tourismusaustausch dieser Zielgruppen vorgenommen, an der sich auch Österreich beteiligte. Als Pilotprojekt wurde eine europäische webbasierte Austauschplattform vorgeschlagen, die einen grenzüberschreitenden touristischen Austausch der Zielgruppen ermöglichen soll. Um die Mitgliedstaaten auf eine Teilnahme an der Plattform vorzubereiten, hat die EK im Juli 2010 eine erste Ausschreibung veröffentlicht. Es wurden vier Projekte ausgewählt. Seitens Österreich erfolgte nach Befassung der innerösterreichischen Akteure und aufgrund der fehlenden Tradition sowie Strukturen im Bereich Sozialtourismus keine Projekteinreichung.

► Wissensnetzwerke

In den Jahren 2008 bis 2010 gab es jeweils eine Ausschreibung für Projekte im Zusammenhang mit der Schaffung von grenzüberschreitenden touristischen Netzwerken. Die Ausschreibung 2010 fokussierte auf Forschung, um die Wissensbasis in Europa weiter zu verbessern. Dazu sollen Universitäten, Forschungszentren, Unternehmen und regionale Stellen besser vernetzt (regionale Cluster) und tourismusbezogene Forschung gestärkt werden.

► Nachhaltiger Tourismus: Radweg „Eiserner Vorhang"[1]

Dieses Projekt basiert auf der Idee und einer ersten Untersuchung des Komitees für Transport und Tourismus des EP. Ziel ist die Belebung des Radtourismus entlang des ehemaligen Eisernen Vorhangs. Die EK hat in einem ersten Schritt 2009/2010 eine Reihe von regionalen Workshops in den Anrainerstaaten organisiert, um einerseits vorbildhafte Initiativen im Radtourismus zu präsentieren und andererseits die Möglichkeiten konkreter Projekte und Kooperationen zwischen den beteiligten Regionen im Zusammenhang mit dem „Iron Curtain Trail" zu diskutieren. Aufgrund einer Ausschreibung zur Einreichung von grenzüberschreitenden Projekten vom Juni 2010 wurden nunmehr sechs grenzüberschreitende Projekte ausgewählt, die die Wettbewerbsfähigkeit des Europäischen Fahrradtourismus stärken und so einen Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung des Tourismus leisten sollen.

Besondere Berücksichtigung findet auch der daraus resultierende Beitrag zur Reduktion von CO_2-Emissionen.

Rechtliche Neuerungen

EK-Verordnungsentwurf zur Europäischen Tourismusstatistik

Die geplante Verordnung (VO) des Europäischen Parlaments und des Rates über die

1 http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/iron-curtain-trail/index_en.htm

europäische Tourismusstatistik soll die bisherige Richtlinie (RL) 95/97/EG des Rates aus 1995 aufheben. Der neue VO-Entwurf basiert größtenteils auf den Vorschlägen von Eurostat, die von 2004 bis 2008 in Arbeitsgruppen erörtert wurden, denen Vertreter/innen der nationalen statistischen Ämtern oder der Forschungsabteilungen der nationalen Tourismusbehörden, anderer Kommissionsabteilungen und externe Interessensträger angehörten. Die Sachverständigen waren sich allgemein darüber einig, dass die Rechtsgrundlage für die Tourismusstatistik aktualisiert werden muss.

Das Ziel der neuen VO ist die Schaffung eines gemeinsamen Rahmens für die systematische Erstellung europäischer Statistiken über den Tourismus, der die Erhebung, Aufbereitung, Verarbeitung und Übermittlung harmonisierter europäischer Daten über die touristische Nachfrage und das touristische Angebot durch die Mitgliedstaaten regelt. Die Ratsarbeitsgruppe Statistik beschäftigte sich im Jahr 2010 mit dem VO-Entwurf, im ersten Halbjahr 2011 unter ungarischer Präsidentschaft soll der VO-Entwurf verabschiedet werden, voraussichtliche erste Bezugsperiode (und auch Inkraftsetzung) mit dem Jahr 2012.

Die Auswirkung bzw. Relevanz für Österreich liegt einerseits in einer besseren Vergleichbarkeit der Tourismusstatistik in Europa, andererseits macht die Inkraftsetzung innerstaatlich eine Anpassung der österreichischen Tourismusstatistikverordnung an die neue EU VO notwendig, da die bisherige österreichische Tourismusstatistikverordnung auf Basis der EU RL aus dem Jahr 1995 und des Bundesstatistikgesetzes erlassen wurde.

