

# Bericht

über die Lage der Tourismus- und  
Freizeitwirtschaft in Österreich 2016



## Impressum

Herausgeber:

Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft

Stubenring 1, 1010 Wien

Sektion Tourismus und Historische Objekte

Für den Inhalt verantwortlich:

Sektionschefin Mag. Elisabeth Udolf-Strobl

Redaktion: Claudia Priglhuber, Abteilung II/1, BMWFW

Layout: Egger & Lerch GmbH

Coverfotos: Österreich Werbung / Andre Schönherr, Peter Burgstaller (2x), Daniel Zupanc

Druck: Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft

April 2017

# Inhalt

Vorwort .....	4
<b>1. TOURISMUSPOLITIK</b>	
Tourismusausschuss des Nationalrats .....	8
Sharing Economy .....	9
Umsetzung der EU-Pauschalreise-Richtlinie .....	10
<b>2. TOURISMUSBILANZ</b>	
Der österreichische Tourismus im gesamtwirtschaftlichen Umfeld .....	12
Die Situation der österreichischen Tourismuswirtschaft .....	15
Entwicklung und Struktur der Tourismuswirtschaft .....	18
Angebotsaspekte des Beherbergungs- und Gaststättenwesens .....	22
Die Bedeutung der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Österreich .....	24
Ausblick 2017 .....	28
<b>3. ARBEITSMARKT</b>	
Der touristische Arbeitsmarkt im Überblick .....	34
Berufsorientierung im Tourismus .....	36
Aus- und Weiterbildung im Tourismus .....	38
<b>4. THEMENFELDER</b>	
Charta „Kulinarisches Österreich“ .....	40
Film & Tourismus in Österreich .....	41
3. Österreichischer Innovationspreis Tourismus 2016 .....	41
Webpräsenz .....	42
Nachhaltige Entwicklungsziele .....	42
Nachhaltige Mobilität .....	43
Vermittlung in Konfliktfällen .....	43
Die Privatvermietung in Österreich .....	44
Urlaub am Bauernhof .....	46
Reisebürobranche .....	48
<b>5. FÖRDERUNGEN</b>	
Förderungen für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft .....	50
Investitionen im Tourismus auf der Überholspur .....	52
<b>6. INTERNATIONALE BEZIEHUNGEN</b>	
Europäische Union .....	58
Makroregionale Strategien .....	58
UNWTO .....	59
OECD .....	59
Bilaterale Beziehungen .....	60
Tourismusjahr Österreich-Russland 2017 .....	60
<b>7. ÖSTERREICH WERBUNG</b>	
Die Österreich Werbung .....	62
Internationalisierung und Digitalisierung .....	63
Literaturhinweise .....	66

## Vorwort

Der österreichische Tourismus hat seine wichtige Rolle als Konjunkturstütze und Beschäftigungsmotor auch im Jahr 2016 mit Bravour erfüllt. Die Zahl der Gäste und Nächtigungen hat erneut einen Rekordwert erreicht: 41,5 Millionen Gäste entschieden sich für einen Urlaub in Österreich und haben damit erstmals fast 141 Millionen Nächtigungen generiert, was einem Plus von 4,2 Prozent entspricht. Damit haben wir das im Regierungsprogramm vereinbarte Ziel – 140 Millionen Nächtigungen bis zum Jahr 2018 – bereits 2016 erreicht.

Wichtiger als die reine Zahl der Nächtigungen sind die Umsätze – und auch diese dürften gemäß einer aktuellen WIFO-Einschätzung nominell um 4 Prozent, real um 1,7 Prozent gestiegen sein. Auch die Beschäftigung hat sich positiv entwickelt. Im Jahresdurchschnitt 2016 waren durchschnittlich 208.144 unselbstständig Beschäftigte allein in der Beherbergung und Gastronomie tätig, um 2,6 Prozent mehr als im Jahr zuvor.

### **Nahmärkte im Aufwind**

2016 war aufgrund der geopolitischen Lage ein Ausnahmejahr mit einem starken Gästeanstieg aus traditionellen Herkunftsmärkten. Österreich hat einen Ruf als sichere Reisedestination, und gerade in Krisenzeiten zählt dieser gute Ruf doppelt. Man darf aber nicht übersehen, dass neben dem guten Abschneiden bei Gästen aus Deutschland, Österreich und den Niederlanden auch deutliche Zuwächse aus CEE-Ländern wie Tschechien und Ungarn oder Fernmärkten wie China verzeichnet wurden. Die Renaissance der Nahmärkte sollte daher nicht zu einem kurzfristigen Strategiewechsel verleiten, daher bleibt die weitere Internationalisierung unser Ziel. Denn der Tourismus wächst weltweit stärker als die Gesamtwirtschaft und wird laut UNWTO bis zum Jahr 2030 weiter wachsen – von derzeit rund 1,2 Milliarden auf über 1,8 Milliarden Gäste. Von diesem globalen Trend kann ein Tourismusland wie Österreich überproportional profitieren.

Ein besonderes Augenmerk gilt der Entwicklung des russischen Markts. Nachdem es seit 2014 deutliche Rückgänge bei den Übernachtungen gab, zeichnet sich seit Oktober 2016 eine leichte Trendwende ab. Nicht zuletzt aus diesem Grund haben wir 2017 zum Tourismusjahr Österreich-Russland ausgerufen. Es bietet den idealen Rahmen, um Destinationen, Unternehmen und Expert/innen unter positiven Vorzeichen zusammenzubringen und neue Impulse zu setzen.

### **Investitionen gefördert**

Die Investitionsbereitschaft im Tourismus ist 2016 wieder deutlich gestiegen. Das bewilligte Kreditvolumen hat von rund 143 Millionen auf rund 221 Millionen Euro zugenommen, was einem Plus von 54 Prozent entspricht. Investitionen von über 660 Millionen Euro werden mitfinanziert, das ist ein Anstieg

von rund 63 Prozent. Zusätzliche Impulse setzen wir mit der KMU-Investitionszuwachsprämie, von deren Gesamtfördervolumen von 175 Millionen Euro rund 40 Millionen auf die Tourismus- und Freizeitwirtschaft entfallen. Von der Investitionszuwachsprämie für große Unternehmen werden Tourismusunternehmen voraussichtlich mit rund 10 Millionen Euro profitieren. Mit dem neuen Beschäftigungsbonus unterstützen wir zudem die Schaffung zusätzlicher Arbeitsplätze.

Die Crowdfunding-Plattform [www.we4tourism.at](http://www.we4tourism.at) soll neuen und innovativen Unternehmen die Kapitalbeschaffung erleichtern und die Verknüpfung mit konventionellen Finanzierungen und Förderungen ermöglichen. Für 2017 planen wir eine Verdoppelung des ÖHT-Haftungsrahmens für einzelbetriebliche Haftungen auf 500 Millionen Euro.



### Rahmenbedingungen verbessert

Tourismus braucht geeignete Rahmenbedingungen. In diesem Sinne haben wir zum Beispiel die familienhafte Mitarbeit erleichtert: nun können auch Eltern, Großeltern und Geschwister bei Gästespitzen den Familienbetrieb unterstützen. Mit 1. Jänner 2017 haben wir zudem durch eine Novelle des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb und des Preisauszeichnungsgesetzes für die Hoteliers mehr unternehmerische Freiheit erreicht. Sie können Preise und Konditionen auf der eigenen Homepage wieder selbst bestimmen. Der Marktmacht von Buchungsplattformen wurde Einhalt geboten, der faire Wettbewerb gestärkt. Darüber hinaus setze ich mich für eine Reform der Bestimmungen zum Arbeitnehmerschutz durch das zuständige Sozialministerium ein. Arbeitnehmerschutz ist uns allen wichtig, aber die Vorschriften dürfen nicht zum Selbstzweck werden, sondern müssen praktikabel und finanzierbar sein.

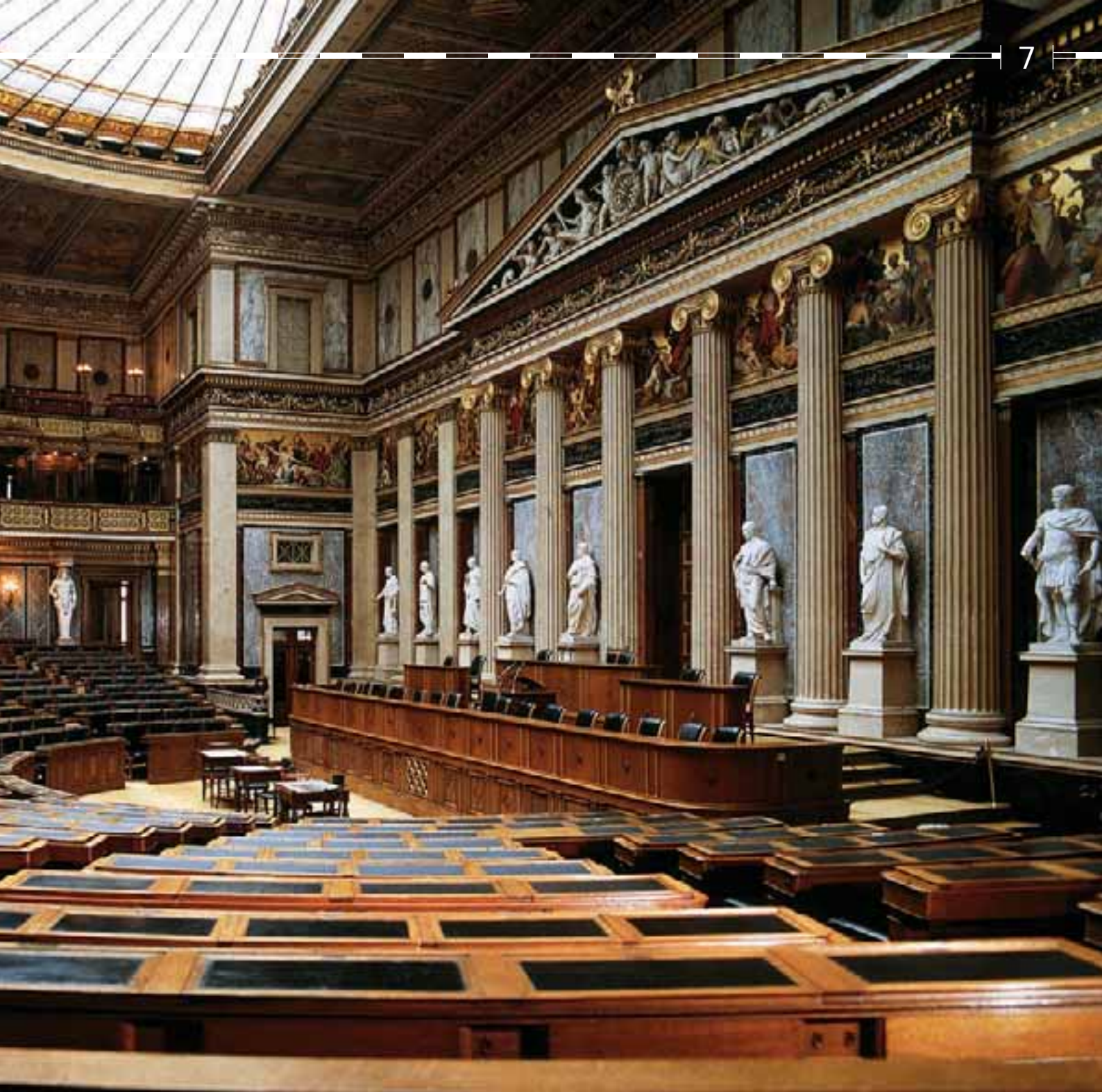
Auch wenn wir uns in den vergangenen Jahren an Gästerekorde gewöhnt haben, selbstverständlich ist diese Erfolgsgeschichte nicht. Österreich schafft es aber, seine Naturlandschaften und das kulturelle Erbe perfekt in Szene zu setzen und selbst in herausfordernden Zeiten seine Beliebtheit als Urlaubsdestination noch auszubauen. Verantwortlich dafür sind in erster Linie die Gastgeberinnen und Gastgeber in unseren Tourismusbetrieben samt ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Für ihren tagtäglichen Einsatz möchte ich mich ausdrücklich bedanken. Indem wir weiterhin alle gemeinsam am Ausbau des Angebots und der Wettbewerbsfähigkeit der Tourismusbranche arbeiten, werden wir auch die nächsten Jahre erfolgreich gestalten können.

A handwritten signature in black ink, which appears to read 'Reinhold Mitterlehner'. The signature is fluid and cursive.

Vizekanzler Dr. Reinhold Mitterlehner  
Bundesminister für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft







# 1

## TOURISMUSPOLITIK

## Tourismusausschuss des Nationalrats

Für den Tourismusbereich wurde 2006 im Nationalrat ein eigener Ausschuss eingesetzt, im Jahr 2016 tagte er dreimal.

In der Sitzung am 3. März 2016 wurden zwei Entschließungsanträge angenommen und im Plenum am 16. März 2016 beschlossen, eine Entschließung zur Nutzbarmachung des Alternativfinanzierungsgesetzes für die österreichische Tourismus- und Freizeitwirtschaft und eine Entschließung zur unbürokratischen Umsetzung der Pauschalreise-Richtlinie. Als Experten waren zwei Vertreter der Bundeswettbewerbsbehörde geladen, die Auskunft über die Prüfung der Vereinbarkeit von Bestpreisklauseln von Buchungsplattformen mit dem geltenden Wettbewerbsrecht gaben.

Am 8. Juni 2016 wurde der Bericht über die Lage der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Österreich 2015 diskutiert. Der Bericht wurde nach eingehender Debatte im Ausschuss in der Plenarsitzung des Nationalrats am 15. Juni 2016 enderledigt.

In der Ausschusssitzung am 18. Oktober 2016 wurden der/die Experte/in Dr. Petra Stolba/ÖW und Mag. Wolfgang Kleemann/ÖHT sowie Vertreter der Prodingler Tourismus Beratung zu einer Aussprache über die Entwicklung des heimischen Tourismus geladen. Weiters wurde die Regierungsvorlage „Bundesgesetz, mit dem das Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb 1984 – UWG und das Preisauszeichnungsgesetz geändert werden (1251 d.B.)“ beschlossen. Miterledigt wurde der Antrag aller Oppositionsparteien, in dem faire Spielregeln und Wettbewerbsbedingungen im Tourismusvertrieb gefordert werden.

Die Themen Mitarbeit von Familienangehörigen, leistbares Skifahren, Kooperation von Landwirtschafts- und Tourismusschulen, Österreich Werbung, Qualitätspartnerschaft für Gastronomiebetriebe, Kompetenzverteilung im Tourismus, Investitionsanreize für Tourismusbetriebe (AfA), Rücknahme

der Mehrwertsteuer-Erhöhung sowie Bürokratie-Exzesse für die Beherbergungsbranche standen 2016 ebenfalls auf der Tagesordnung des Tourismusausschusses.

Die Mitglieder des Tourismusausschusses und weitere Informationen über die Tätigkeiten des Ausschusses finden Sie auf der Homepage des Parlaments unter [www.parlament.gv.at](http://www.parlament.gv.at).

### Schriftliche parlamentarische Anfragen

2016 wurden folgende schriftliche parlamentarische Anfragen mit explizitem Tourismusbezug an den Bundesminister für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft gerichtet:

- Entwicklungen in Skigebieten
- Besucherrückgang auf Christkindlmärkten
- Zimmervermittlungsplattform
- Studie der Wirtschaftskammer über die Tourismusbranche
- Umbrüche in der Hotelbranche
- Projekte und Maßnahmen im Bereich des „e-Tourismus“
- Beitrag der ÖW zum Austria House Rio 2016
- Belastung für Almbauern durch die Registrierkassenpflicht
- bessere Vermarktung der österreichischen Nationalparks durch die Österreich Werbung
- Österreichische Hotel- und Tourismusbank und Kofinanzierungen der Bundesländer
- mehr Werbung für Urlaube in der Heimat
- Zukunft der Tourismusstrategie
- T-MONA-Urlauberbefragung
- Bedeutung US-amerikanischer Touristen für die österreichische Tourismusbranche
- Innovationsmillion für Leuchtturmprojekte im Tourismus
- Auswirkungen der diesjährigen Terroranschläge auf die Spitzenhotellerie
- zukünftige Pläne für österreichische Skigebiete

Die Antworten sind auf der Homepage des Parlaments unter [www.parlament.gv.at](http://www.parlament.gv.at) nachzulesen.







### Gesetz stärkt unternehmerische Freiheit der Hoteliers

Mit der Novelle zum Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb 1984 (UWG) und dem Preisauszeichnungsgesetz, die mit 31. Dezember 2016 in Kraft getreten sind, wird dem faktischen Ungleichgewicht von Betreiber/innen einer Buchungs- oder Vergleichsplattform und Beherbergungsunternehmen entgegengewirkt. Es steht Hoteliers nunmehr frei, welchen Preis und welche Sonderkonditionen sie abseits der Plattformen anbieten – Bestpreisklauseln gehören der Vergangenheit an.

Mit der Gesetzesnovelle wird die bedeutende Rolle der Plattformen nicht in Frage gestellt, sondern nur die Vertragsautonomie sichergestellt. Um die Auswirkungen dieser Novelle und neue Trends beurteilen und die Vorschriften gegebenenfalls anpassen zu können, wird 2020 eine Evaluierung durchgeführt werden.

In Deutschland hat das Bundeskartellamt jegliche Bestpreisklauseln untersagt, Frankreich hat einschränkende Bestimmungen mit einem Gesetz (Loi Macron) untersagt. Auch Italien behandelt einen

entsprechenden Gesetzesvorschlag im Senat. Die Wettbewerbsbehörden einiger EU-Mitgliedstaaten beteiligen sich an einem von der Europäischen Kommission koordinierten Monitoringprozess. 📍

## Sharing Economy

Plattformen wie Airbnb professionalisieren die Vermittlung von Privatunterkünften und sprechen neue Zielgruppen an – durchaus eine erfreuliche Entwicklung für den Tourismusstandort Österreich. Der Professionalisierung der privaten „Zimmervermietung“ stehen aber die gewerblichen Anbieter/innen mit zahlreichen gesetzlichen Vorschriften, Auflagen und Prüfpflichten gegenüber, und hier gilt es, Wettbewerbsverzerrungen zu verhindern. Auf verschiedenen Ebenen – Gemeinden, Länder, Bund, EU – gibt es daher Initiativen, um fairen Wettbewerb zu gewährleisten oder wiederherzustellen.

Durch eine Änderung des Wiener Tourismusförderungsgesetzes (WTFG) werden


Unterkunft-Anbieter/innen z. B. künftig verpflichtet, jede einzelne Unterkunftseinheit zu melden. Web-Plattformen müssen sowohl Kontaktdaten der Anbieter/innen als auch Adressen sämtlicher vermieteter Einheiten an die Stadt melden.

Auch andere Bundesländer werden tätig, erhöhen die Kontrollen, informieren verstärkt über bestehende Rechts- und Steuervorschriften oder diskutieren gesetzliche Regelungen.

Seitens des BMF gibt es intensive Kontakte mit zuständigen ausländischen, oftmals irischen Behörden. Dabei geht es um internationalen Informations- und Datenaustausch, eine Lösung ist noch nicht absehbar.

Auf EU-Ebene werden seit Februar 2017 die Auswirkungen der „collaborative economy“ auf die Beherbergung in einer Workshop-Reihe diskutiert. Die UNWTO, die von „private tourism services through digital platforms“ statt von „collaborative“ oder „sharing“ economy spricht, führt eine Umfrage durch.

Reiseleistungen, wobei die Autovermietung nun neben der Unterkunft und Beförderung eine eigenständige Kategorie von Reiseleistungen darstellt. Weiters wurde durch die Richtlinie eine 25%-Grenze für „andere touristische Leistungen“ (z. B. Eintrittskarten für Konzerte, Skipässe, Wellnessbehandlungen) eingeführt. Auch der Abschluss von separaten Verträgen mit einzelnen Erbringern von Reiseleistungen sowie Click-through-Buchungen können in verschiedenen Konstellationen eine Pauschalreise begründen. Zusätzlich wurden die Informationspflichten erweitert und der „Ersatz für entgangene Urlaubsfreude“ bei erheblicher Vertragswidrigkeit im ErwGr 34 festgeschrieben.

In Österreich wird die neue Pauschalreise-Richtlinie in einem eigenen Gesetz – dem Pauschalreisegesetz (PRG) – umgesetzt. Die neuen Regelungen zum Insolvenzschutz werden – wie schon zuvor – im Gewerberecht umgesetzt werden. 

## Umsetzung der EU-Pauschal- reise-Richtlinie





Die Richtlinie (EU) 2015/2302 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. November 2015 über Pauschalreisen und verbundene Reiseleistungen ist bis 1. Jänner 2018 in nationales Recht umzusetzen und ab 1. Juli 2018 anzuwenden.

Die bisherige Pauschalreise-Richtlinie 90/314/EWG des Rates vom 13. Juni 1990, welche in Österreich weitgehend in den §§ 31b bis 31f KSchG umgesetzt wurde, wird mit Anwendbarkeit der Pauschalreise-Richtlinie (EU) 2015/2302 außer Kraft treten.

Mit der neuen Richtlinie wurde der Anwendungsbereich der „Pauschalreise“ erweitert: Die Pauschalreise ist eine Kombination aus zwei verschiedenen Arten von

### INFORMATIONSPFLICHTEN VOR ABSCHLUSS EINER PAUSCHALREISE

Vor Abschluss einer Pauschalreise muss im Regelfall jeder Reisende über folgende Informationen verfügen:

- Bestimmungsort, Reiseroute und Aufenthaltsdauer
- Transportmittel, Ort, Tag und Zeit der Abreise und Rückreise
- Lage, Hauptmerkmale und Einstufung der Unterbringung
- Mahlzeiten
- Besichtigungen, Ausflüge oder sonstige Leistungen
- Einzel- oder Gruppenreise 
- Sprache, in der diese Leistungen erbracht werden 
- Eignung für Personen mit eingeschränkter Mobilität 
- Anschrift des Reiseveranstalters mit Telefonnummer und E-Mail-Adresse
- Gesamtpreis der Pauschalreise einschließlich Steuern und Gebühren
- Zahlungsmodalitäten inkl. Anzahlung
- erforderliche Mindestteilnehmerzahl mit Angabe der Rücktrittsfrist
- Pass- und Visumerfordernisse des Bestimmungslands
- Rücktrittsmodalitäten und -gebühr 
- Versicherungsmöglichkeiten

## 2

## TOURISMUSBILANZ



## Der österreichische Tourismus im gesamtwirtschaftlichen Umfeld

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

Die stabile Entwicklung der Weltwirtschaft im 1. Halbjahr 2016 setzte sich im III. und IV. Quartal weiter fort (Glocker, 2017). Die Erholung wurde von den asiatischen Schwellenländern und den großen rohstoffexportierenden Ländern getragen. Unter den hochentwickelten Industrieländern hat sich in der zweiten Jahreshälfte 2016 vor allem in den USA die Konjunktur deutlich belebt.

Obwohl sich weltweit das Konjunkturbild verbesserte, bleibt das globale Wachstum relativ niedrig, um eine nachhaltige Verbesserung der mittelfristigen Zukunftserwartungen zu bewirken. Seit etwa fünf Jahren lag das globale Wachstum deutlich unter den Trendwerten und stieg kaum über +3% (OECD, 2016). Die permanente Wachstumsschwäche hat auch die Zukunftserwartungen und die Ausgabenbereitschaft geschwächt, der globale Handel sendet kaum noch konjunkturstimulierende Impulse aus. Die Investitionsneigung erreicht ein nur unbefriedigendes Ausmaß, was die Entwicklung der Arbeitsproduktivität hemmt.

Die wirtschaftliche Entwicklung ist von zahlreichen Unsicherheitsfaktoren gekennzeichnet. 2016 war für die europäische Wirtschaft ein schwieriges Jahr mit vielen Herausforderungen (EC, 2017). Neben dem langsamen Wachstum des Welthandels, geopolitischen Spannungen, Terrorattacken und Bankenproblemen sind dabei auch die Entscheidung des Vereinigten Königreichs für einen EU-Austritt sowie das Ergebnis der Präsidentenwahl in den USA zu nennen. Diese Faktoren haben die Unsicherheit in Europa stark erhöht: Der Index für die wirtschaftliche und politische Unsicher-

heit stieg im Zeitraum Dezember 2015 bis Dezember 2016 von 147,4 auf 288,6 und hat sich damit in nur einem Jahr nahezu verdoppelt ([www.PolicyUncertainty.com](http://www.PolicyUncertainty.com); Baker – Bloom – Davis, 2016).

Vor diesem Hintergrund entwickelten sich die europäische Wirtschaft und der Euro-Raum relativ stabil: Die zweite Jahreshälfte 2016 zeigte für den Euro-Raum eine zwar nur leichte, aber stetige Wachstumsbeschleunigung. Nach +0,3% im II. Quartal 2016 expandierte das BIP im III. Quartal um 0,4% und im IV. Quartal um 0,5% (jeweils gegenüber dem Vorquartal; EC, 2017). Zurzeit gehen Expert/innen davon aus, dass das Wachstum auch 2017 weiter anhält (EC, 2017).

Die stabile Entwicklung der europäischen Wirtschaft wurde zum Teil durch den relativ niedrigen Ölpreis, die Euro-Abwertung und eine flexible Geldpolitik unterstützt. Weiters wirkte sich die positive Entwicklung des privaten Konsums deutlich auf das Wirtschaftswachstum aus. Die steigende private Konsumnachfrage reflektiert die Verbesserung der Realeinkommen und die Stabilität der Sparquote. Der Index des Konsumentenvertrauens für den Euro-Raum zeigte im Jahresverlauf 2016 eine stabile Entwicklung, wobei gegen Jahresende eine leichte Aufwärtsbewegung eintrat. Enttäuschend verhielt sich die Investitionsneigung. Die anhaltende Investitionsschwäche setzt die Nachhaltigkeit der konjunkturellen Erholung in ein kritisches Licht.

*Private Konsumnachfrage stützt wirtschaftliche Entwicklung in Europa*







Ähnlich wie im Euro-Raum verstärkte sich auch in Österreich das Wachstum im 2. Halbjahr 2016. Die wirtschaftliche Erholung wurde von der Binnennachfrage getragen, wobei insbesondere von der privaten Konsumnachfrage kräftige Impulse ausgingen, ebenso trugen die öffentlichen Konsumausgaben zum Wachstum bei. Im Gegensatz zur Entwicklung im Euro-Raum belebten sich die Investitionen, wobei sich das Wachstum im IV. Quartal 2016 abschwächte.

Im Jahr 2016 verringerte sich die Zunahme der internationalen Touristenankünfte geringfügig, wofür das schwierige internationale Umfeld, aber auch die Wachstumsabschwächung in Europa verantwortlich war. Nach +4,6% im Jahr 2015 wuchs der Welttourismus 2016 nur mehr mit +3,9% (UNWTO, 2017). Deutlich stärker schwächte sich das Wachstum in Europa ab – hier fiel die Wachstumsrate von +4,7% (2015) auf +2,0% (2016).

2016 reisten 1,24 Mrd. Tourist/innen grenzüberschreitend, was gegenüber 2015 einen absoluten Zuwachs um 46 Mio. an internationalen Touristenankünften bedeutete; für Europa beliefen sich die relevanten Vergleichszahlen auf 607,5 Mio. (2015) und 619,7 Mio. (2016; +12,2 Mio.) an internationalen Touristenankünften (siehe auch Abb. 1; UNWTO, 2017).

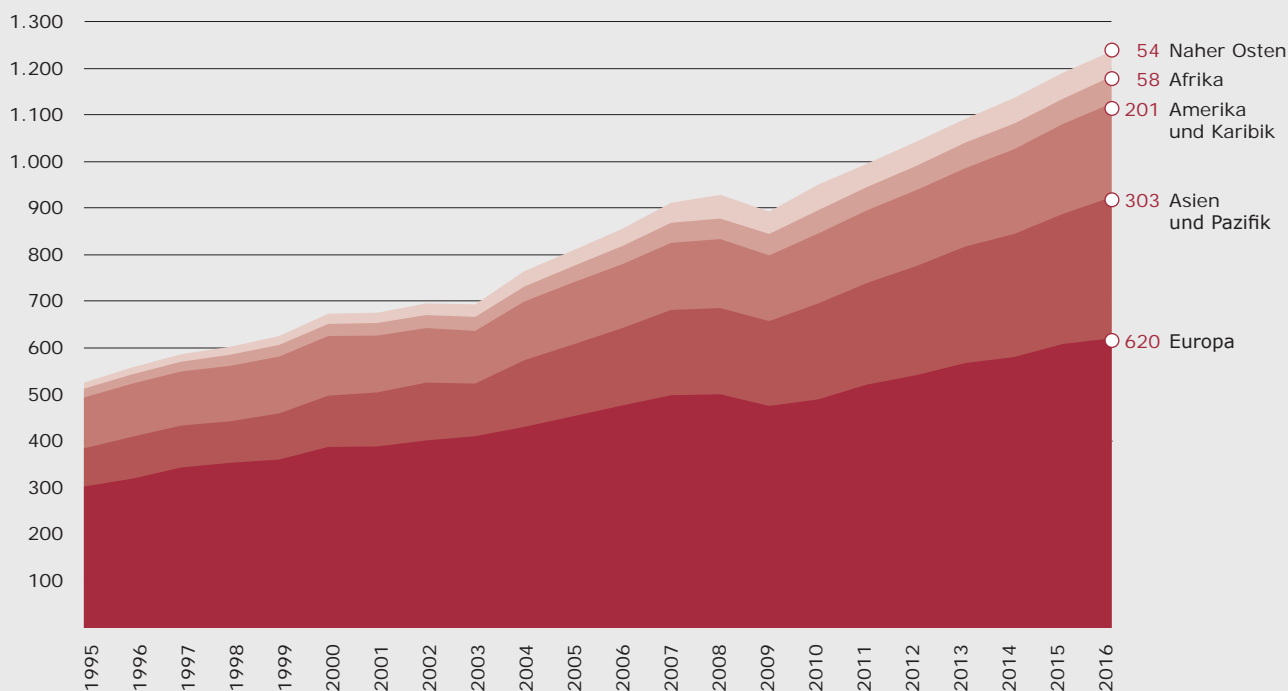
Von den wichtigen Länderblöcken wuchsen Asien und der Pazifische Raum mit

+8,4% sowie Afrika mit +8,1% am stärksten, gefolgt von Nord-, Mittel- und Südamerika (einschließlich Karibik +4,3%). Die internationalen Touristenankünfte im Nahen Osten waren mit 4,1% rückläufig.

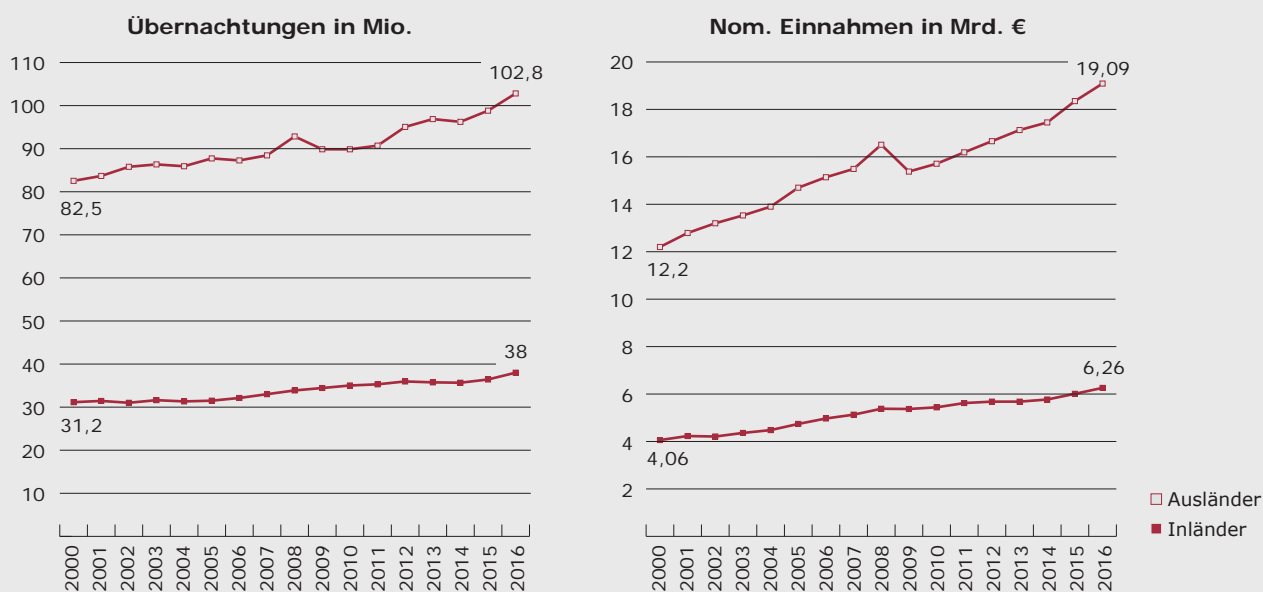
Der internationale Tourismus wuchs 2016 auf Basis der Ankünfte und der realen Tourismusexporte (+2,6%) deutlich kräftiger als der Welthandel (real +1,7%). Längerfristig betrachtet zeigt sich, dass der Welthandel im Zeitraum 1990 bis 2010 deutlich stärker als der internationale Tourismus wuchs (mit durchschnittlich +6,5% versus +2,8% pro Jahr), danach kehrten sich jedoch die Entwicklungsmuster um, sodass das preisbereinigte Wachstum des Welthandels (Ø 2010/2016 +3,0% p. a.) deutlich hinter der internationalen Tourismusentwicklung zurückblieb: So expandierten die realen Welttourismusexporte mit durchschnittlich +5,3% pro Jahr; die internationalen Touristenankünfte erfuhren ebenso eine Wachstumsbeschleunigung von jährlich +3,9% (Ø 1990/2010) auf +4,5% p. a. (Ø 2010/2016). Offensichtlich haben zunehmende protektionistische Maßnahmen sowie die Rückverlagerung ausländischer Produktionsstätten in ihre ursprünglichen Heimatländer die Entwicklung des Welthandels maßgeblich gedämpft. 📍

*Mittelfristiges Wachstum im Welttourismus deutlich höher als im Welthandel*

Dieser Beitrag wurde Mitte Februar 2017 fertiggestellt, dies erklärt etwaige Abweichungen

**ABBILDUNG 1****Entwicklung der internationalen Touristenankünfte nach Welt-Subregionen, 1995–2016 in Mio.**

Quelle: UNWTO Tourism Barometer 1/2016.

**ABBILDUNG 2****Entwicklung der Übernachtungen und Einnahmen im österreichischen Tourismus, 2000–2016**

Quelle: Statistik Austria, OeNB, WIFO, WDS – WIFO-Daten-System, Macrobond. Übernachtungen 2016: vorläufige Werte.  
Einnahmen: einschließlich des internationalen Personentransportes; 2016: Schätzung.

## Die Situation der österreichischen Tourismuswirtschaft

Die Übernachtungen im Österreich-Tourismus wuchsen 2016 mit +4,1 % überraschend kräftig und überstiegen damit den langfristigen Trendwert seit der Jahrtausendwende ( $\bar{x}$  2000/2016 +1,3 % p. a.; Abb. 2; Detaildaten siehe Tabelle A1 im Anhang). Das Nächtigungsvolumen erreichte insgesamt 140,8 Mio. und liegt damit um knapp 5,6 Mio. über dem bisherigen Rekordwert des Jahres 2015. In der Sommersaison 2016 (Mai bis Oktober) wuchs die Nächtigungsnachfrage mit +5,1 % deutlich stärker als im Winterhalbjahr (November 2015 bis April 2016 +4,0 %), die rückläufige Aufenthaltsdauer kam dabei im Sommer mit 3,2 Nächten erstmals seit 2003 zum Stillstand, während sie im Winter nach den beiden Saisons davor weiter abnahm und nun bei 3,7 Nächten liegt.

Das Nächtigungswachstum 2016 in Österreich lag nicht nur deutlich über dem langfristigen jährlichen Durchschnitt seit 2000, sondern überstieg – entgegen der bisherigen Entwicklung – auch die Dynamik der gesamten EU-28 und erreichte in der Sommersaison einen wesentlich höheren Wert als der österreichische Städtetourismus (dies trifft insbesondere auf den Vergleich mit Wien zu, das seit 2003 deutliche Wachstumsvorsprünge generieren konnte). In der Wintersaison 2015/16 überstieg das Wachstum im Städtetourismus noch knapp die bundesweite Entwicklung, wobei der Vor-

sprung Wiens im Vergleich zum Durchschnitt der Landeshauptstädte deutlicher als im Sommer ausfiel. Für die Erklärung der Wachstumsdifferenz zwischen dem Österreich-Tourismus und der internationalen Entwicklung sowie dem Städtetourismus spielen in erster Linie folgende Faktoren eine Rolle:

Die im Vergleich zum internationalen und Städtetourismus stärkere Dynamik im österreichischen Tourismus kann zum Teil als Aufholeffekt interpretiert werden (Konjunktureffekte spielten 2016 sowohl im Städte- als auch im Gesamttourismus kaum eine Rolle). Eine Ursache für das stärkere Wachstum des heimischen Tourismus ist, dass sich Österreich durch die in den letzten beiden Jahren anhaltende, relativ stabile Sommerwetterlage (Klimawandel!) als attraktive Sommerdestination reetablieren und damit auch wieder Marktanteile gewinnen konnte. Im internationalen Vergleich zeigte sich auch, dass der Österreich-Tourismus auf Basis der Übernachtungen ausländischer Gäste um etwa 2 Prozentpunkte rascher wuchs als in der EU-28. Dies wurde auch dadurch reflektiert, dass sich in Österreich 2016 der negative Trend einer verkürzten Aufenthaltsdauer deutlich verringerte (Abb. 4).

Eine andere Ursache für eine generell stärkere Nachfrage nach nicht-städtischen Aufenthalten könnte auch darauf zurückzuführen sein, dass die Vielzahl an Terroranschlägen in den letzten beiden Jahren die Tourist/innen dazu bewog, Reisen in urbane Ballungszentren zu vermeiden und eher Autodestinationen in ruralen Gebieten zu bevorzugen. Die internationalen Städtedaten sowie auch die touristischen Gesamtdaten auf Basis von TourMIS liegen zur Zeit nur lückenhaft vor, lassen aber den Schluss zu, dass in Europa (insbesondere in Westeuropa) der Tourismus in den Städten langsamer wuchs als in den übrigen Gebieten. Weiters zeigte sich auch, dass sich die interkontinentale Nachfrage – vermutlich ebenfalls aus Sicherheitsgründen – vom terrorgefährdeten Europa zum Teil abgewandt hat und asiatische Destinationen bevorzugt wurden (vor allem von den Märkten im arabischen Raum). So konnte auch der Städtetourismus anders als bisher weniger Nachfrage aus den Fernmärkten anlocken, wogegen diese Entwicklung eine geringere Bedeutung im Gesamttourismus bzw. bei Reisen in nicht-städtische Gebiete hatte, da hier im Allgemeinen die Nahmärkte eine stärkere Rolle spielen.

*Die Übernachtungen im Österreich-Tourismus wuchsen 2016 mit +4,1 % überraschend kräftig*

Im Gegensatz zum Nächtigungswachstum war die Entwicklung der Tourismuseinnahmen 2016 weniger befriedigend: Konnte nominell eine ähnliche Steigerung wie für die mengenmäßige Nachfrage realisiert werden (+4,0%; Abb. 2), blieben die preisbereinigten Umsätze mit +1,7% zurück (Tabelle A1).

Die Wachstumsdifferenz zwischen den realen Tourismuseinnahmen und der Nächtigungsentwicklung ist vorsichtig zu interpretieren. Einerseits lässt sich der Wachstumsrückstand auf eine im Allgemeinen qualitative Verminderung der realisierten Tourismusnachfrage zurückführen. Dies ist zum Teil dadurch bedingt, dass die Konsument/innen aus Ersparnisgründen billigere Reiseformen sowie -komponenten bevorzugen. Dabei spielen kostengünstigere Packages sowie der Preis-/Qualitätsdruck durch die Transparenz des Internets eine wichtige Rolle, wobei die ständig wachsende Zahl der Internetnutzer/innen einen weiteren preis- bzw. qualitätsdämpfenden

strukturellen Faktor darstellt. Andererseits muss auch berücksichtigt werden, dass in den hier erfassten Umsätzen auch Ausgaben enthalten sind, die nicht mit Übernachtungen in entgeltlichen Unterkünften zusammenhängen, sodass erhebliche Verzerrungen möglich sind.