Visabefreiung für Reisende aus Albanien und Bosnien und Herzegowina

Seit Mitte Dezember 2010 dürfen Personen aus Albanien sowie Bosnien und Herzegowina, die im Besitz eines biometrischen Reisepasses sind, visumsfrei in die EU (Schengenraum) einreisen. Die maximale Aufenthaltsdauer beträgt 90 Tage. Die EK behält sich das Recht vor, die Visumsfreiheit auszusetzen, sollten Schwierigkeiten im Personenfluss aus diesen Ländern auftreten.

In Kraft Treten Mehrwertsteuerpaket ab 2010

Ab 1. Jänner 2010 treten Neuregelungen des EU-Mehrwertsteuerpakets betreffend den Leistungsort bei Dienstleistungen (Richtlinie 2008/8/EG) sowie die Vorsteuererstattung an EU-Unternehmer (Richtlinie 2008/9/EG) in Kraft.

Grundsätzlich werden Dienstleistungen, die ein Unternehmen für ein anderes Unternehmen erbringt, dort besteuert, wo der Kunde ansässig ist. Dienstleistungen an private Verbraucher/innen werden nach dem Unternehmerortprinzip versteuert. Daneben gibt es einige Ausnahmeregelungen. Schließlich wird ein neues Verfahren für die Einforderung von MWSt-Erstattungen eingeführt, durch das die Bearbeitung beschleunigt wird. Genauere Informationen dazu finden sich auf der Webseite der Europäischen Kommission, Generaldirektion für Steuern und Zölle: http://ec.europa.eu/taxation_customs/taxation/vat/key_documents/legislation_recently_adopted/index_de.htm

Geplante Reiseerleichterung von registrierten Reisenden aus Drittstaaten

Die EK will beim Grenzmanagement im Rahmen der Initiative „Smart Borders" durch den Einsatz moderner Technologien Reiseerleichterungen für registrierte Reisende (meist frequent travellers) aus Drittstaaten erzielen, ohne dabei die hohen Standards in der europäischen Grenzsicherheit zu beeinträchtigen. Das „Smart Borders" Package inkludiert einen Vorschlag für ein Registered Traveller Programme (RTP) für eine einfachere und schnellere Grenzüberschreitung für bestimmte (frequent-travellers, pre-screened, pre-vetted) Reisende aus Drittstaaten und soll in der 2. Hälfte 2011 angenommen werden.

Schubertiade in Schwarzenberg/Vorarlberg

© Österreich Werbung

Österreich Werbung

Die Österreich Werbung

Die Österreich Werbung (ÖW) ist Österreichs nationale Tourismusorganisation. Seit 1955 verfolgt der Verein (vormals unter dem Namen „Österreichische Fremdenverkehrswerbung", seit 1989 unter „Österreich Werbung") das Hauptziel, 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.

Budget

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

Die Mitgliedsbeiträge von BMWFJ und WKÖ belaufen sich 2011 auf 32 Mio. EUR (BMWFJ: 24 Mio. EUR, WKÖ: 8 Mio. EUR), das Gesamtbudget 2011 derzeit auf rund 50 Mio. EUR.

Aktivitäten

2011 konzentriert sich die ÖW auf die Bearbeitung von Märkten in drei Regionen: Westeuropa, CEE und Übersee. Die darin bearbeiteten Märkte decken etwa 95 % aller Nächtigungen (2010: rund 124 Mio.) ab und weisen das größte Potenzial für den heimischen Tourismus auf. In allen anderen Ländern ist die ÖW erste Ansprechpartnerin für touristische Projekte.

Österreich Werbung: Weltweit

Über 230 Mitarbeiter/innen der ÖW in Wien und auf der ganzen Welt begeistern tagtäglich für Österreich!

„Sphaera" in der Festspielstadt Salzburg

Die Bandbreite der Aktivitäten reicht von klassischer Werbung für das Tourismusland Österreich über Medienkooperationen, Produktion von Themen-Prospekten, Organisation von Messen und Verkaufsplattformen bis zur Zusammenarbeit mit lokalen Reiseveranstaltern, Reisemittlern und den Schulungen für die Reisebüro- und Veranstalterbranche. Für die österreichischen Tourismusanbieter stellt die ÖW darüber hinaus maßgeschneiderte Marketingmaßnahmen abgestimmt auf ihre jeweiligen Bedürfnisse und Marktchancen zur Verfügung.

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

Zwei ausgewählte Marketinghighlights 2010

Deutschland: Österreich neu entdecken

„Österreich neu entdecken" lautete vergangenen Sommer das Motto der multimedialen Imagekampagne in Deutschland, mit der die Marke „Urlaub in Österreich" neu aufgeladen und als Ziel vor allem für den Haupturlaub attraktiver gemacht werden sollte. Kernstück des gemeinsamen Werbeauftritts der ÖW und der neun Landestourismusorganisationen, der sogenannten „Allianz der 10", waren neun „Österreicherinnen und Österreicher aus Leidenschaft", die als Botschafter ihres Bundeslandes ganz persönliche Geheimtipps verrieten. Sie erzählten, was sie glücklich macht, wie sie ihre Freizeit verbringen und wo es in ihrem Land am schönsten ist.