Im internationalen Vergleich konnte Österreich 2016 sowohl nominell als auch real seinen Marktanteil an den Tourismusexporten der EU-28 etwas ausweiten, wobei jedoch die seit der Jahrtausendwende vorherrschenden niedrigen Niveaus (etwa 5% bis 5,5%) nicht mehr signifikant angehoben werden konnten (Abb. 3). Ein seit 2000 deutlich stärkeres Gewicht wiesen aktuell Schweden, Kroatien, Portugal, Spanien, Deutschland, Belgien-Luxemburg, die Slowakei, Bulgarien und Rumänien auf (Zugewinne von insgesamt 1,5 bis 0,3 Prozentpunkten), Marktanteile eingebüßt haben hingegen Frankreich, Italien, Griechenland und Ungarn (im Ausmaß von -4,9 bis -0,3 Prozentpunkten; Abb. 3). 📍

### ABBILDUNG 3

#### Einnahmenmarktanteil im internationalen europäischen Tourismus

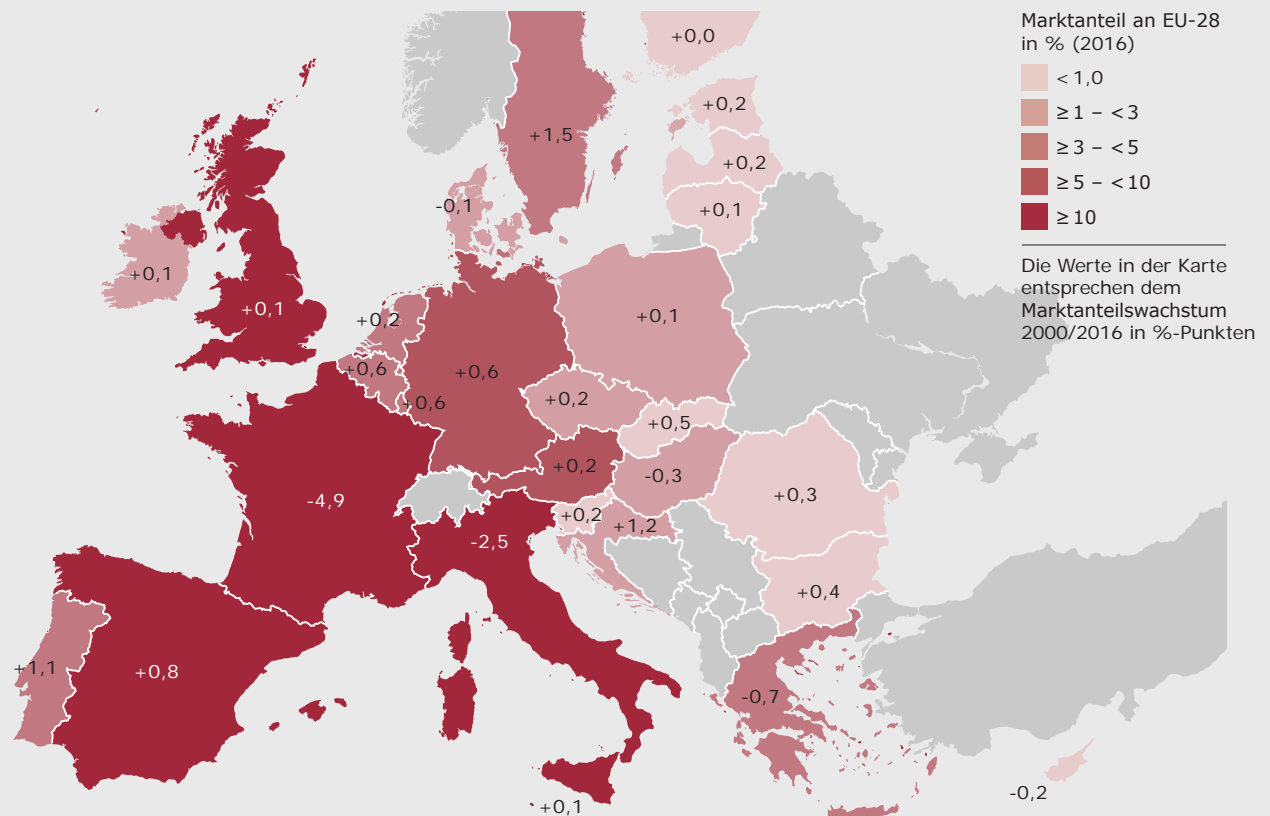
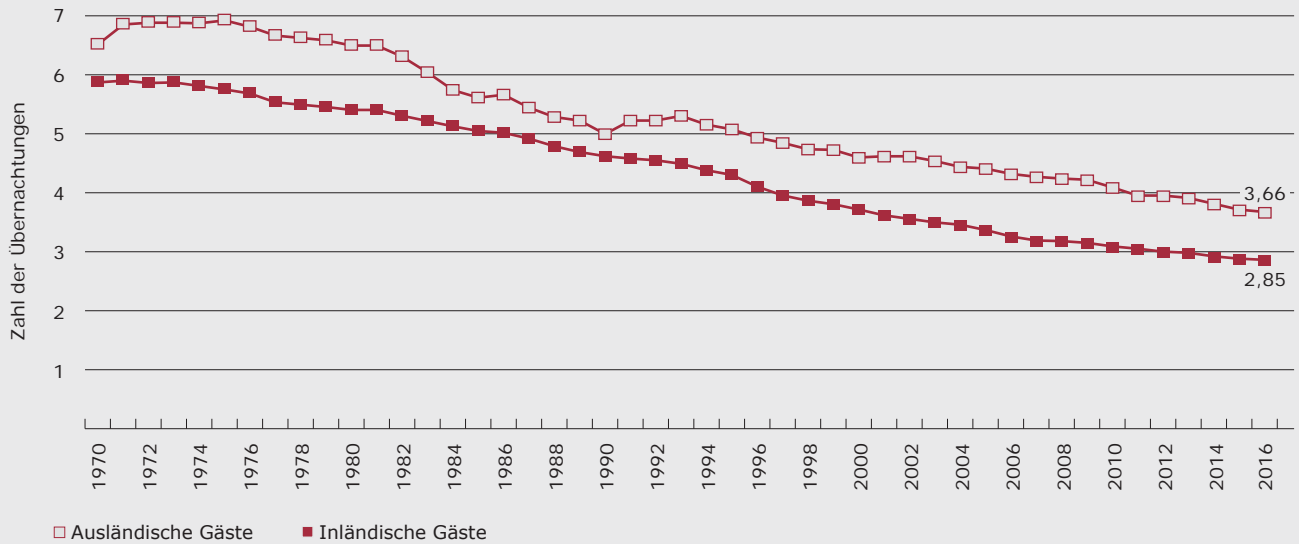




ABBILDUNG 4

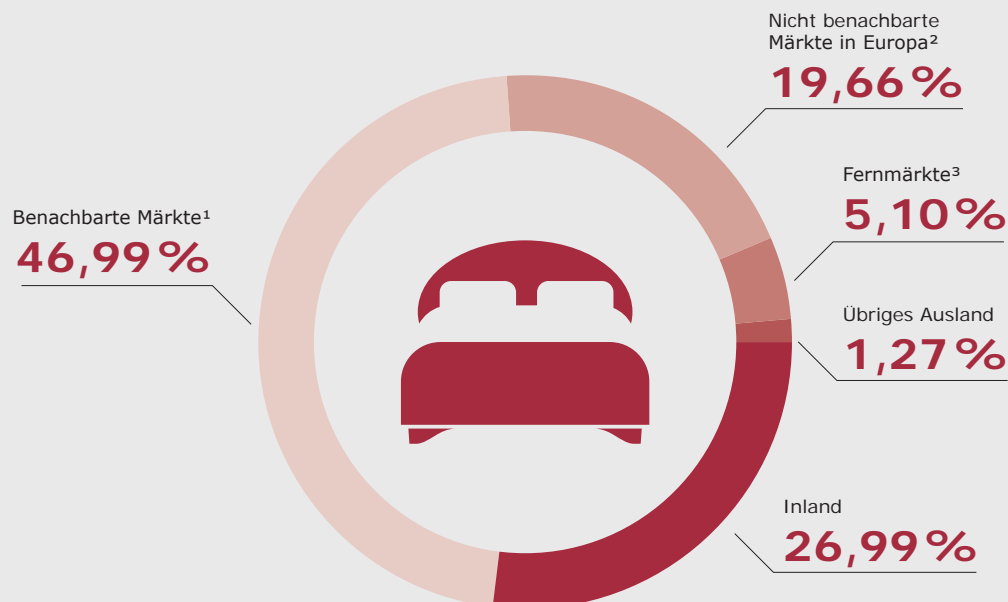
Entwicklung der Aufenthaltsdauer von in- und ausländischen Gästen in Österreich seit 1970



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

ABBILDUNG 5

Struktur der Übernachtungen in Österreich nach der Entfernung der Herkunftsmärkte, 2016



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

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

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

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

## Entwicklung und Struktur der Tourismuswirtschaft

### Aufenthaltsdauer und Unterkunft

Die Zahl der Übernachtungen in entgeltlichen Beherbergungsbetrieben lag 2016 mit 140,83 Mio. um 4,1 % über dem bisherigen Rekordjahr 2015 (Inländer/innen +4,3 %; Ausländer/innen +4,0 %). Gleichzeitig expandierten die Ankünfte um 5,1 %, was zu einer Aufenthaltsdauer pro Unterkunft von 3,4 Nächtingungen – ähnlich 2015 – führte. 1991 lag dieser Wert noch bei 5,1, womit über die letzten 25 Jahre ein jährlicher Rückgang von durchschnittlich 1,6 % zu beobachten war. Die Verweildauer ausländischer Tourist/innen lag mit 3,7 Nächtingungen um knapp eine Nacht über jener inländischer Gäste (2,8; Abb. 4). Von den internationalen Gästen verweilten 2016 jene aus den Niederlanden (5,1 Nächte), Belgien (5,0) und Luxemburg (4,8) am längsten in Österreich. Tourist/innen aus weit entfernten Herkunftsmärkten wiesen tendenziell die niedrigsten Werte auf (China und Taiwan je 1,4 Nächte; Südkorea 1,5; Japan 2,0). Nachdem Reisende aus Fernmärkten im Rahmen ihres Aufenthalts meist mehrere Destinationen

besuchen, sind diese Unterschiede nicht weiter bemerkenswert. Von den europäischen Herkunftsländern verweilten spanische Besucher/innen mit 2,3 Nächten am kürzesten.

In privaten Unterkünften (Privatquartiere, private Ferienwohnungen) lag die durchschnittliche Aufenthaltsdauer

2016 bei 5,2 Nächten (–2,4 % gegenüber 2015), in gewerblichen (restliche Unterkünfte) dagegen nur bei 3,2 (–0,8 %).

Neben dem langjährig zu beobachtenden Trend hin zu kürzeren Reisen lässt die Nächtingungsstatistik jedoch keinen Rückschluss über einen Trend zu häufigerem Quartier-

wechsel innerhalb einer Reise zu, was die rückläufige Aufenthaltsdauer erklären könnte. Eine für eine bestimmte Unterkunftsart gemessene Veränderung der Verweildauer darf dennoch nicht mit jener im selben Ausmaß veränderten Aufenthaltsdauer pro Reise gleichgesetzt werden.

Gleichzeitig ist auch die Tendenz zur Wahl höherwertiger Quartiere festzustellen: Seit 1991 stieg die Nächtingungsnachfrage in 5/4-Stern-Betrieben pro Jahr im Schnitt um 3,1 %, während sie im 2/1-Stern-Segment um 3,5 % zurückging. Die Marktanteile innerhalb der Hotelkategorien verlagerten sich somit in den letzten 25 Jahren von den günstigen 2/1-Stern-Betrieben (1991 33,5 %; 2016 12,1 %) zum Top-Segment (von 30,0 % auf 56,4 %).

### Übernachtungen nach Entfernung der Herkunftsmärkte

Der Nächtingungszuwachs 2016 von insgesamt 4,1 % wurde überdurchschnittlich stark durch Gäste aus dem Inland und den Nachbarländern (+4,6 %) generiert. Die Nachfrage nicht benachbarter Herkunftsmärkte entwickelte sich etwas weniger dynamisch (+3,8 %), wobei hier unter den nächtingungsstärksten Märkten Schweden (+10,2 %), Rumänien (+5,4 %), Belgien und Luxemburg (+5,2 %), Spanien (+5,2 %), China (+4,7 %) sowie Dänemark (+4,4 %) die größten relativen Zuwächse erzielten. Mittelfristig ist eine mäßige Tendenz zu einer verstärkten Internationalisierung zu beobachten: Sowohl die Nachfrage nicht benachbarter Herkunftsmärkte als auch jene aus Österreich und den Nachbarländern nahm 2010/2016 im Durchschnitt um jeweils 2,0 % pro Jahr zu. In der Periode davor (2005/2010) war eine insgesamt geringere Dynamik (+0,9 % p. a.) zugunsten des Inlands und der umgebenden

*Je weiter die Anreise,  
desto kürzer die  
Verweildauer in der  
Unterkunft*




*Touristische  
Nahmärkte treiben  
positive Nächtigungs-  
entwicklung an*

Länder (+1,8 % p. a.) zu verzeichnen (nicht benachbarte Herkunftsmärkte (+0,2 % p. a.; Abb. 5 und Tabelle A3).

### Regionale Entwicklungen

2016 schwächte sich in Österreich der Trend zu Nächtigungen in dicht besiedeltem Gebiet („Degree of urbanization – densely-populated areas“: Wien, Graz, Linz, Salzburg, Innsbruck, Klagenfurt) mit einer unterdurchschnittlichen Zunahme von 4,0 % gegenüber 2015 leicht ab. In den touristisch bedeutenderen ländlichen Gebieten wurden hingegen um 4,4 % mehr Nächtigungen verzeichnet. Über die letzten 15 Jahre war die Entwicklung jedoch im städtischen Bereich dynamischer (+4,0 % p. a.), während der Nächtigungstourismus im dünn besiedelten Großteil Österreichs („thinly-populated areas“: 82 % der Gemeinden) nur mit durchschnittlich +1,0 % pro Jahr wuchs (2001/2016; Österreich insgesamt +1,4 % p. a.). Auf Bundesländerebene waren 2016 überdurch-

schnittlich kräftige Steigerungen – und damit Marktanteilsgewinne – im Burgenland (+5,8 %), der Steiermark (+5,3 %), Salzburg (+5,2 %), Kärnten (+4,6 %), Vorarlberg (+4,3 %) und Wien (+4,4 %) zu beobachten (Abb. 6). Seit 2000 konnte die Bundeshauptstadt Wien mit einem jährlichen Nächtigungsplus von 4,2 % ihren österreichweiten Marktanteil (MA) um 3,8 Prozentpunkte (PP) auf 10,62 % steigern, während Kärnten (MA 9,04 %; –2,2 PP) und Tirol (MA 33,33 %; –1,9 PP) im selben Zeitraum an Gewicht verloren (Abb. 7).

Daneben zeigte eine Analyse auf der tiefer gegliederten Datenbasis nach Tourismusregionen für die Periode 2000/2016 folgende jährlichen Zuwächse für die wichtigsten Regionen (Wien unberücksichtigt): Salzburger Sportwelt +1,9 %; Ötztal Tourismus +1,5 %; Schladming-Dachstein +2,0 %; Nationalpark Hohe Tauern +2,1 %; Innsbruck und seine Feriendörfer +1,2 % (Abb. 8 und Tabelle A2). 

# **ABBILDUNG 6**

**Nächtigungsentwicklung in den österreichischen Bundesländern,  
jährliche Veränderung ø 2000/2015 und 2016 in %**

Durchschnittliche jährliche  
Wachstumsrate 2000/2015 in %

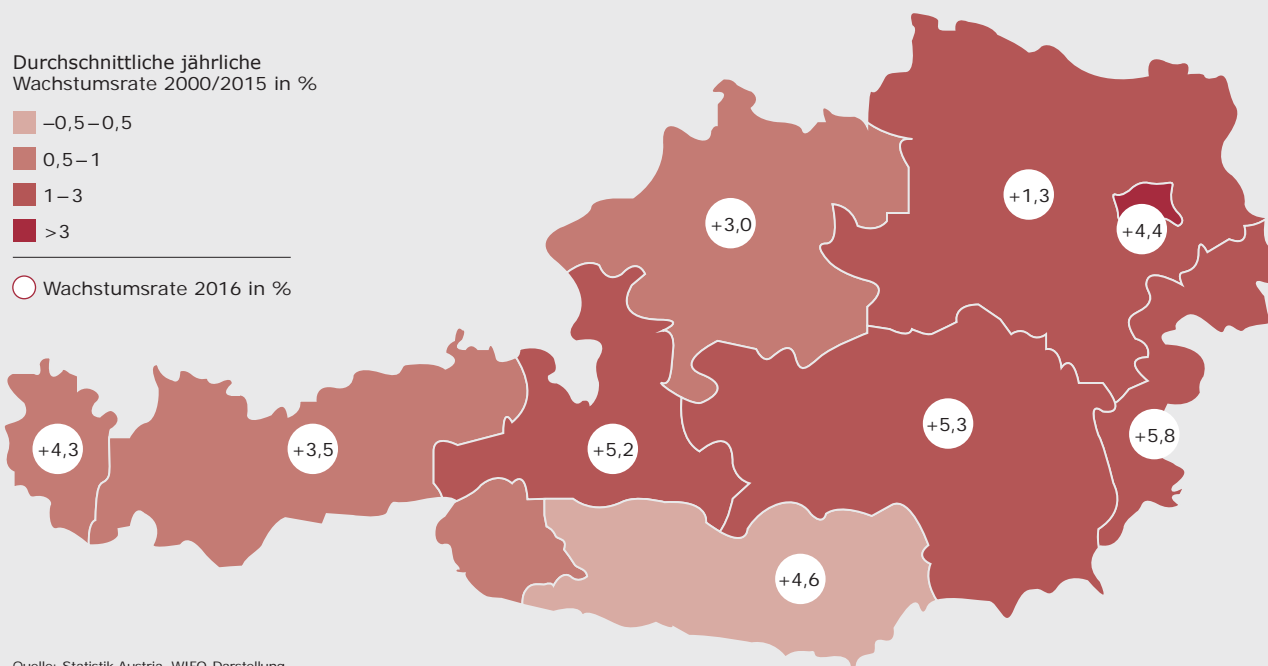
–0,5–0,5

0,5–1

1–3

>3

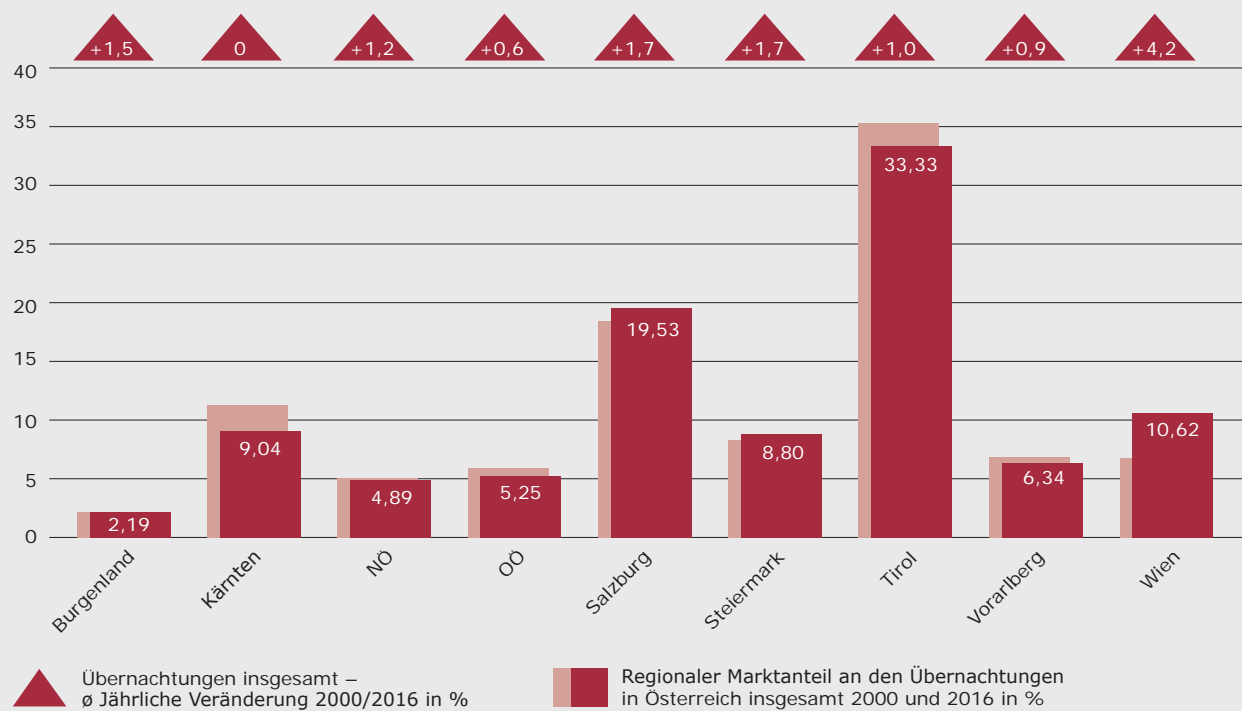
○ Wachstumsrate 2016 in %



Quelle: Statistik Austria, WIFO-Darstellung

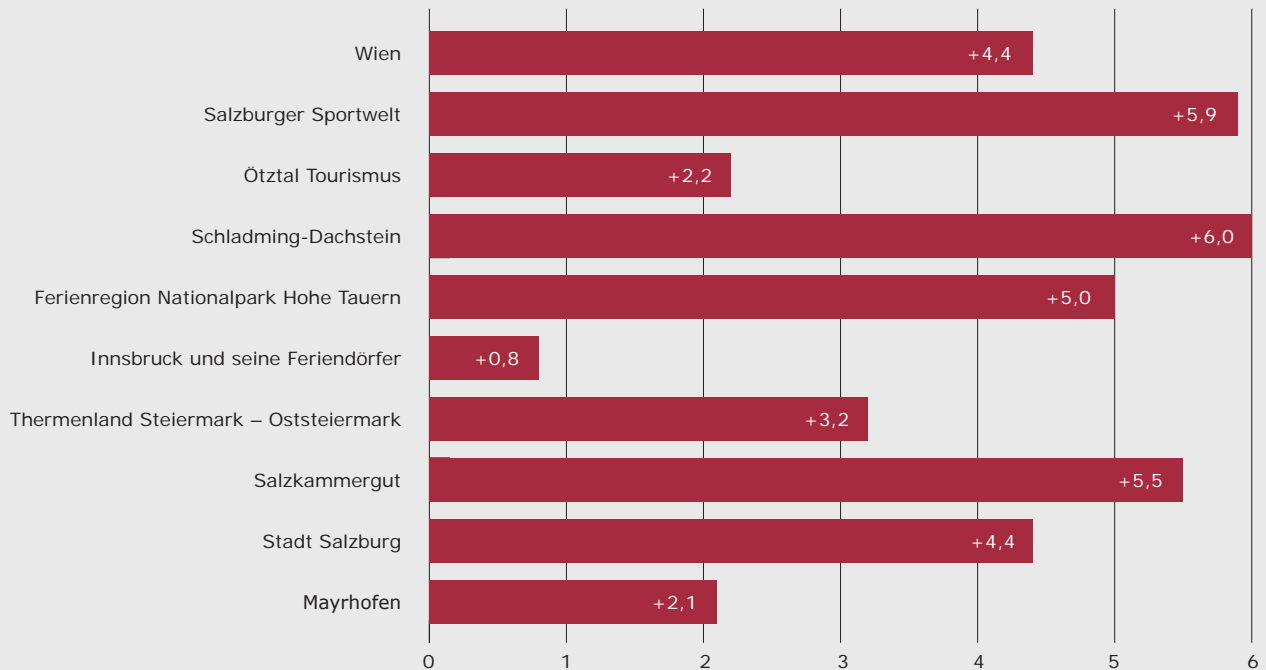
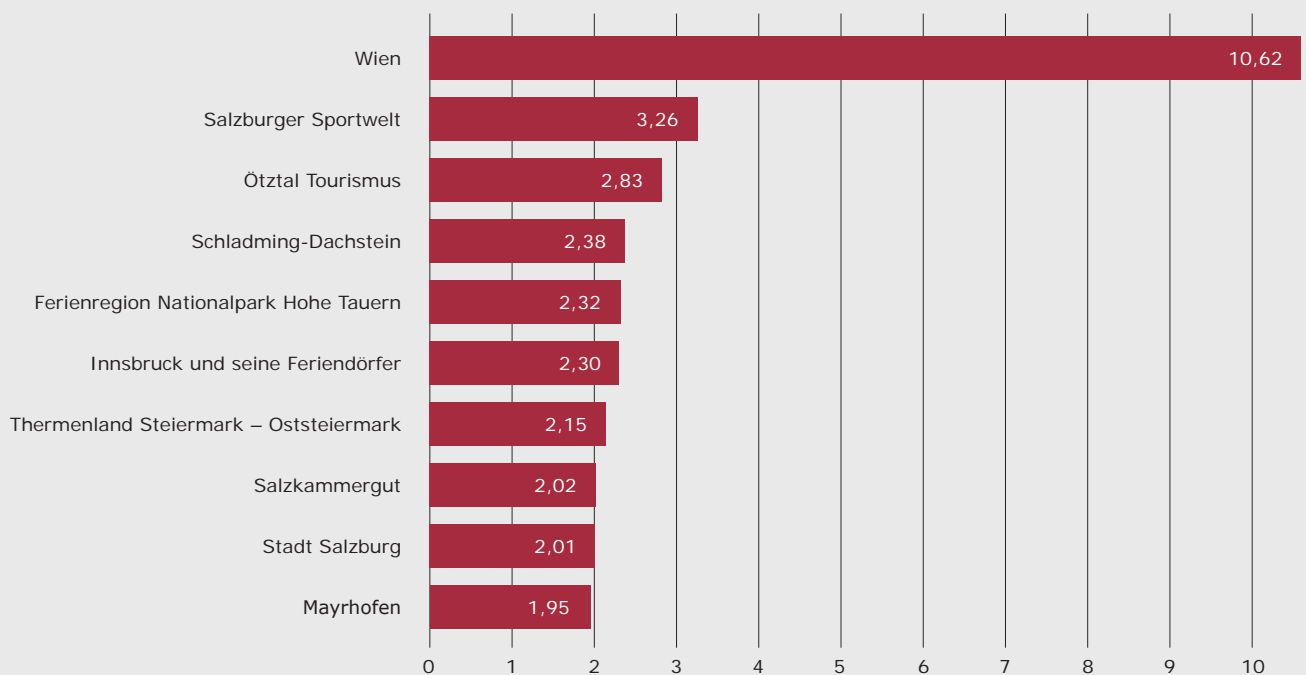
# **ABBILDUNG 7**

**Marktwachstum und Marktanteil der österreichischen Bundesländer, 2000–2016**



Quelle: Statistik Austria



**ABBILDUNG 8****Nächtigungsentwicklung der Top-10-Tourismusregionen Österreichs 2016****Veränderung gegen das Vorjahr in %****Marktanteil der Top-10-Tourismusregionen Österreichs 2016 in %**

## Angebotsaspekte des Beherbergungs- und Gaststättenwesens

Laut Leistungs- und Strukturstatistik (LSE) lag die Zahl der Unternehmen in Beherbergung und Gastronomie zuletzt bei 46.945 (vorläufiger Wert 2015; -1,1 % gegenüber 2014), das entspricht 14,6 % der produzierenden und Dienstleistungsunternehmen insgesamt. Mit knapp zwei Dritteln wurde der Sektor von der Gastronomie dominiert (Beherbergung 34,8 %). Die Bruttowertschöpfung der Branche (ÖNACE I) zu Herstellungspreisen belief sich 2016 vorläufigen Berechnungen zufolge nominell auf 16,7 Mrd. Euro (+6,4 %) und trug damit 5,4 % (+0,2 Prozentpunkte) zur Summe der Wirtschaftsbereiche bei.

2015 zählte das Beherbergungs- und Gaststättenwesen laut LSE ca. 294.300 Beschäftigte (+1,1 %), davon über vier Fünftel (83,3 %; letztverfügbarer Wert 2014) Unselbstständige. Der überwiegende Teil der

im Sektor Beschäftigten entfiel mit 61,8 % auf die Gastronomie (Beherbergung 38,2 %). Einen tourismusspezifischeren Fokus bietet das TSA-Beschäftigungsmodul, welches 2015 von den insgesamt in Tourismusindustrien bestehenden 337.400 Beschäftigungsverhältnissen (BVH) ca. 232.200 BVH in Beherbergung und Gastronomie ausweist; davon waren wiederum 84,5 % unselbstständig und 15,5 % selbstständig tätig. Bei beiden Beschäftigungsarten dominierte die Gastronomie (59,9 % der unselbstständigen bzw. 61,5 % der selbstständigen BVH). Die Arbeitslosenquote des gesamten Sektors lag 2016 (Basis ÖNACE 2008) bei 17,7 % und damit um 0,3 Prozentpunkte unter jener von 2015, jedoch immer noch 2 Prozentpunkte über der Rate des Rezessionsjahres 2009.

Die Kapazität der österreichischen Beherbergungsbetriebe (ohne Campingplätze)



umfasste im Tourismusjahr 2015/16 1,30 Mio. Betten (+0,5% gegenüber 2014/15). Während das Angebot in der Wintersaison rückläufig war (1,15 Mio. Betten; -0,6%), wurden die Sommerkapazitäten ausgebaut (1,25 Mio. Betten; +0,4%).

Der Trend zur angebotsseitigen Qualitätssteigerung in der Hotellerie hielt auch 2015/16 an: So expandierte die Bettenzahl im 5/4-Sterne-Segment im Winter wie im Sommer um jeweils 1% auf rund 269.900 bzw. 261.200. Auch die 3-Sterne-Betriebe verzeichneten erstmals seit 2012/13 eine leichte Kapazitätsausweitung um 0,1% (Winter 2015/16) bzw. 0,2% (Sommer 2016) auf ca. 204.100 (Winter) bzw. 205.900 Betten (Sommer). In der preisgünstigen 2/1-Sterne-Hotellerie wurde die Bettenzahl hingegen deutlich reduziert (Winter: -3,2% auf rund 102.800; Sommer: -2,4% auf 107.600). Im langfristigen Durchschnitt seit 1999/2000 wuchs das Angebot nur im Top-Segment (insgesamt +50,3% im Winter bzw. +47,7% im Sommer), die beiden übrigen Hotelkategorien bauten zum Teil massiv Kapazitäten ab (3-Stern: -6,2% bzw. -8,8%; 2/1-Stern: -32,9% bzw. -35,5%).

Während der Bettenboom in gewerblichen Ferienwohnungen/-häusern auch im Tourismusjahr 2015/16 ungebrochen anhielt (+4,4%) – der aktuelle Bestand von knapp 99.800 Betten liegt um 83,4% über jenem von 1999/2000 –, ging das Angebot in

privaten Unterkünften weiterhin leicht zurück (-0,4%; seit 1999/2000 um insgesamt rund ein Fünftel auf ca. 299.200 Betten), bedingt durch den markanten Abbau von Kapazitäten in Privatquartieren (2015/16 -3,5%; seit 1999/2000 insgesamt -51,8%); die priva-

*Zunahme der Beschäftigung bei hoher, aber rückläufiger Arbeitslosenquote; höhere Auslastung trotz leicht ansteigendem Bettenangebot*

## BESCHÄFTIGUNGS- VERHÄLTNISSE

# 337.400

Beschäftigungsverhältnisse  
in Tourismusindustrien

# 232.200

Beschäftigungsverhältnisse im Bereich  
Beherbergung und Gastronomie

ten Ferienwohnungen stockten hingegen ihr Angebot weiter auf (+0,9%; 1999/2000 bis 2015/16 +17,4%) – neue Anbieter (z. B. über die Plattform Airbnb) bleiben dabei aber unberücksichtigt.

Die durchschnittliche Auslastung in Österreichs Beherbergungsbetrieben (ohne Campingplätze) erreichte im Winter 2015/16 mit 36,2% (+1,1 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr) den historischen Höchstwert und liegt damit seit der Saison 1998/99 kontinuierlich über jener des Sommers (2016 34,6%); aktuell beträgt dieser Vorsprung aber nur noch +1,5 Prozentpunkte (2008 +4,8 Prozentpunkte). Im Vorjahresvergleich konnte die Auslastung in beiden Saisons in allen Unterkunftsarten gesteigert werden, wobei die 5/4-Sterne-Hotellerie jeweils den Top-Wert erzielte (Winter 50,2%; Sommer 54,6%). Waren im Winter 2015/16 auch die gewerblichen Ferienwohnungen überdurchschnittlich belegt (37,8%), traf dies im Sommer 2016 nur auf die 3-Sterne-Betriebe zu (39,8%). Nur zu rund einem Viertel (Winter) bzw. Fünftel (Sommer) wurden private Beherbergungsbetriebe (Privatquartiere, private Ferienwohnungen) frequentiert, das 2/1-Sterne-Segment war mit 28,8% (Winter) bzw. 28,2% (Sommer) ebenfalls nur schwach ausgelastet. 📍

## Die Bedeutung der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Österreich

### Tourismus-Satellitenkonto für Österreich (TSA)

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

Laut dem von Statistik Austria (STAT) und dem Österreichischen Institut für Wirtschaftsforschung (WIFO) auf Basis der empfohlenen methodologischen Grundlagen internationaler Organisationen entwickelten TSA für Österreich liegen aktuell Ergebnisse für die Berichtsjahre 2000 bis 2015 vor, zu wichtigen Eckwerten stellte das WIFO Schätzungen für 2016 an.

### TSA-Hauptergebnisse

Die Gesamtaufwendungen von in- und ausländischen Besucher/innen in Österreich (Urlaubs- und Geschäftsreisen, Verwandten- und Bekanntenbesuche) erreichten 2015 ein Volumen von 38,45 Mrd. Euro (+2,7% gegenüber 2014). Davon entfielen 52,8% auf inländische Reisende, 46,9% auf ausländische Besucher/innen und 0,3% auf Besucher/innen von Wochenendhäusern und Zweitwohnsitzen (Übersicht 1). Seit dem TSA-Basisjahr 2000 nahm die touristische Gesamtnachfrage damit um insgesamt 63,3% bzw. durchschnittlich 3,3% pro Jahr zu. Nach ersten Schätzungen dürfte der Tourismuskonsum in Österreich 2016 um 4,1% gewachsen sein.

### Direkte Wertschöpfungseffekte des Tourismus in Österreich laut TSA

Das TSA-Konzept berücksichtigt nur die auf einer direkten Verbindung zwischen Käufer/innen und Produzent/innen basierenden Aufwendungen. Die daraus resultierende Wertschöpfung umfasst somit nur die direkten Effekte. 2015 beliefen sich diese ohne Dienst- und Geschäftsreisen auf 18,90 Mrd. Euro (+3,7%; einschließlich Dienst- und Geschäftsreisen: 20,18 Mrd. Euro; +3,9%), der rechnerische Anteil am BIP lag bei 5,6% (bzw. 5,9%; Übersicht 2). Für 2016 weisen erste Schätzungen eine deutliche Zunahme der direkten Tourismuswertschöpfung um 4,1% (sowohl ohne als auch mit Dienst- und Geschäftsreisen) sowie einen weitestgehend unveränderten Anteil am BIP aus (5,6% bzw. 6,0%).

### Touristischer Konsum nach Produkten in Österreich 2015

Im Rahmen des TSA lassen sich die touristischen Aufwendungen der Besucher/innen in Österreich auch nach ihrer Produktstruktur analysieren, wobei diese in drei Hauptkategorien unterteilt werden: tourismuscharakteristische Produkte, andere Konsumprodukte und wertvolle Waren (z. B. Schmuck, Kunstwerke mit hohem Wert). Erstere machten 2015 mit 81,2% (31,22 Mrd. Euro; +2,2%) mehr als vier Fünftel der touristischen Gesamtnachfrage in Österreich aus, auf andere Konsumprodukte entfielen 17,7% (6,81 Mrd. Euro; +5,2%), auf wertvolle Waren 1,1% (425 Mio. Euro; +3,7%; Abb. 9).

Die bedeutendsten Detailpositionen am touristischen Konsum stellten auch 2015 Beherbergung und Gastronomie dar (mit 28,2% bzw. 27,7% gegenüber 2014 praktisch unverändert). Das Gewicht des Personentransports verringerte sich auf 16,1% (–0,2 Prozentpunkte), für Kultur, Sport und Unterhaltung und sonstige Dienstleistungen wurde knapp ein Zehntel (8,9%; 2014 9,0%) verausgabt.

*Direkte Wertschöpfung des Tourismus beläuft sich auf 5,6% des BIP*



### Hauptergebnisse des TSA- Beschäftigungsmoduls 2015

Auf Basis festgelegter methodologischer Grundsätze dient das TSA-Beschäftigungsmodul (TSA-BM) zur Ermittlung des Beschäftigungsbeitrags des Tourismus. Die vorgegebenen Strukturen beziehen sich auf die laut TSA definierten charakteristischen Tourismusindustrien. Diesen waren 2015 laut TSA-BM rund 337.400 selbst- und unselbstständige Beschäftigungsverhältnisse (BVH) bzw. ca.

293.100 Erwerbstätige (in Vollzeitäquivalenten; VZÄ) direkt zurechenbar. Der Anteil an der gesamtwirtschaftlichen Beschäftigung lag damit bei 7,5% (BVH) bzw. 7,9% (VZÄ).

Von den einzelnen Tourismusindustrien stellte das Beherbergungs- und Gaststättenwesen 2015 mit 172.600 VZÄ bzw. 58,9% die bedeutendste Position für die Beschäftigung im Tourismus dar, wobei 61,7% auf die Gastronomie und 38,3% auf Hotels und ähnliche Betriebe entfielen. Ein knappes Fünftel der in den Tourismusindustrien Erwerbstätigen (53.800 VZÄ) war dem Verkehrssektor zuzurechnen, 14,8% (43.400 VZÄ) den Reisebüros und -veranstaltern sowie 7,8% dem Kultur-, Unterhaltungs- und Sportbereich (23.000 VZÄ; Abb. 10).


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

Um die Bedeutung von Tourismus und Freizeitwirtschaft im volkswirtschaftlichen Kontext zu ermitteln, wurden die für eine Gesamtbetrachtung notwendigen indirekten Effekte vom WIFO mithilfe des Modells ASCANIO geschätzt. Dem Modell liegen u. a. sektorale Lieferverflechtungen sowie eine tourismus- bzw. freizeitrelevante Bewertung der Güterstruktur auf Basis der Konsumstatistik laut VGR zugrunde.

Die so ermittelten direkten und indirekten Wertschöpfungseffekte des Tourismus beliefen sich 2015 auf 29,70 Mrd. Euro (+2,6%), ihr Beitrag zur Gesamtwirtschaft belief sich auf 8,7%. 2016 dürfte das Volumen auf

30,91 Mrd. Euro (+4,1%) gestiegen sein und 8,8% des BIP erreicht haben (Übersicht 3). Der nicht-touristische Freizeitkonsum der Inländer/innen am Wohnort stellt eine Kenngröße außerhalb des TSA dar und wird daher gesondert errechnet. Das Umsatzvolumen des Freizeitbereichs betrug 2015 30,22 Mrd. Euro, woraus direkte und indirekte Wertschöpfungseffekte von 24,73 Mrd. Euro (+3,6%) sowie ein Beitrag zum BIP von 7,3% (wie 2014) resultierten. 2016 dürfte die Kennzahl auf 25,55 Mrd. Euro (+3,3%) gestiegen sein, mit unverändertem gesamtwirtschaftlichen Beitrag.

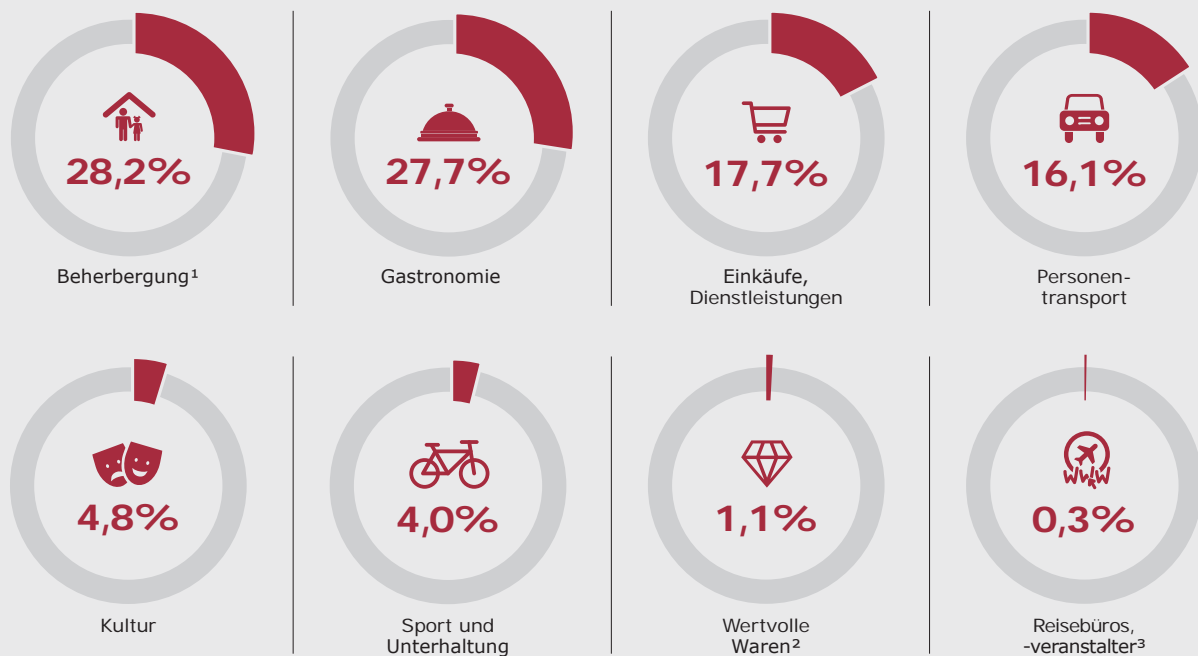
Insgesamt generierte die Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Österreich 2015 ein Wertschöpfungsvolumen von 54,44 Mrd. Euro (+3,0%) und leistete damit – wie schon 2014 – einen Beitrag zum BIP von 16,0%. 2016 dürfte die Bedeutung des Sektors um 0,1 Prozentpunkte gewachsen sein.

Mithilfe des Modells ASCANIO können nicht nur Wertschöpfungseffekte, sondern auch die durch die Nachfrage direkt und indirekt ausgelösten Beschäftigungswirkungen ermittelt werden. Dies wurde aktuell für das Berichtsjahr 2015 durchgeführt, gleichzeitig wurden auch die letztverfügbaren Werte 2013 revidiert. Demnach waren 2015 direkt und indirekt 376.900 Vollarbeitsplätze dem Tourismus zurechenbar (+6% gegenüber 2013), das entspricht knapp 10,2% der bundesweiten Gesamtbeschäftigung (VZÄ; 2013 9,7%). Der Freizeitkonsum der Inländer/innen generierte mit rund 337.600 Vollzeitstellen 9,1% der Erwerbstätigen insgesamt (+0,5 Prozentpunkte gegenüber 2013), sodass in Summe etwa jeder 5. Arbeitsplatz (19,2% bzw. 714.500 VZÄ) in Österreich mit der Tourismus- und Freizeitwirtschaft verbunden ist. Gegenüber 2013 nahm die Beschäftigung im Sektor um 42.400 Vollzeitstellen (+6,3%) zu, die gesamtwirtschaftliche Bedeutung stieg um 1 Prozentpunkt. 2016 dürfte die Branche 741.000 Erwerbstätige (+3,7% gegenüber 2015) gezählt haben. 