Umgesetzt wurde die Kampagne cross-medial: mit einem klassischen Webauftritt, im

Social Web und mit einem Print-Medienbeileger. Österreich positionierte sich damit noch stärker als bisher als zeitgemäßes Urlaubsziel, das über Plattformen wie Twitter, Facebook und Youtube auch neue Zielgruppen

anspricht. Auf www.austria.info/neu konnten Österreich-Interessierte ihre „persönlichen Reiseführer" durch Österreich kennenlernen, mit ihnen in Kontakt treten, sie auf Youtube in Videos erleben oder auf Facebook ihren Spuren folgen. Ein 44-seitiges Print-Magazin mit dem Titel „Glücks-Momente" begleitete die Web 2.0- und die klassische Online-Kampagne.

Nordamerika: „Dance Austria" – The Big Waltz @ Lincoln Center

Das Thema Walzer als Teil der österreichischen Kultur findet in Nordamerika großen Anklang. Im November 2010 wurde daher einer der schönsten Plätze New Yorks ganz in rot-weiß-rot getaucht: die Österreich Werbung Nordamerika lud die New Yorker Bevölkerung zum „Big Waltz", zum großen gemeinsamen Walzertanzen vor die berühmte „Met". Tanzbegeisterte und Österreich-Fans konnten sich online oder spontan vor Ort für den Freiluft-Walzerevent anmelden. Über 4.000 New Yorker folgten der Einladung und genossen österreichisches Kulturprogramm und „Last-Minute"-Walzerkurse, bevor es pünktlich zum Sonnenuntergang hieß „Alles Walzer!". Voller Begeisterung tanzten alle gemeinsam für 15 Minuten zu den Klängen des Donauwalzers.

„Dance Austria" – The Big Waltz @ Lincoln Center" hieß die Aktion, mit der auf neue Art und Weise Lust auf Urlaub in Österreich gemacht werden sollte. Mit „Dance Austria" hat die ÖW ein Stück Österreich mitten ins Herz von New York gebracht und dem Publikum einen Vorgeschmack gegeben, was sie in Österreich erleben können.

Kulturschwerpunkt 2011 „FESTSPIELE FÜR ALLE SINNE"

Die Zielgruppe von „Urlaub in Österreich" ist ausgesprochen kunst- und kulturinteressiert und erwartet sich von potenziellen Urlaubsländern faszinierende kulturelle Begegnungen. Diesem Interesse kommt die hohe kulturelle Kompetenz Österreichs entgegen: Über Jahrhunderte hinweg ging aus den lebendigen Einflüssen aus Zentraleuropa, Italien und dem süddeutschen Raum eine Kultur von Weltgeltung hervor. Wie kaum ein anderes Land in Europa verbindet Österreich zudem auch in der Kultur Tradition und Moderne. Und die aktuelle, pulsierende Kunst-Szene Österreichs gewinnt zunehmend an internationaler Strahlkraft. Für die Marke

© Österreich Werbung

Jazzfestival Saalfelden, Steinalm/Salzburg

„Urlaub in Österreich" ist Kultur damit ein wesentlicher Faktor für die Positionierung und Differenzierung Österreichs als Urlaubsdestination.

Bedeutung des Kulturthemas Festivals
Von den Salzburger Festspielen bis zum Jazzkonzert auf der Alm bei Saalfelden - rund 200 Festivals repräsentieren in eindrucksvoller Art und Weise die breite kulturelle Kompetenz des Tourismuslandes Österreich. Ob Festspielereignisse im Weltmaßstab oder jene kleinen, eng mit der Region verbundenen Festivals: Sie alle sind von der besonderen Geschichte des Landes geprägt, vom Wechselspiel mit der sie umgebenden Landschaft, dem Flair der Städte und den vielfältigen kulinarischen Traditionen. Und natürlich von den Menschen, die hier leben.

Entsprechend dem Kulturthema 2011 stellt die Österreich Werbung die Kulturkampagnen und -aktivitäten auf ihren Märkten unter das Motto „Festspiele für alle Sinne". Anhand von 32 Festspielen aus den Genres Musik, Tanz und Theater von Vorarlberg bis Wien werden die vielfältigen Facetten der Kunst und Kultur in Österreich potenziellen Kulturreisenden und -interessierten näher gebracht. Dabei wird nicht nur das Kulturerlebnis im engeren Sinn thematisiert. Die spannende Verbindung von Kultur, Natur und Kulinarik ist für die Zielgruppe besonders attraktiv und wird gezielt angesprochen.