*Tourismus- und  
Freizeitwirtschaft für  
jeden 5. Arbeitsplatz  
in Österreich  
verantwortlich*

ABBILDUNG 9

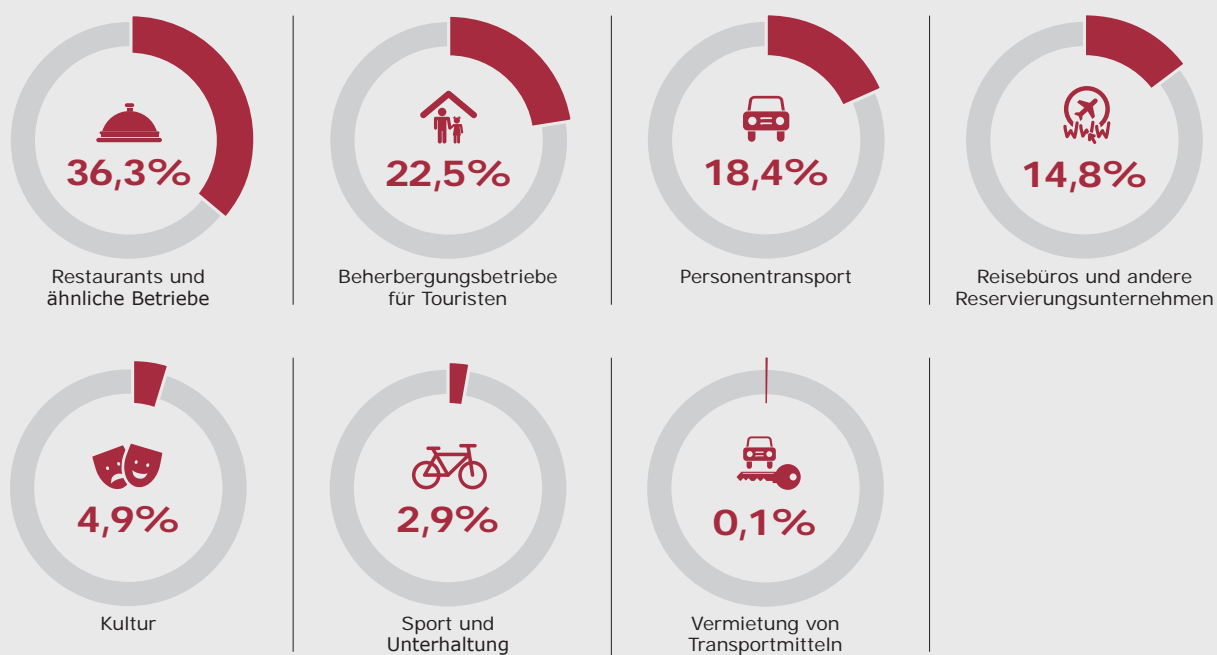
## Touristischer Konsum nach Produkten in Österreich 2015



Quelle: Statistik Austria. Urlaubs- und Geschäftsreisen. Basierend auf „Recommended Methodological Framework (RMF) 2008“.  
 1) Einschließlich der Aufwendungen im Zuge von Verwandten- und Bekanntenbesuchen sowie von Aufenthalten am Zweitwohnsitz.  
 2) Wertgegenstände wie Edelmetalle, Steine, Schmuck, Kunstwerke etc.  
 3) Nur Spannerei; Package-Teile sind in den jeweiligen Dienstleistungen enthalten.

ABBILDUNG 10

## Struktur der Erwerbstätigen in charakteristischen Tourismusindustrien 2015



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

**ÜBERSICHT 1****Hauptergebnisse des Tourismus-Satellitenkontos für Österreich, 2000–2016**

<b>Touristische Nachfrage</b> in Mio. €	<b>2000</b>	<b>2005</b>	<b>2010</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
Ausgaben ausländischer Besucher	12.162	14.640	15.613	18.043	<b>18.765</b>
Übernachtende Touristen	10.768	12.811	13.338	15.234	<b>15.844</b>
Tagesbesucher	1.394	1.829	2.275	2.809	<b>2.922</b>
Ausgaben inländischer Besucher	11.303	13.837	17.918	20.295	<b>21.147</b>
Urlaubsreisende	9.288	11.487	15.399	17.131	<b>17.841</b>
Übernachtende Touristen	5.665	7.131	9.533	10.586	<b>11.063</b>
Tagesbesucher	3.623	4.356	5.867	6.544	<b>6.778</b>
Geschäftsreisende	2.014	2.349	2.519	3.164	<b>3.307</b>
Übernachtende Touristen	1.105	1.316	1.586	2.009	<b>2.063</b>
Tagesbesucher	909	1.033	933	1.155	<b>1.243</b>
„Ausgaben in Wochenendhäusern und Zweitwohnungen“	76	90	110	116	<b>119</b>
<b>Gesamtausgaben</b>	<b>23.541</b>	<b>28.567</b>	<b>33.641</b>	<b>38.454</b>	<b>40.032</b>

Quelle: Statistik Austria, WIFO. Urlaubs- und Geschäftsreisen. Basierend auf „Recommended Methodological Framework (RMF) 2008“. 2000 bis 2014: revidiert, 2015: vorläufig, 2016: Schätzung.

**ÜBERSICHT 2****Die volkswirtschaftliche Bedeutung der direkten Effekte des Tourismus in Österreich, 2000–2016**

<b>Tourismus-Satellitenkonto – Direkte Wertschöpfung laut TSA</b> in Mio. €	<b>2000</b>	<b>2005</b>	<b>2010</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
Ohne Dienst- und Geschäftsreisen	10.642	12.483	15.367	18.899	<b>19.668</b>
Einschließlich Dienst- und Geschäftsreisen	11.585	13.369	16.242	20.180	<b>21.008</b>
<b>Veränderung gegen das Vorjahr in %</b>					
Ohne Dienst- und Geschäftsreisen	.	+2,5	+6,3	+3,7	<b>+4,1</b>
Einschließlich Dienst- und Geschäftsreisen	.	+2,0	+4,1	+3,9	<b>+4,1</b>
<b>Anteil am BIP in %</b>					
Ohne Dienst- und Geschäftsreisen	5,0	4,9	5,2	5,6	<b>5,6</b>
Einschließlich Dienst- und Geschäftsreisen	5,4	5,3	5,5	5,9	<b>6,0</b>

Quelle: Statistik Austria, WIFO. Basierend auf „Recommended Methodological Framework (RMF) 2008“. 2000 bis 2014: revidiert, 2015: vorläufig, 2016: Schätzung.

**ÜBERSICHT 3****Die volkswirtschaftliche Bedeutung der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Österreich, 2000–2016**

<b>TSA-Erweiterungen – Direkte und indirekte Wertschöpfung</b> in Mio. €	<b>2000</b>	<b>2005</b>	<b>2010</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
Tourismus <sup>1</sup>	17.980	22.070	26.210	29.703	<b>30.911</b>
Freizeitkonsum der Inländer am Wohnort	15.237	17.821	21.109	24.732	<b>25.549</b>
Tourismus und Freizeitwirtschaft <sup>1</sup>	33.217	39.892	47.319	54.436	<b>56.459</b>
<b>Veränderung gegen das Vorjahr in %</b>					
Tourismus <sup>1</sup>	.	+4,7	+10,0	+2,6	<b>+4,1</b>
Freizeitkonsum der Inländer am Wohnort	.	+2,4	+0,3	+3,6	<b>+3,3</b>
Tourismus und Freizeitwirtschaft <sup>1</sup>	.	+3,7	+5,5	+3,0	<b>+3,7</b>
<b>Beitrag zum BIP in %</b>					
Tourismus <sup>1</sup>	8,4	8,7	8,9	8,7	<b>8,8</b>
Freizeitkonsum der Inländer am Wohnort	7,1	7,0	7,2	7,3	<b>7,3</b>
Tourismus und Freizeitwirtschaft <sup>1</sup>	15,6	15,8	16,1	16,0	<b>16,1</b>

Quelle: Statistik Austria, WIFO. Basierend auf „Recommended Methodological Framework (RMF) 2008“. 2000 bis 2014: revidiert, 2015: vorläufig, 2016: Schätzung.

1) Ohne Dienst- und Geschäftsreisen.



## Ausblick 2017

Die nahe Zukunft ist in erster Linie von geopolitischen Unsicherheitsfaktoren beherrscht, die natürlich auch den Wirtschaftsablauf erheblich beeinflussen können. Dazu gehören vor allem die Ungewissheit der politischen Ausrichtung Europas, die geopolitischen Spannungen zwischen den USA, Europa und Russland, die Gefahr terroristischer Anschläge sowie das ungelöste Flüchtlingsproblem. Wir gehen hier davon aus, dass die genannten Probleme schrittweise gelöst werden können und die EU einen Weg findet, gemeinsam zu bestehen und stärker zu werden.

Ein weiterer Problemkreis ergibt sich durch den EU-Austritt des Vereinigten Königreichs. Die gesamten Auswirkungen des BREXIT auf den internationalen und österreichischen Tourismus lassen sich zurzeit nicht genau quantifizieren. Es kann jedoch erwartet werden, dass sich im Laufe des Jahres 2017 die Nachfrageentwicklung der britischen Gäste

verflachen wird. Die weiteren Wirkungen hängen auch davon ab, in welcher Zeitspanne der Austritt abgewickelt werden kann und welche Verträge/Bedingungen für den Güter- und Dienstleistungshandel beschlossen werden. Mögliche Ursachen

für ein Nachlassen der britischen Tourismusnachfrage sind wahrscheinliche weitere Pfundabwertungen und die damit verbundenen anhaltenden Importverteuerungen, die eine Erhöhung der Verbraucherpreise und in der Folge eine Senkung der Realeinkommen bewirken. Anders ausgedrückt werden Auslandsreisen für britische Tourist/innen teurer und die reale Nachfrage und Kaufkraft der britischen Tourist/innen sinken. In Bezug auf die Abschätzung der Entwicklung der touristischen Nachfrage aller anderen europäischen Länder fehlen maßgebliche Informationen

über die direkten und indirekten Breitenwirkungen der BREXIT-Effekte.

Hinsichtlich der zukünftigen touristischen Entwicklung in Österreich sowie des internationalen Tourismuswachstums muss grundsätzlich hervorgehoben werden, dass Wachstum und Dynamik des Tourismus nicht isoliert von der weltwirtschaftlichen Entwicklung gesehen werden können.

Der Euro-Raum ist der für Österreich wichtigste Herkunftsmarkt. Für diesen wird erwartet, dass sich das Wachstum weiterhin konsolidiert: Nach +1,7% 2016 wird für 2017 mit einer Steigerung des realen BIP von 1,5% gerechnet (EC, 2017). Trotz des anhaltenden Wachstums ist die Expansion zu gering, um die Arbeitslosigkeit nachhaltig zu senken. Deutschland wird sich wie der Euro-Raum entwickeln, Österreich um 1,6% wachsen.

Die USA werden im heurigen Jahr mit +2,25% rascher als der Euro-Raum expandieren. Das BIP-Wachstum Chinas dürfte sich weiter abschwächen (2017 +6,5%). Die Wirtschaft Russlands wird sich weiter erholen, heuer jedoch nur um +0,8% wachsen.

In Anbetracht der gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen dürften die realen Einnahmen im Gesamtreiseverkehr 2017 nur um knapp 1,5% steigen, das Nächtigungswachstum könnte etwas stärker ausfallen, wodurch sich die Schere zwischen der Entwicklung der Übernachtungen und der realen Tourismusumsätze weiter öffnen würde. Eine Wiederholung des Rekordergebnisses von 2016 ist wenig wahrscheinlich, da nicht nur der konjunkturelle Moment fehlt, sondern auch anzunehmen ist, dass die wirksamen Sonderfaktoren wie die Reetablierung Österreichs als Sommerdestination durch den Klimawandel und Ablenkungseffekte aufgrund der Terrorgefahr nicht Jahr für Jahr einen zunehmenden, positiven Einfluss ausüben werden. 📍

*Das Tourismuswachstum in Österreich hält weiter an*

TABELLE A1

## Übernachtungen und Umsätze im österreichischen Tourismus, 2000–2016

Jahr	Übernachtungen (in 1.000)			Umsätze (in Mio. €)					
	Inländer	Ausländer	Insgesamt	Binnenreiseverkehr		Internat. Reiseverkehr <sup>1</sup>		Gesamtreiseverkehr <sup>1</sup>	
				Nominell	Real Pr. 2010	Nominell	Real Pr. 2010	Nominell	Real Pr. 2010
2000	31.153	82.534	113.686	4.060	5.226	12.201	15.382	16.261	20.608
2001	31.442	83.669	115.111	4.233	5.309	12.791	15.752	17.024	21.061
2002	31.013	85.792	116.804	4.207	5.144	13.198	15.877	17.405	21.021
2003	31.619	86.348	117.967	4.355	5.198	13.528	15.911	17.883	21.109
2004	31.329	85.922	117.251	4.483	5.198	13.897	15.885	18.380	21.083
2005	31.501	87.741	119.242	4.742	5.361	14.700	16.363	19.442	21.724
2006	32.130	87.274	119.403	4.971	5.475	15.144	16.537	20.115	22.012
2007	33.008	88.443	121.451	5.134	5.468	15.485	16.480	20.619	21.948
2008	33.879	92.840	126.719	5.382	5.562	16.513	17.006	21.895	22.568
2009	34.443	89.864	124.307	5.374	5.511	15.375	15.648	20.749	21.159
2010	35.024	89.857	124.881	5.442	5.442	15.705	15.705	21.147	21.147
2011	35.297	90.706	126.003	5.621	5.413	16.187	15.503	21.808	20.916
2012	35.964	95.052	131.016	5.680	5.336	16.661	15.629	22.341	20.965
2013	35.755	96.874	132.629	5.676	5.184	17.126	15.692	22.802	20.876
2014	35.668	96.233	131.901	5.766	5.123	17.446	15.603	23.212	20.725
2015	36.425	98.824	135.249	6.007	5.224	18.352	16.137	24.359	21.362
2016	38.003	102.825	140.828	6.257	5.303	19.089	16.430	25.345	21.733

## Veränderung zum Vorjahr in %

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

Quelle: Statistik Austria, OeNB, WIFO, WDS – WIFO-Daten-System, Macrobond. 2016: vorläufige Werte (Übernachtungen) bzw. Schätzung (Umsätze).

1) Einschließlich des internationalen Personentransports.



TABELLE A2

## Übernachtungen insgesamt in 107 Tourismusregionen Österreichs – Volumen, Marktanteil und Entwicklung, 2000–2016

	Übernachtungen insgesamt (in 1.000)					Marktanteil (%)	Veränderung/Jahr (in %)	
	2000	2005	2010	2015	2016		Ø 2000/2016	2015/16
Achensee	1.272	1.420	1.450	1.468	1.525	1,08	+1,1	+3,9
Alpbachtal und Tiroler Seenland	957	994	954	939	1.016	0,72	+0,4	+8,3
Alpenregion Bludenz	808	863	994	1.038	1.093	0,78	+1,9	+5,3
Arlberg	971	984	978	982	986	0,70	+0,1	+0,5
Ausseerland-Salzkammergut	824	819	944	958	1.015	0,72	+1,3	+6,0
Bad Kleinkirchheim	987	955	863	803	836	0,59	-1,0	+4,1
Bodensee-Vorarlberg	898	935	1.035	1.284	1.318	0,94	+2,4	+2,7
Bregenzerwald	1.504	1.618	1.654	1.762	1.831	1,30	+1,2	+3,9
Carnica Region Rosental	244	179	174	168	178	0,13	-1,9	+5,8
Donau NÖ	1.149	1.347	1.435	1.550	1.588	1,13	+2,0	+2,4
Donau Oberösterreich	346	366	395	444	460	0,33	+1,8	+3,7
Erste Ferienregion im Zillertal	1.602	1.923	2.179	2.309	2.410	1,71	+2,6	+4,4
Ferienland Kufstein	751	762	710	732	774	0,55	+0,2	+5,8
Ferienregion Hohe Salve	598	650	578	607	638	0,45	+0,4	+5,1
Ferienregion Nationalpark Hohe Tauern	2.350	2.603	2.870	3.105	3.262	2,32	+2,1	+5,0
Fuschlsee	370	417	384	411	421	0,30	+0,8	+2,2
Gasteinertal	2.189	2.362	2.459	2.321	2.386	1,69	+0,5	+2,8
Großarlal	443	540	691	751	758	0,54	+3,4	+1,0
Hochkönig	987	1.028	992	1.080	1.160	0,82	+1,0	+7,3
Hochsteiermark	782	748	815	863	848	0,60	+0,5	-1,7
Hohe Tauern – die Nationalparkregion in Kärnten	1.140	1.166	1.116	1.012	1.007	0,72	-0,8	-0,5
Imst Tourismus	385	389	394	435	446	0,32	+0,9	+2,3
Innsbruck und seine Feriendörfer	2.681	2.708	2.843	3.216	3.242	2,30	+1,2	+0,8
Innviertel-Hausruckwald	950	953	1.079	1.137	1.159	0,82	+1,2	+1,9
Kaiserwinkl	904	952	867	844	893	0,63	-0,1	+5,9
Kärnten-Mitte	452	426	407	456	539	0,38	+1,1	+18,1
Katschberg-Rennweg	236	303	404	385	416	0,30	+3,6	+8,1
Kitzbühel Tourismus	1.030	996	1.015	1.147	1.177	0,84	+0,8	+2,7
Kitzbüheler Alpen – Brixental	1.564	1.610	1.544	1.517	1.604	1,14	+0,2	+5,8
Kitzbüheler Alpen-St.Johann i.T.	1.052	1.061	884	879	912	0,65	-0,9	+3,7
Klagenfurt	337	363	389	425	436	0,31	+1,6	+2,5
Kleinwalsertal	1.732	1.606	1.539	1.561	1.674	1,19	-0,2	+7,3
Klopeiner See – Südkärnten	1.160	1.067	945	933	1.015	0,72	-0,8	+8,8
Lavanttal	252	284	309	316	309	0,22	+1,3	-2,2
Lechtal	493	489	533	574	613	0,44	+1,4	+6,8
Lieser- und Maltatal	321	293	285	257	268	0,19	-1,1	+4,4
Linz	580	687	693	777	779	0,55	+1,9	+0,3
Lungau	873	951	864	907	963	0,68	+0,6	+6,1
Mayrhofen	2.205	2.423	2.647	2.695	2.752	1,95	+1,4	+2,1
Millstätter See	1.239	1.268	1.159	1.076	1.119	0,79	-0,6	+4,0
Mittelburgenland	121	256	285	269	309	0,22	+6,1	+15,0
Montafon	1.845	1.907	1.964	1.928	2.023	1,44	+0,6	+4,9
Mostviertel	954	978	995	994	1.022	0,73	+0,4	+2,9
Mühlviertel	569	636	745	737	709	0,50	+1,4	-3,8
Nassfeld-Pressegger See/Lesachtal/Weissensee	1.651	1.864	1.887	1.964	2.094	1,49	+1,5	+6,6
Nationalpark Kalkalpen Region	566	510	514	546	557	0,40	-0,1	+2,0
Naturparkregion Reutte	397	404	365	401	425	0,30	+0,4	+6,0
Nockberge	404	399	406	390	394	0,28	-0,2	+1,0
Nordburgenland	1.518	1.390	1.543	1.614	1.721	1,22	+0,8	+6,6
Obertauern	735	858	940	1.001	1.025	0,73	+2,1	+2,4
Osttirol	1.875	1.951	1.859	1.927	2.014	1,43	+0,4	+4,5
Ötztal Tourismus	3.157	3.263	3.411	3.895	3.981	2,83	+1,5	+2,2
Paznaun – Ischgl	2.061	2.288	2.411	2.598	2.650	1,88	+1,6	+2,0
Pillerseetal	1.000	1.010	896	952	985	0,70	-0,1	+3,4

	Übernachtungen insgesamt (in 1.000)					Marktanteil (%)	Veränderung/Jahr (in %)	
	2000	2005	2010	2015	2016		Ø 2000/2016	2015/16
Pitztal	974	976	982	964	986	0,70	+0,1	+2,2
Pongau allgemein	232	232	242	227	241	0,17	+0,2	+6,4
Pyhrn-Priel	612	536	499	490	517	0,37	-1,0	+5,4
Region Graz	967	1.097	1.279	1.555	1.667	1,18	+3,5	+7,2
Region Hall – Wattens	244	255	221	269	262	0,19	+0,5	-2,6
Region Villach	2.694	2.517	2.442	2.551	2.612	1,85	-0,2	+2,4
Saalach-Hinterglemm	2.192	2.358	2.346	2.480	2.659	1,89	+1,2	+7,2
Saalfelden-Leogang	609	663	721	879	945	0,67	+2,8	+7,5
Salzburger Saalachtal	491	497	479	537	560	0,40	+0,8	+4,4
Salzburger Seenland	200	197	232	214	238	0,17	+1,1	+10,9
Salzburger Sonnenterrasse	84	94	102	80	90	0,06	+0,4	+12,5
Salzburger Sportwelt	3.392	3.739	3.887	4.341	4.597	3,26	+1,9	+5,9
Salzkammergut	2.840	2.541	2.471	2.692	2.840	2,02	+0,0	+5,5
Schladming-Dachstein	2.457	2.547	2.787	3.159	3.348	2,38	+2,0	+6,0
Seefeld	1.960	1.847	1.687	1.824	1.822	1,29	-0,5	-0,2
Serfaus-Fiss-Ladis	1.477	1.702	2.090	2.328	2.468	1,75	+3,3	+6,0
Silberregion Karwendel	369	439	401	382	376	0,27	+0,1	-1,4
Sonstige	154	141	137	167	186	0,13	+1,2	+11,4
St. Anton am Arlberg	1.215	1.359	1.419	1.442	1.503	1,07	+1,3	+4,2
Stadt Salzburg	1.647	1.885	2.193	2.710	2.829	2,01	+3,4	+4,4
Stubai Tirol	1.607	1.773	1.707	1.763	1.794	1,27	+0,7	+1,8
Südburgenland	795	895	1.082	1.031	1.053	0,75	+1,8	+2,1
Süd-Weststeiermark	557	641	755	817	867	0,62	+2,8	+6,2
Tannheimer Tal	994	1.017	1.002	999	1.046	0,74	+0,3	+4,7
Tennengau – Dachstein West	928	916	931	985	1.068	0,76	+0,9	+8,3
Tennengebirge	252	288	255	336	351	0,25	+2,1	+4,5
Thermenland Steiermark – Oststeiermark	2.832	2.797	2.971	2.928	3.022	2,15	+0,4	+3,2
Tirol West	267	277	273	298	295	0,21	+0,6	-0,8
Tiroler Oberland	1.254	1.355	1.406	1.471	1.513	1,07	+1,2	+2,8
Tiroler Zugspitz Arena	1.290	1.317	1.367	1.463	1.554	1,10	+1,2	+6,2
Tux – Finkenbergr	830	848	886	958	1.002	0,71	+1,2	+4,6
Umgebungsorte Salzburg Stadt	599	712	785	849	854	0,61	+2,2	+0,5
Urlaubsregion Murtal	862	952	1.094	1.313	1.434	1,02	+3,2	+9,2
Waldviertel	999	975	1.121	1.191	1.232	0,87	+1,3	+3,5
Weinviertel	297	376	445	544	576	0,41	+4,2	+5,9
Wien	7.704	8.758	10.860	14.328	14.962	10,62	+4,2	+4,4
Wr. Alpen in Niederösterreich	1.023	882	1.027	991	970	0,69	-0,3	-2,2
Wienerwald	1.259	1.273	1.455	1.534	1.506	1,07	+1,1	-1,8
Wilder Kaiser	1.679	1.821	1.727	1.899	2.007	1,42	+1,1	+5,7
Wildschönau	724	744	629	690	723	0,51	-0,0	+4,8
Wipptal	400	348	325	289	317	0,23	-1,4	+9,7
Wolfgangsee	503	505	511	527	543	0,39	+0,5	+3,1
Wörthersee	1.713	1.646	1.490	1.439	1.507	1,07	-0,8	+4,7
Zell am See – Kaprun	1.879	1.982	2.002	2.409	2.553	1,81	+1,9	+6,0
Zell-Gerlos	846	992	1.127	1.203	1.218	0,87	+2,3	+1,2
Zentralraum Oberösterreich	249	293	338	360	378	0,27	+2,6	+5,1
Burgenland Rest	2	0	0	0	0	0,00	-100,0	.
Kärnten Rest	0	0	0	0	0	0,00	.	.
Niederösterreich Rest	46	9	0	0	0	0,00	-100,0	.
Oberösterreich Rest	7	5	0	0	0	0,00	-100,0	.
Salzburg Rest	0	0	0	0	0	0,00	.	.
Steiermark Rest	7	0	0	0	0	0,00	-100,0	.
Vorarlberg Rest	4	0	0	0	0	0,00	-100,0	.
Top-10-Regionen 2016	31.265	33.264	36.940	43.069	44.835	31,84	+2,3	+4,1
Übrige Regionen	82.421	85.977	87.941	92.180	95.993	68,16	+1,0	+4,1
Insgesamt	113.686	119.242	124.881	135.249	140.828	100,00	+1,3	+4,1

TABELLE A3

## Nächtigungsentwicklung in Österreich nach der Entfernung der Herkunftsmärkte, 2005–2016

	Veränderung gegen das Vorjahr in %								Ø Jährliche Veränd. in %	
	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2005/2010	2010/2016
Insgesamt (In- und Ausland)	+1,7	+0,5	+0,9	+4,0	+1,2	-0,5	+2,5	<b>+4,1</b>	+0,9	+2,0
Inland und benachbarte Herkunftsmärkte <sup>1</sup>	+0,9	+1,4	+2,2	+2,3	-0,1	+0,3	+2,9	<b>+4,6</b>	+1,8	+2,0
Inland	+0,5	+1,7	+0,8	+1,9	-0,6	-0,2	+2,1	<b>+4,3</b>	+2,1	+1,4
Deutschland insgesamt	+0,1	-1,4	-1,6	+4,7	+2,5	-2,6	+1,4	<b>+4,8</b>	-1,2	+1,5
Bayern	+0,2	-0,6	+2,3	+3,6	+1,8	+0,4	+2,8	<b>+5,2</b>	-0,4	+2,7
Schweiz	-1,4	+4,3	+12,6	+6,6	+0,4	+1,4	+5,8	<b>+3,4</b>	+1,6	+5,0
Italien	+2,1	+0,2	-0,2	-3,2	-4,8	-0,0	+5,4	<b>-1,8</b>	-0,6	-0,8
Tschechien	+8,6	+0,9	+5,4	+2,2	+1,2	+3,1	+7,3	<b>+12,5</b>	+11,7	+5,2
Ungarn	+12,7	+0,7	+5,8	+1,6	-0,1	+1,8	+0,8	<b>+6,3</b>	+3,1	+2,7
Slowakei	+5,5	+9,6	+7,4	+5,2	+6,0	+6,2	+7,5	<b>+10,3</b>	+14,9	+7,1
Slowenien	+11,0	+2,2	+11,9	+5,6	+7,7	+1,9	+3,1	<b>+5,1</b>	+5,4	+5,8
Nicht benachbarte Herkunftsmärkte	.	-0,3	-0,2	+5,4	+2,3	-1,2	+2,2	<b>+3,8</b>	+0,2	+2,0
Übriges Deutschland	+0,0	-1,7	-2,7	+5,0	+2,6	-3,4	+1,0	<b>+4,7</b>	-1,4	+1,2
Baden-Württemberg	+0,4	-0,0	+1,4	+4,2	+3,4	-0,9	+1,1	<b>+8,6</b>	-0,3	+2,9
Nordrhein-Westfalen	+4,1	-1,9	-4,5	+7,5	+0,3	-7,9	-1,8	<b>+1,1</b>	-3,0	-1,0
Mitteldeutschland <sup>2</sup>	-0,3	-4,0	-4,3	+2,9	+5,5	-4,1	-1,5	<b>+4,4</b>	-1,5	+0,4
Norddeutschland <sup>3</sup>	-1,1	-1,3	-7,3	+7,2	+4,0	-3,6	+5,7	<b>+5,5</b>	-1,8	+1,8
Ostdeutschland <sup>4</sup>	-1,2	-0,7	+1,1	+3,5	+0,9	-0,0	+2,6	<b>+1,2</b>	+0,7	+1,5
Berlin	-12,7	-0,2	-2,2	+4,2	+1,8	+0,3	+5,5	<b>+18,1</b>	-1,3	+4,4
Niederlande	+2,7	-4,0	-1,9	+5,5	-2,7	-1,4	+1,8	<b>+3,6</b>	+0,9	+0,8
Großbritannien	+5,2	-0,3	-4,6	+2,5	+5,2	+0,6	+5,5	<b>+4,3</b>	-2,0	+2,2
Belgien und Luxemburg	+5,1	-2,0	+4,3	+0,4	+1,6	+1,7	-1,5	<b>+5,2</b>	+0,8	+1,9
Frankreich	-4,1	+2,7	+2,7	-0,9	-0,6	-1,8	-1,3	<b>+0,8</b>	+1,4	-0,2
Spanien	+12,9	+8,0	+11,3	-4,5	-5,2	+6,0	+10,8	<b>+5,2</b>	+1,0	+3,7
Kroatien	+5,2	-9,4	-5,0	+0,2	-6,0	+6,1	+6,7	<b>-3,4</b>	+3,3	-0,4
Dänemark	+12,9	+0,9	-3,3	-1,2	+0,1	-0,8	+2,8	<b>+4,4</b>	+5,5	+0,3
Schweden	+5,0	+9,4	-1,1	+5,3	+2,5	-0,7	+5,3	<b>+10,2</b>	+1,7	+3,5
Polen	+7,2	+2,7	+6,7	-2,6	+1,1	+7,0	+6,8	<b>+2,3</b>	+11,7	+3,5
Rumänien <sup>5</sup>	+25,7	-2,2	+3,7	-2,6	-3,4	+1,1	+2,0	<b>+5,4</b>	+29,0	+1,0
Russland	.	+23,3	+25,6	+18,9	+9,5	-7,9	-34,0	<b>-17,8</b>	+17,7	-3,3
Arabische Länder in Asien <sup>6</sup>	+59,0	+20,4	-39,8	+28,1	+24,0	+8,1	+36,5	<b>-5,6</b>	+8,5	+4,9
China	+4,8	+20,4	+38,2	+37,0	+14,3	+17,9	+41,1	<b>+4,7</b>	+1,5	+24,8
Israel	-3,7	+14,6	+14,1	+8,1	+12,3	+6,0	+12,0	<b>+17,0</b>	+10,9	+11,5
USA	-2,0	+11,9	-3,2	+6,9	+6,3	+9,1	+12,3	<b>-2,0</b>	-2,2	+4,7
Übriges Ausland	.	+5,2	+13,5	+13,5	+4,8	+4,2	+9,0	<b>+2,7</b>	+3,1	+7,9
Ausland insgesamt	+2,1	-0,0	+0,9	+4,8	+1,9	-0,7	+2,7	<b>+4,0</b>	+0,5	+2,3

1) Einschließlich benachbartes Deutschland (Bayern)

2) Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland

3) Niedersachsen, Hamburg, Bremen, Schleswig-Holstein

4) Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern

5) Veränderung für 2005 geschätzt

6) Jemen, Bahrain, Irak, Jordanien, Katar, Kuwait, Libanon, Oman, Syrien



3

ARBEITSMARKT



## Der touristische Arbeitsmarkt im Überblick

Beitrag des  
Bundes-  
ministeriums  
für Arbeit,  
Soziales und  
Konsumen-  
tenschutz

Im Jahresdurchschnitt 2016 waren 208.144 unselbstständig Beschäftigte im Tourismus (Beherbergung und Gastronomie) tätig. Das sind um +2,6% mehr als im Vorjahr und entspricht einem Anteil von 5,9% an den aktiv unselbstständig Beschäftigten (lt. Hauptverband der Sozialversicherungsträger insgesamt 3.502.431, +1,6%). Die Beschäftigung im Tourismusbereich in Österreich ist durch einen hohen Frauenanteil (57,4%), steigende Beschäftigung von Ausländer/innen und stark zunehmende geringfügige Beschäftigung gekennzeichnet. 2016 waren durchschnittlich 99.173 Ausländer/innen im Beherbergungs- und Gaststättenwesen unselbstständig beschäftigt, ihr Anteil an den Beschäftigten ist mit 47,6% (gesamt: 18,5%) vergleichsweise hoch. Im Vergleich zum Vorjahr hat die Beschäftigung von ausländischen Arbeitskräften um +5,8% zugenommen, während um 0,2% weniger

Inländer/innen in diesem Bereich beschäftigt waren. Der Tourismus gehört auch zu jenen Branchen, welche die Liberalisierung des europäischen Arbeitsmarktes genutzt und Stellen vermehrt mit Arbeitskräften aus den EU-Mitgliedstaaten besetzt haben. Zum Beispiel kamen im Jahresdurchschnitt 2016 von 99.173 ausländischen Beschäftigten 16.210 aus der EU-15 (davon 63% aus Deutschland) und 48.562 aus den neuen EU-Mitgliedstaaten (EU-13). In den letzten Jahren (seit 2008) ist auch die Zahl der geringfügig Beschäftigten im Tourismus um 21.099 bzw. +59,0% auf 56.834 gestiegen. Ein weiteres Charakteristikum der Beschäftigungsstruktur im Beherbergungs- und Gaststättenwesen stellt das überdurchschnittlich junge Personal dar. 19,1% (gesamt: 12,6%) der unselbstständig Beschäftigten sind unter 25 Jahre und 29,8% (gesamt: 39,8%) über 45 Jahre alt.

Die Arbeitslosenregisterquote lag 2016 im Beherbergungs- und Gaststättenwesen mit 17,7% weit über der gesamten Registerquote von 9,1%. Im Jahresdurchschnitt 2016 waren in der Tourismusbranche um 308 bzw. 0,7% mehr Personen arbeitslos vorgemerkt. Von den 44.768 arbeitslos vorgemerkten Personen hatten 24,3% eine Einstellzusage für eine Arbeitsaufnahme. Insgesamt kamen 12,5% der Arbeitslosen aus der Tourismusbranche. Die Saisonalität im Tourismus wirkt sich auf die Arbeitslosensituation insgesamt durch relativ kurze Arbeitslosigkeitsepisoden und vergleichsweise geringe Beschäftigungsdauern aus. Beispielsweise waren im Tourismus weniger als die Hälfte (45,9%; gesamt: 75,7%) der Dienstnehmer/innen durchgehend über ein Jahr beschäftigt. Dagegen belief sich die durchschnittliche Dauer der Arbeitslosigkeit im Tourismus auf 100 Tage (gesamt: 126 Tage), und 56,9% (gesamt: 47,5%) der Arbeitslosen waren weniger als 3 Monate vorgemerkt.







Der Arbeitsminister kann zur Deckung eines vorübergehenden zusätzlichen Arbeitskräftebedarfs im Tourismus Kontingente festlegen. Im Rahmen dieser Kontingente erhalten Saisoniers aus Drittstaaten, neue EU-Bürger/innen (dzt. Kroat/innen) sowie Asylwerber/innen befristete Beschäftigungsbewilligungen, Kroat/innen und Asylwerber/innen werden bevorzugt bewilligt. Im Sommertourismuskontingent 2016 standen den heimischen Tourismusbetrieben 750 Plätze zur Verfügung (2015: 824). Das Wintertourismuskontingent 2016/17 umfasste 1.100 Plätze (Wintersaison 2015/16 1.190). Wie schon in den Vorjahren konnten ausländische Stammsaisoniers außerhalb der Kontingente bewilligt werden. Insgesamt sind rund 1.700 Personen als Stammsaisoniers im Tourismus registriert.

Der Jahresdurchschnittsbestand an sofort verfügbaren offenen Stellen aus der

Tourismusbranche lag 2016 bei 5.783. Das Stellenangebot im Tourismus verzeichnet ein Plus von 1.393 Stellen bzw. +31,7% (gesamt: +37,7%). Der Anteil der Stellen in dieser Branche an allen offenen Stellen ist mit 14,4% leicht gesunken (2015: 15%). Im Jahresdurchschnitt 2016 standen in den Tourismusberufen 533 Lehrstellensuchenden 1.435 offene Lehrstellen gegenüber. Die Lehrverhältnisse von 919 Personen wurden mit einer Lehrstellenförderung des AMS gefördert.

Die Arbeitsmarktpolitik engagiert sich im Tourismusbereich mit Förderungen und Beratungsdienstleistungen und setzt verstärkt auf Kooperationen mit Unternehmen. Insgesamt wurden 42.000 (+3,9% gegen das Vorjahr) Personen mit Mitteln der aktiven Arbeitsmarktpolitik unterstützt. 67,4 % der Förderungen entfielen auf Qualifizierungen, 43,6% auf Unterstützungsmaßnahmen (darunter sind etwa die Kinderbetreuungsbeihilfe und die Betreuung in externen Beratungseinrichtungen zu verstehen) und 14,6% auf Beschäftigungsförderungen. Mit dem Instrument der Eingliederungsbeihilfe konnten beispielsweise im Jahr 2016 4.535 Personen (60,9% Frauen; 58,7% Ältere über 45 Jahre) bei der (Re-) Integration in den Arbeitsmarkt unterstützt werden.

Generell reichen die vom AMS finanzierten Qualifizierungen von Anlernkursen über Spezialisierungskurse bis zu Vorbereitungskursen für den Lehrabschluss in Tourismusberufen. Das Schulungsangebot des AMS wird stets an die Entwicklungen am Arbeitsmarkt angepasst. Für den Tourismusbereich heißt das konkret, dass

*Im Jahresdurchschnitt 2016 waren 208.144 unselbstständig Beschäftigte im Tourismus tätig*

auf große Flexibilität bei den Kurszeiten und auf modulare Angebote vor allem in Kombination mit Berufserfahrung fokussiert wird. Über die modulare Ausbildungsschiene „Kompetenz mit System“ können Zeiten der Arbeitslosigkeit für Qualifikation und Weiterbildung mit dem Ziel des Lehrabschlusses genutzt werden. Für den Tourismus werden Ausbildungen in folgenden Berufsbereichen angeboten: Küche und Service sowie Hotel- und Gastgewerbeassistenten. Jugendliche, die keinen Ausbildungsbetrieb finden, haben die Möglichkeit, die Lehre zum/zur Koch/Köchin oder zur/zum Restaurantfachfrau/-mann im Rahmen der überbetrieblichen Lehre zu absolvieren. Über das bundesweite Qualifizierungsprogramm „New Skills“ werden Arbeitslose aus dem Tourismusbereich mittels eigenen Fachkursen auf die aktuellen Anforderungen der Branche geschult, um ihre Berufschancen zu erhöhen. Weiters werden diverse Englisch- und Italienischkurse sowie Sprachkurse für Migrant/innen, die einer Tätigkeit im Tourismus nachgehen möchten, aber unzureichend Deutsch sprechen, angeboten. Aus- und Weiterbildungen mit EDV-Schwerpunkten für Reisebüro und Rezeption (z. B. Buchungssysteme) runden das Schulungsangebot ab.

### EURES

EURES (European Employment Services) – das europäische Jobnetzwerk der Arbeitsverwaltungen (Public Employment Services) des EWR und der Schweiz – zielt darauf ab, den europaweiten Stellenaustausch zu intensivieren und die Mobilität der Arbeitnehmer/innen zu erleichtern. Mobilitätsbereite Arbeitskräfte und Unternehmen werden bei der europaweiten Suche und dem Recruiting unterstützt. Eine wichtige Rolle spielt EURES insbesondere in Grenzregionen, d. h. in Gebieten, in denen grenzüberschreitende Pendlerströme stattfinden.

Aber auch im Tourismus spielt die länderübergreifende Vermittlung über EURES eine wesentliche Rolle – der Anteil an Stellen, für die auch Personal aus Europa rekrutiert werden soll, beläuft sich auf 11,8% (durchschnittlich liegt der Anteil bei 8,7%).

## Berufsorientierung im Tourismus

Die Berufswahl gehört wohl zu den schwierigsten Entscheidungen im Leben eines jungen Menschen – insbesondere, da die Berufslandschaft heutzutage vielfältiger denn je ist. Berufsorientierung kann daher nicht früh genug beginnen. Das BMWFW setzt kontinuierlich Initiativen zur Berufsorientierung, um Jugendliche auf die zahlreichen Ausbildungsangebote im Tourismus – angefangen von den elf verschiedenen Lehrberufen über die schulische bis zur akademischen Ausbildung – sowie auf die vielfältigen Beschäftigungsmöglichkeiten aufmerksam zu machen.

### Imagefilm „Karriere im Tourismus – sei dabei!“

BMWFW und WKÖ haben diesen Imagefilm über die Lehrberufe im Tourismus beauftragt und im Juni 2016 veröffentlicht. Der Film steht allen Partnern in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft auf youtube.com zur Verfügung.



### Mitarbeiterinterviews auf whatchado.com

Whatchado.com, die „Online-Karrieremesse“, hilft mittels Video-Storytelling jungen Menschen, ihre eigene Berufung zu finden. Im Auftrag von BMWFW und WKÖ wurde eine Interviewreihe mit 16 Mitarbeiter/innen im Tourismus produziert, die anhand von sieben standardisierten Fragen über ihre Berufe und Werdegänge erzählen. Diese Interviews sind seit Juni 2016 verfügbar und mannigfaltig verlinkt, unter anderem mit dem Channel der ÖHV „Karriere im Hotel“.

### „get a job – deine Chancen im Tourismus“

Dieses interaktive Berufsorientierungsprojekt an Schulen hat sich dank einer Initialförderung des BMWFW nun bereits in sechs Bundesländern (Burgenland, Kärnten, Niederösterreich, Oberösterreich, Salzburg und Steiermark) etabliert.

Die Feedback-Befragungen des durchführenden Vereins BEN (Verein zur Berufseingliederung & Nachwuchskräfteförderung, Graz) zeigen, dass Lehrkräfte und Schüler/innen die Workshops sehr positiv erleben.

Die vorläufige Bilanz seit Einführung 2003/04 ist beachtlich:

- Teilnahme von mehr als 45.000 Schüler/innen aus der 7., 8. und 9. Schulstufe
- Abhaltung von über 2.700 Workshops
- Über 400 Tourismusbetriebe als Partner
- Involvierung von rund 3.500 Berufsorientierungslehrer/innen 📍

*Das Coolste ist, dass  
du mit einer Ausbildung  
im Tourismus auf der  
ganzen Welt arbeiten  
kannst.*



## Aus- und Weiterbildung im Tourismus

### Lehrberuf „Hotelkaufmann/Hotelkauffrau“

Seit Juni 2015 gibt es den Lehrberuf Hotelkaufmann/Hotelkauffrau. Die Dauer der Lehrzeit dieses Lehrberufs beträgt drei Jahre. Die Schwerpunkte der Ausbildung liegen in den Bereichen Rezeption, Lager/Einkauf, Buchhaltung und Controlling, Human Resources und Lohnverrechnung, Marketing, Reservierung und Verkauf, Conference und Bankett. Zum Stichtag 31. Jänner 2017 befanden sich 65 Lehrlinge im ersten und zweiten Lehrjahr in der Ausbildung zum Hotelkaufmann (14) beziehungsweise zur Hotelkauffrau (65).

### „Lehre statt Leere“, Lehrlingscoaching in ganz Österreich!



Nach einer Pilotphase in vier Bundesländern wurde mit dem „Tag der Lehre“ 2015 das Lehrlingscoaching auf ganz Österreich ausgerollt. „Lehre statt Leere“ bietet Jugendlichen in der Lehre sowie auch den Ausbildungsbetrieben kostenlos individuelle Beratung und Begleitung. Das Lehrlingscoaching und Lehrbetriebscoaching wird von BMWFW und BMASK unterstützt.

Im Berichtszeitraum zwischen November 2015 und September 2016 gab es insgesamt 870 Coachingfälle. Mehr als jeder zweite Lehrling und Lehrbetrieb setzte das Coaching nach dem Erstgespräch fort (53,2% bzw. 51,5%).

### Integrations-Förderprojekt INPETO

Mit Schulbeginn 2016 startete das Projekt INPETO – Integrations-Perspektive-Tourismus. Fördernehmer ist die Qualifizierungsagentur, Durchführungsort ist die Landesberufsschule Bad Gleichenberg.

18 Teilnehmer/innen werden in diesem 10-monatigen Kurs zum Erwerb von Sprach-, Fach- und Selbstkompetenzen auf eine Lehre im Tourismus vorbereitet. Möglich ist dies nach einer am 1. Jänner 2016 in Kraft getretenen Änderung der Förderrichtlinie gemäß § 19c Abs. 1 Z 8 des Berufsausbildungsgesetzes (BAG).

### Auslandspraktika für Tourismuslehrlinge

Mit einem Auslandspraktikum sammeln Lehrlinge wertvolle Erfahrungen im internationalen Umfeld und stärken ihre sprachlichen und interkulturellen Kompetenzen. Diese Praktika werden aus Mitteln des europäischen Programms Erasmus+ finanziert und vom BMWFW zusatzfinanziert.

Der Internationale Fachkräfteaustausch (IFA) übernimmt die Organisation von Reise, Praktikumsplatz, Unterkunft und Sprachkurs. Im Jahr 2016 machten 24 Tourismuslehrlinge ein Auslandspraktikum. 📍



## 4

## THEMENFELDER

## Charta „Kulinarisches Österreich“

Urlaub in Österreich ist untrennbar mit der typisch österreichischen Gastfreundschaft und regionaler Kulinarik verbunden. Reine Kulinarik-Reisende sind zwar noch selten, nur rund 3 % aller Sommergäste geben explizit an, einen Wein- oder Kulinarik-Urlaub in Österreich zu machen, als Zusatzangebot beeinflusst Kulinarik aber maßgeblich die Destinationswahl. Kulinarik prägt daher das Gesamterlebnis entscheidend mit, macht Authentizität, Regionalität und Nachhaltigkeit in einer Destination erlebbar, stärkt die Markenidentität und macht Destinationen unterscheidbar. Beachtliche 30 % der Reiseausgaben entfallen auf Kulinarik.

Vor diesem Hintergrund unterzeichneten am 7. Mai 2016 u.a. Vizekanzler und Tourismusminister Dr. Reinhold Mitterlehner, Landwirtschaftsminister Dr. Andrä Rupprechter sowie Vertreter/innen der heimischen Spitzengastronomie die „Charta Kulinarisches Österreich“. Diese soll das Profil Österreichs als Land der Feinschmecker weiter schärfen und Betriebe und Produzenten motivieren, sich noch stärker mit Kulinarik auseinanderzusetzen. In einer Zeit, in der touristisches Angebot oft austauschbar wird, wo verstärkt von Tourismusindustrie gesprochen wird, dient Kulinarik als Alleinstellungsmerkmal und Standortvorteil. 📍



V.l.n.r.: Michael Blass, Geschäftsführer der AMA-Marketing, Oskar Wawschinek, Generalsekretär des Kuratoriums Kulinarisches Erbe, Franz Windisch, Präsident der Wiener Landwirtschaftskammer, Vizekanzler Reinhold Mitterlehner, Birgit Reitbauer, Landwirtschaftsminister Andrä Rupprechter, Mario Pulker, Bundesobmann der Sparte Gastronomie der Wirtschaftskammer, Klaus Buttenhauser, Obmann des Koch.Campus, Petra Stolba, Geschäftsführerin der Österreich Werbung, Ferdinand Maier, Präsident des Kuratoriums Kulinarisches Erbe, Heinz Reitbauer





Helmut Grasser, Stefan Ruzowitzky, Violetta Schurawlow, Sammy Sheik, Tobias Moretti und Benedict Neuenfels

## Film & Tourismus in Österreich

Das BMFWF hat 2010 das Filmförderungsmodell „FISA – Filmstandort Austria“ ins Leben gerufen.

Ziel des Finanzierungsinstrumentes ist es, die Wettbewerbsfähigkeit der österreichischen Filmwirtschaft zu verbessern, Impulse für den Filmproduktionsstandort zu setzen und internationale Koproduktionen zu erleichtern. Mit einem Fördervolumen von 7,5 Mio. Euro wurden im Jahr 2016 24 Kinofilme unterstützt, darunter „Die Hölle“ unter der Regie von Stefan Ruzowitzky.

Damit wurde 2016 alleine aus der Herstellung eine Wertschöpfung im Ausmaß von rund 34,8 Mio. Euro in Österreich erzielt.

Weiters veranstaltete das BMFWF gemeinsam mit der Location Austria, der nationalen Film Commission, 2016 zwei Fachkonferenzen in Wien und Salzburg zu „FILM&TOURISMUS“. Die Veranstaltungen boten Tourismusverantwortlichen Gastvorträge internationaler Tourismus- und Filmexpert/innen u. a. aus Nordirland, England und Italien. Thematisiert wurden vor allem erfolgreiche Kampagnen und Erfahrungen mit der touristischen Vermarktung von Filmen. Sowohl nationale als auch internationale Paradebeispiele (z. B. „Der Bergdoktor“, „Game of Thrones“ oder „The Sound of Music Tour“) wurden präsentiert. 📍

## 3. Österreichischer Innovationspreis Tourismus 2016



### „Innovative Inszenierung der Ressource Wasser“

Am 11. Mai 2016 wurde zum dritten Mal der Innovationspreis

Tourismus in St. Johann/Pongau verliehen. Diese gemeinsame Auszeichnung von Bund und Bundesländern soll die Bedeutung des Tourismus unterstreichen und die herausragendsten und innovativsten Impulse in diesem Wirtschaftssektor auszeichnen.

### Sieger Kategorie „Einzelbetriebe“

Berg & Skilift Hochsöll GmbH & Co KG aus Tirol – Projekt „Blaues Wunder/Hexenwasser“

### Sieger Kategorie

#### „Überbetriebliche Kooperationen“

Salzburger Verein Hohe Tauern Health – Projekt „Gesundheitsurlaub für Allergiker und Asthmatiker“

Die Wettbewerbsbroschüre mit allen Nominierten und Siegerprojekten kann in der Tourismus-Servicestelle unter [tourism@bmwfw.gv.at](mailto:tourism@bmwfw.gv.at) bestellt werden. 📍



## Webpräsenz

### Leitfaden „Der Beherbergungsbetrieb und seine Webpräsenz“

Trotz steigendem Anteil von Buchungen über Buchungsplattformen verliert die hoteleigene Homepage nicht an Bedeutung.

Ein alternativer Vertriebskanal durch eine eigene Webpräsenz hilft, die Abhängigkeit von Buchungsplattformen zu reduzieren und einen angemessenen Preis für die angebotene Dienstleistung zu erzielen. Das BMWFW hat daher eine Expertengruppe der TU Wien/ Universität Innsbruck/Semantic Technology Institute (STI) beauftragt, in einem Leitfaden den aktuellen technischen Stand und die Anforderungen der Webpräsenz von Beherbergungsbetrieben zusammenzufassen.

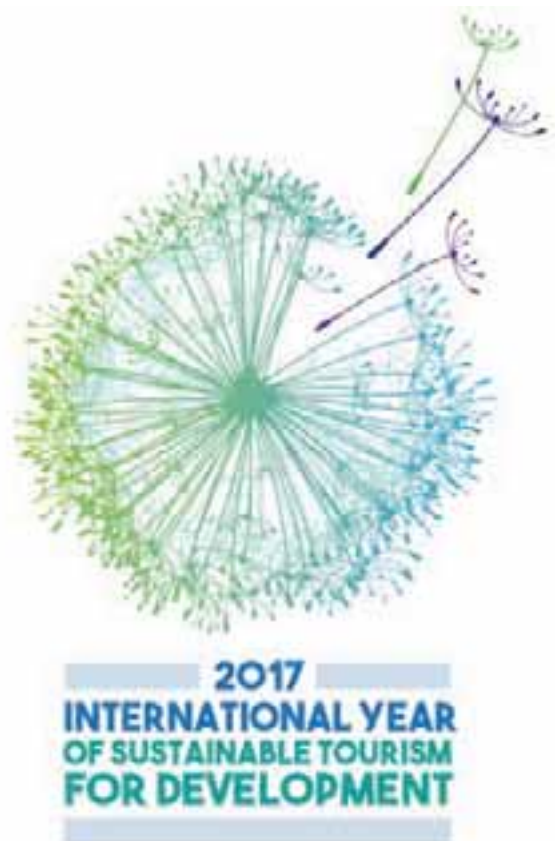
Waren vor einigen Jahren noch Multimedia-Inhalte und viele blinkende Elemente für den Erfolg einer Homepage ausschlaggebend, so sind es heute direkte Buchungsmöglichkeiten und die gute maschinelle Verarbeitung und Lesbarkeit der Daten.

Der Leitfaden beschreibt die technischen und inhaltlichen Anforderungen an eine Webseite und gibt Beispiele für Implementierungen. Zielgruppe sind Hoteliers, Marketingagenturen und IT-Dienstleister. Dieser ist unter [http://bit.ly/leitfaden\\_webpraesenz](http://bit.ly/leitfaden_webpraesenz) abrufbar. 📍

## Nachhaltige Entwicklungsziele

Das Jahr 2017 wurde von den Vereinten Nationen zum Internationalen Jahr des nachhaltigen Tourismus für Entwicklung erklärt. Als zentrale Koordinationsstelle ruft die UNWTO zu zielgerichteten Initiativen auf. Die Bevölkerung soll dafür sensibilisiert werden, welchen großen Beitrag der Tourismus im Rahmen der Umsetzung der Globalen Nachhaltigkeitsziele (Sustainable Development Goals – SDG) leisten kann. Im Fokus stehen Ethik und Konsumentenschutz, Barrierefreiheit, Frieden und Armutsbekämpfung, Integration lokaler Bevölkerung in Tourismusaktivitäten, Kultur- und Naturerbe, Ressourcenmanagement und Klimawandel.

Das BMWFW erarbeitete einen Online-Folder, der die Ziele der UNWTO beinhaltet, Expert/innen zu Wort kommen lässt und Umsetzungsbeispiele aufzeigt. Der Folder ist unter [http://bit.ly/SDG\\_Folder](http://bit.ly/SDG_Folder) abrufbar. 📍





## Nachhaltige Mobilität

Für Tourismusdestinationen sind Erreichbarkeit und Mobilität vor Ort, nicht zuletzt in Hinblick auf Gästezuwächse, entscheidende Faktoren. Bedingt durch eine Veränderung des Mobilitätsverhaltens stehen neue und attraktive Mobilitätslösungen im Mittelpunkt. Kooperation ist für die Umsetzung nachhaltiger Mobilitätslösungen essenziell, auch auf Bundesebene. Daher setzen BMWFW, BMLFUW und BMVIT gemeinsame Initiativen zur Bewusstseinsbildung und Vernetzung.

### 3. Tourismus-Mobilitätstag in Velden/Wörthersee

Am 11. Oktober 2016 fand der 3. Tourismus-Mobilitätstag mit rund 150 Teilnehmer/innen in Velden/Wörthersee statt. In Impulsreferaten und Fachgesprächen wurden notwendige Schritte zur Umsetzung von sanften Mobilitätsangeboten und funktionierende Projekte vorgestellt. Die bei der Veranstaltung präsentierte Anleitung für Praktiker/innen „Wie wird meine Tourismusdestination nachhaltig mobil?“ hilft bei der Umsetzung von sanft-mobilen Angeboten und kann unter [tourismusmobilitaet@bmwfw.gv.at](mailto:tourismusmobilitaet@bmwfw.gv.at) bestellt werden.

Plattformen wie „Nachhaltige Mobilität im Tourismus“ und „Rail Tour für Touristiker“ mit Stakeholdern aus Verwaltung, Tourismus und Verkehr arbeiten permanent an der Vernetzung und zukunftsweisenden und umweltfreundlichen Mobilitätslösungen.

### Radtourismus in Österreich

2016 beschäftigte sich die Arbeitsgruppe Radtourismus mit dem Schwerpunktthema „Einheitliche Radwegweisung in Österreich“. Im Rahmen eines Kooperationsprojekts von BMWFW, BMLFUW und neun Bundesländern wurde unter Koordination des Umweltbundesamts ein Konzept zur „Systematik der Radhaupttrouten in Österreich“ mit dem Ziel beauftragt, österreichweite Haupttradrouten und Landesrouten zu definieren.

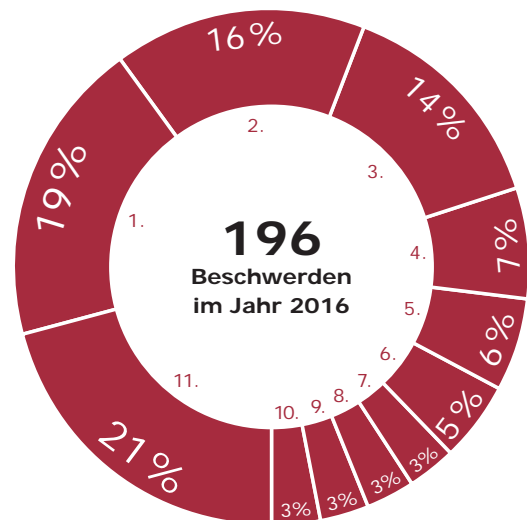
Weiters unterstützte das BMWFW das Projekt „Gästabefragung Donauradweg 2016“. Ziel der Studie war es, die Gästabefragung an den 17 Frequenz-Zählstellen entlang des Donauradwegs aus 2010 zu wiederholen, um die Veränderungen hinsichtlich qualitativer Kriterien wie Gästestruktur, Kundenzufriedenheit usw. messen zu können.

Die Ergebnisse der Umfrage wurden im Frühjahr 2017 veröffentlicht unter:

<http://bit.ly/gaestebefragung>

## Vermittlung in Konfliktfällen

Aufgabe der Tourismus-Servicestelle ist die kostenlose, unbürokratische und unparteiische Vermittlung in Konfliktfällen zwischen Reisenden und Tourismusanbietern. Bei rund 60 % der Beschwerdefälle konnte 2016 rasch und unbürokratisch eine Lösung gefunden werden.



- 1 | Storno
- 2 | Reisemängel
- 3 | Unfreundlichkeit
- 4 | Preis/Leistung
- 5 | Prospektwahrheit
- 6 | Weiterleitung an Agentur für Passagier- und Fluggastrechte (apf)
- 7 | Überbuchung/kein Zimmer bei Ankunft
- 8 | Sauberkeit
- 9 | Terminverschiebung
- 10 | ASFNAG (Vignette, Maut)
- 11 | Sonstige (nicht weiter aufgeschlüsselt)



## Die Privatvermietung in Österreich

*Mit mehr als 23 Millionen  
Nächtigungen im Jahr 2016  
verzeichneten die mehr als  
43.000 österreichischen  
Privatvermieter/innen rund  
16,4 % des österreichweiten  
touristischen Nächtigungs-  
aufkommens*



Beitrag von  
Thomas  
Schanzer,  
Bundesobmann  
des Privatver-  
mieter Verband-  
des Österreich

### Ein wichtiges Standbein der Tourismuswirtschaft

Die österreichische Privatvermietung ist aus der Urlaubstradition der „Sommerfrische“ gegen Ende der 1950er Jahre entstanden. Das typische „Zimmer mit Frühstück“ hatte schon damals als sehr persönliches Urlaubsquartier einen ganz besonderen Charme. Und genau damit treffen die Privatvermieter/innen in Österreich auch heute noch den Nerv der Zeit. Auch wenn sich die Qualität und der Komfort im Privatquartier immens gesteigert haben, ist es immer noch diese ganz persönliche Note, die für die reiseaffine und kaufkräftige Zielgruppe von „Urlaub in

Österreich“ einen ganz besonderen Anreiz darstellt. Diese Reisenden suchen nach authentischen Erlebnissen. Sie wollen die Urlaubsregion ganz individuell erkunden, Geheimtipps erhalten und mit der lokalen Bevölkerung in Kontakt kommen. Am besten gelingt ihnen das, indem sie gleich bei Einheimischen einziehen und „Urlaub ganz privat“ erleben. Wer könnte einem Urlaubsgast glaubwürdiger die Lebensart und Traditionen des Landes vermitteln als ein/e Gastgeber/in, die/der in der Region

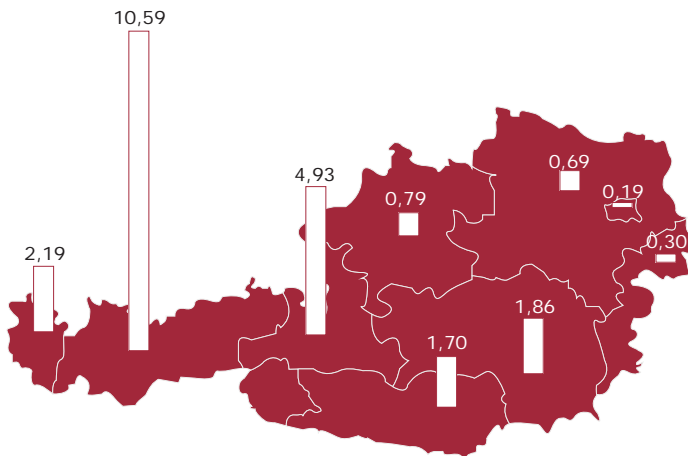
### Nächtigungen im Privatquartier in den letzten zehn Jahren

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Nächtigungen im Privatquartier	20,8	22,0	21,5	20,9	20,7	21,5	21,9	21,5	21,9	23,2
Gesamte Nächtigungen	121,5	126,7	124,3	124,9	126	131	132,6	131,9	135,2	141,5

Tabelle: Angabe in Millionen / Quelle: Statistik Austria

Von 2007 bis 2016 ist die Anzahl der Nächtigungen bei Österreichs Privatvermietern konstant hoch geblieben und beläuft sich stets auf mehr als 20 Millionen pro Jahr. So konnten die österreichischen Privatvermieter im Kalenderjahr 2016 rund 23,2 Mio. Nächtigungen für sich verbuchen und damit einen Anteil von 16,42 % an den gesamten Nächtigungen in Österreich erreichen.

### Nächtigungen bei Privatvermietern nach Bundesländern (in Mio.) 2015



tief verwurzelt ist? Mit ihrer Professionalität und ihrem Engagement gelingt es den modernen österreichischen Privatvermieter/innen, ihren Gästen einen ganz persönlichen Weg zu Lebensfreude und Entfaltung zu zeigen und einzigartige Urlaubserlebnisse zu bieten, die noch lange in Erinnerung bleiben. Neben dem landschaftlichen und kulturellen Reichtum, der besonderen Kulinarik und dem Spannungsfeld aus Tradition und Moderne sind es nämlich vor allem die Menschen, ihre Lebensart und Gastfreundschaft, die im immer härter werdenden Konkurrenzkampf der internationalen Destinationen einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil darstellen.

### Vom „Zimmer mit Frühstück“ zum modernen Urlaubserlebnis

Die Privatvermieter/innen gehen mit ihrem Angebot aber mit der Zeit und passen sich den veränderten Gästewünschen an. So gibt es das klassische „Zimmer mit Frühstück“ („Bed & Breakfast“) nach wie vor, doch der Trend geht – insbesondere seit den letzten zwei Jahrzehnten – eindeutig in Richtung Ferienwohnung bzw. Appartement. Damit entsprechen die Privatvermieter/innen den heutigen Standards und können die Bedürfnisse ihrer Gäste noch besser erfüllen.

### Professioneller und moderner – der Privatvermieter Verband Österreich

Die österreichische Privatvermietung, der lange ein eher „verstaubtes“ Image

anhafte, präsentiert sich heute professioneller, kreativer und flexibler als jemals zuvor. Nicht zuletzt dank einer Bündelung der Kräfte unter dem österreichweiten Dachverband – dem „Privatvermieter Verband Österreich“. Seit Oktober 2011 sind alle Verbände aus den einzelnen Bundesländern Mitglied des gemeinsamen Dachverbands. Seit diesem Zusammenschluss konnte der Privatvermieter Verband Österreich bereits einige wichtige Ziele erreichen: Der gemeinsame Auftritt nach außen wurde unter anderem mit der Online-Plattform [www.bedandbreakfastaustria.at](http://www.bedandbreakfastaustria.at) gestärkt und professionalisiert. Das gut funktionierende System der Vermieterakademie des Tiroler Landesverbandes wurde auch in anderen Bundesländern in ähnlicher Form eingeführt. Dadurch konnten die Weiterbildungs- und Schulungseinrichtungen für Privatvermieter/innen in ganz Österreich intensiviert werden.

Mit der Einführung bundesweit einheitlicher Kriterien zur Qualitätsauszeichnung und -sicherung konnte im Jahr 2012 ein ganz besonderer Meilenstein gesetzt werden. Mit diesem Bewertungssystem gelten für das gesamte Land einheitliche Richtlinien in der Prädikatisierung der Privatvermieter/innen. Es ist unbestritten, dass kategorisierte Betriebe einen Wettbewerbsvorteil haben. Ob 2, 3 oder 4 Symbole – jedes österreichische Gütesiegel bürgt für eine bestimmte Qualität der Unterkunft, auf die sich der Gast verlassen kann.

### Zahlen, Daten, Fakten zur Privatvermietung

Im Jahr 2016 generierten die Privatvermieter österreichweit mehr als 23 Millionen Nächtigungen (23.229.792), was rund 16,4 % der Gesamtnächtigungen (141,5 Millionen) entspricht. Insgesamt gab es in Österreich (Berichtszeitraum November 2015 – Okt. 2016) rund 43.900 Privatvermieter mit 299.200 Betten. 📍





## Urlaub am Bauernhof



Beitrag von Mag.  
Hans Embacher,  
Geschäftsführer  
von Urlaub am  
Bauernhof in  
Österreich

### Modell einer nachhaltigen Zusammenarbeit im ländlichen Raum

Österreichweit gibt es insgesamt 9.895 Betriebe mit dem Angebot „Urlaub am Bauernhof“ (UaB). In den landwirtschaftlichen Betrieben stehen lt. Statistik Austria 113.764 Gästebetten bereit, das entspricht 11 % des gesamten touristischen Bettenangebots in Österreich.

Die Zahl der Nächtigungen auf Bauernhöfen ist in der Kategorie „privat am Bauernhof“ (bis 10 Betten, ohne Ferienwohnungen) 2016 um 0,2 % gestiegen, jene der angebotenen Betten hat um –4,8 % abgenommen. Der Strukturwandel hin zu Ferienwohnungen geht unverändert weiter. Bei den Ferienwohnungen (am Bauernhof) stieg 2016 die Zahl der UaB-Betten gegenüber dem Vorjahr um

1,2 %, die UaB-Nächtigungen in Ferienwohnungen nahmen gleichzeitig um 4,7 % zu (Quelle: Statistik Austria). Somit konnte die Auslastung sowohl bei den Zimmern als auch bei den Ferienwohnungen auf den Bauernhöfen gesteigert werden.

### Urlaub am Bauernhof – eine starke Marke mit geprüfter Qualität

Seit 1991 arbeiten 2.350 Ferienbauernhöfe (davon 12 % gewerbliche Betriebe) mit insgesamt ca. 30.000 Gästebetten in der österreichweiten „Urlaub am Bauernhof“-Organisation zusammen, welche im Rahmen des ökosozialen Weges der Landwirtschaft gegründet wurde. Die durchschnittliche Betriebsgröße beträgt 12,5 Gästebetten. Voraussetzung für die Mitgliedschaft bei einem der 8 UaB-Landesverbände (alle Bundesländer außer Wien) ist eine aktive Landwirtschaft und die Qualitätsüberprüfung. Grundlage der Zusammenarbeit ist die gemeinsame Marke „Urlaub am Bauernhof“.

Seit 1993 sind alle Mitgliedsbetriebe qualitätsgeprüft und mit 2, 3 oder 4 Blumen ausgezeichnet. Überprüft wird der Standard des Gesamtangebotes in den Bereichen Bauernhofqualität, Ausstattungsqualität und

*Urlaub am Bauernhof versteht sich als unverwechselbares Angebot und leistet einen wichtigen Beitrag zu einer nachhaltigen Tourismusentwicklung und zur Belebung des ländlichen Raumes*



Servicequalität, wobei Regionalität hohe Bedeutung hat. Aktuell wird an der Integration von Gästebewertungen in das UaB-Qualitätssicherungssystem im Sinne eines dynamischen Qualitätsmonitorings gearbeitet, an einer noch stärkeren Differenzierung des Angebots im oberen Qualitätsbereich sowie an einer Integration von außergewöhnlichen Höfen und Raritäten, die bisher nicht eingestuft werden konnten.

### Gemeinsam auf den Markt

Durch den gemeinsamen Auftritt wird das „Urlaub am Bauernhof“-Angebot der vielen Klein(st)betriebe als ganzjähriges Qualitätsangebot positioniert und am Markt erkennbar. Die Vielfalt, Individualität und Unterschiedlichkeit der Anbieter wird dabei bewusst als Stärke präsentiert. Mit strategischer Angebotsdifferenzierung wird das UaB-Angebot für die Gäste überschaubar, Kunden finden entsprechend ihrer individuellen Urlaubsmotive und -bedürfnisse die passenden Angebote. Durch Konzentration der Marketingbudgets sind größere Kampagnen (wie z. B. TV-Promotions) oder die Bearbeitung der Wachstumsmärkte Ungarn, Tschechien und Polen realisierbar. Eckpfeiler der Marketingarbeit sind vielfältige Wirtschaftskooperationen und in den letzten Jahren vor allem das Internet. Durch gezieltes Communitybuilding wird Gästebindung an die Urlaubsform angestrebt (zusätzlich zur emotionalen Bindung an den Hof).

### UaB im Internet

Die gemeinsame UaB-Internet-Plattform [www.UrlaubamBauernhof.at](http://www.UrlaubamBauernhof.at) besteht seit 1998. In der Zwischenzeit ist das Internet zum wichtigsten Marketinginstrument für die Mitgliedsbetriebe geworden. Mit Hilfe des UaB-Channelmanagements wird die Dateneingabe für die Betriebe erleichtert – bei Auftritt auf mehreren Plattformen werden durch den automatischen Datenabgleich Doppelbuchungen verhindert. Der Bereich Online-Buchungen ist stark wachsend: Im Jahr 2016 wurde über das UaB-Channelma-

nagement ein Online-Umsatz von 9,5 Mio. Euro (+23,7% gegenüber 2015) aus 99 verschiedenen Ländern generiert.

### Wirtschaftlichkeit

Die Mitgliedsbetriebe erreichten eine Auslastung von 64 Vollbelegtagen/Gästebett in der Sommersaison 2016 und 48 Vollbelegtagen in der Wintersaison 2015/16 (auf Zimmer- bzw. FeWo-Basis wäre diese noch erheblich höher). Nicht nur die Auslastung, auch der Durchschnittspreis der Mitgliedsbetriebe liegt mit 34,90 Euro pro Person/Tag (Zi/Frühstück) bzw. 83,60 Euro pro Ferienwohnung (4 Personen) erheblich über dem statistischen Durchschnitt aller bäuerlichen Beherbergungsbetriebe.

Die Preise wurden seit Beginn der UaB-Zusammenarbeit um +166% angehoben (bei einer kumulierten Inflation von 65% im gleichen Zeitraum). Diese Preisentwicklung auf dem sehr wettbewerbsintensiven Tourismusmarkt reflektiert die erfolgreiche Positionierung von UaB als touristisches Qualitätsangebot.

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

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

### UaB-Entwicklung (Mitglieder)

Jahr	Ø Preis in Euro (Sommer, Zi/FSt)	Vollbelegtage pro Bett/Jahr	Ø Umsatz/Bett in Euro
1991	13,10	90	1.179
2007	22,90	102	2.235,8
2016	34,90	111	3.874

Verbraucherpreisindex (Basis: 1986): 1991 – 113,1 / 2007 – 157,8 / Nov 2016 – 187,4  
Quelle: Statistik Austria

## Reisebürobranche

Beitrag  
des Fachver-  
bands der  
Reisebüros,  
WKO

Oft wird behauptet, dass das Reisebüro gegenüber einer Buchung im Internet an Bedeutung verliert. Dies ist aber falsch. Gerade in unsicheren Zeiten ist es wichtig, einen kompetenten Ansprechpartner zu haben, der sich um einen kümmert, sollte etwas passieren. Das Internet wird zwar als Informationsmedium verwendet, gebucht wird aber letztlich lieber im Reisebüro. Dies zeigt sich auch in der Tatsache, dass in den letzten Jahren die Zahl der österreichischen Reisebürostandorte leicht gestiegen ist!

Mit Stichtag 31. Dezember 2016 übten 2.674 Betriebe das Reisebürogewerbe aus, 2.157 davon verfügen über eine unbeschränkte Reisebüroberechtigung. Rund 735 dieser Reisebüros treten als Reiseveranstalter auf.

In den Reisebüros sind rund 9.900 unselbstständige Mitarbeiter/innen beschäftigt (Quelle: WKO Beschäftigungsstatistik 2015, unselbstständige inkl. geringfügig Beschäftigte). Sie brachten einen Umsatzerlös von rund 4,9 Mrd. Euro. Reisebüros bilden derzeit rund 260 Lehrlinge aus. Incoming-Reisebüros tragen mit rund 24 Mio. gebuchten Nächtlungen und einem Umsatz von rund

1 Mrd. Euro zum Erfolg des heimischen Tourismus bei. Gemessen an der Bevölkerungszahl hat Österreich eine hohe Reisebürodichte, statistisch gesehen versorgt ein Reisebüro rund 3.200 Einwohner/innen.

### Unternehmensstruktur

Die Reisebürobranche ist durch sehr viele Kleinunternehmen geprägt, es dominieren Betriebe mit bis zu neun Beschäftigten. Auf diese Kleinbetriebe entfallen zwar 80% aller Reisebüros, sie teilen sich aber nur knapp ein Fünftel der Umsatzerlöse der Branche. Den Großteil des Umsatzvolumens der Branche lukrieren die rund 30 Unternehmen mit 50 und mehr Beschäftigten. 75% des gesamten Reisemarkts in Österreich entfallen auf nur vier große Veranstalter. 📍

*Das Internet wird zwar als Informationsmedium verwendet, gebucht wird aber letztlich lieber im Reisebüro. Dies zeigt sich auch in der Tatsache, dass in den letzten Jahren die Zahl der österreichischen Reisebürostandorte leicht gestiegen ist*





# 5 FÖRDERUNGEN

## Förderungen für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft

Das BMWFW setzt auch 2016 Budgetmittel für Förderungsmaßnahmen im touristischen Bereich ein, um zur weiteren Entwicklung des Qualitätstourismus in der österreichischen Tourismus- und Freizeitwirtschaft beizutragen.

Der überwiegende Teil der Förderungsmittel wird für die betriebliche Tourismusförderung des Bundes zur Verfügung gestellt, die von der Österreichischen Hotel- und Tourismusbank Gesellschaft m.b.H. (ÖHT) abgewickelt wird. Dem BMWFW kommt dabei die Schnittstellenfunktion zu, die im Wesentlichen die Ausarbeitung der Rechtsgrundlagen und die Kontrolle ihrer Einhaltung, die Teilnahme an der Entscheidungsfindung sowie die Sicherstellung des Mittelflusses umfasst.

Als Förderungsinstrumente werden Zuschüsse, Zinsenzuschüsse zu Krediten sowie Haftungen eingesetzt.

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 ist beim BMWFW angesiedelt. Sie entscheidet über die Vergabe von ERP-Fondsmitteln an die Tourismuswirtschaft, die über die ÖHT als Treuhänderin des ERP-Fonds angesprochen werden können.

Folgende Zahlen skizzieren das Jahr 2016 im Bereich der betrieblichen Tourismusförderung:

- 724 Förderungsfälle mit einem bundeseitigen Förderbarwert von rund 16 Mio. Euro wurden positiv erledigt. Alle Förderemp-

fänger sind KMU, rund 94,3% davon sind kleine Unternehmen.

- 95 Jungunternehmer/innen konnten insgesamt unterstützt werden. Im Rahmen dieser Projekte wurden Investitionen im Umfang von etwa 17,6 Mio. Euro umgesetzt.
- Das gesamte geförderte Investitionsvolumen beläuft sich auf rund 662 Mio. Euro.
- Hotelunternehmen mit rund 33.000 Betten wurden im Hard- bzw. Software-Bereich qualitativ verbessert, das sind etwa 5,8% des gesamten gewerblichen Bettenangebotes Österreichs.
- Alle unterstützten Unternehmen werden nach Durchführung der geplanten Maßnahmen rund 960 Mio. Euro an Umsatz erzielen und rund 11.000 Mitarbeiter/innen beschäftigen. Etwa 5% der Arbeitnehmer/innen des Beherbergungs- und Gaststättenwesens arbeiten demnach in im Jahr 2016 geförderten Unternehmen.
- Der Mitteleinsatz auf Bundesebene betrug (als Subventionsäquivalent) rund 16 Mio. Euro oder rund 0,08% der direkten Wertschöpfung des Tourismus (lt. TSA, Prognose für 2015).

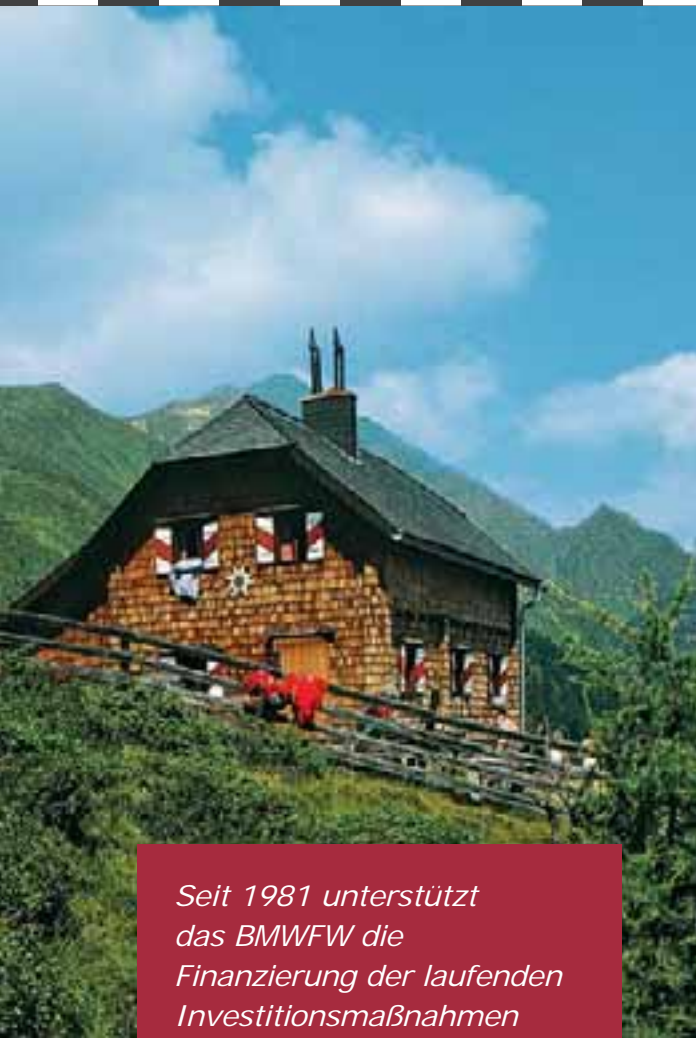
Weitere Informationen zu den 2016 durchgeführten Förderungsmaßnahmen finden sich auf der Homepage der ÖHT unter [www.oeht.at](http://www.oeht.at) und in nachfolgendem Gastbeitrag der ÖHT-Geschäftsführung.

### Leuchtturmprojekte

Im Jahr 2016 wurde die erfolgreiche Förderaktion „Innovationsmillion – Leuchtturmprojekte“ wieder durchgeführt, für deren Umsetzung Tourismusförderungsmittel des







*Seit 1981 unterstützt  
das BMFWF die  
Finanzierung der laufenden  
Investitionsmaßnahmen  
der alpinen Schutzhütten,  
Wander- und Bergwege*



BMFWF als auch EU-Mittel aus dem Österreichischen Programm für ländliche Entwicklung 2014–2020 herangezogen werden.

Im Rahmen eines Projektauftrags wurden nach Durchführung des formalen Auswahlprozesses aus 14 korrekt eingereichten Projektanträgen sechs Siegerprojekte von einer Fachjury ermittelt. Eine Kurzbeschreibung zu diesen Siegerprojekten kann auf der Webseite des BMFWF abgerufen werden:

[http://bit.ly/bmwfw\\_leuchtturmprojekte](http://bit.ly/bmwfw_leuchtturmprojekte)

#### **Förderung der alpinen Infrastruktur**

Seit 1981 unterstützt das BMFWF jährlich die Finanzierung der laufenden Investitionsmaßnahmen für alpine Schutzhütten und Wander- und Bergwege, die von den im Verband der alpinen Vereine Österreichs (VAVÖ) zusammengeschlossenen Vereinen betreut werden (Österreichischer Alpenverein, Naturfreunde Österreich, Österreichischer Touristenklub, diverse Kleinvereine).

Die 12 Mitgliedsvereine des VAVÖ erhalten 442 Schutzhütten. Im Jahr 2016 wurden Förderungsmittel in der Höhe von 3,6 Mio. Euro bereitgestellt. Die Ziele der Förderung bestehen in der Sicherung des Bestandes und Erhaltung/Weiterentwicklung der Qualität der Schutzhütten und Wege. Gefördert werden Investitionen in Bausubstanz, Komfort/Sicherheit für Gäste und Mitarbeiter/innen, Behördenauflagen (Brandschutz, Arbeitnehmerschutz, Hygiene etc.).

#### **EU-Förderprogramme**

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

### Österreichisches Programm für ländliche Entwicklung 2014–2020 (ELER)

Im Rahmen der Umsetzung des LE-Programms 2014–2020 unterstützt das BMWFV Vorhaben in den Bereichen „Investitionen in kleine touristische Infrastruktur“ und „Zusammenarbeit von kleinen Wirtschaftsteilnehmer/innen bei der Entwicklung und/oder Vermarktung von Tourismusdienstleistungen mit Bezug zu ländlichem Tourismus“.

Im Jahr 2016 konnten zwei Tourismusprojekte in ländlichen Gebieten, die im Wege eines Projektaufrufs ermittelt wurden, mit insgesamt rund 0,3 Mio. Euro (BMWFV- und ELER-Mittel) genehmigt werden.

Nähere Informationen über die Möglichkeiten der Antragstellung für das Jahr 2017 können auf der Webseite des BMWFV ([www.bmwf.vg.at/tourismus](http://www.bmwf.vg.at/tourismus)) unter Tourismusförderungen abgerufen werden. 📍

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

- Beim Ziel „Investitionen in Wachstum und Beschäftigung“ (IWB) werden EFRE-Mittel zur betrieblichen Tourismusförderung im Wege der Österreichischen Hotel- und Tourismusbank (ÖHT) bereitgestellt.
- Eine weitere Schwerpunktsetzung liegt beim Ziel „Europäische Territoriale Zusammenarbeit“ (ETZ).

Weiterhin sollen auch im Bereich der grenzüberschreitenden und transnationalen ETZ-Programme Tourismusprojekte unterstützt werden, die den strategischen Schwerpunkten des BMWFV entsprechen (geografischer Fokus: Alpen- und Donauraum; bzw. thematischer Fokus: grenzüberschreitende Themenwege, Kulturstraßen etc.).

Für weiterführende Informationen zu den Europäischen Struktur- und Investitionsfonds 2014–2020 wird auf die Webseite der ÖROK ([www.oerok.vg.at](http://www.oerok.vg.at)) verwiesen. 📍



## Investitionen im Tourismus auf der Überholspur

Beitrag der Geschäftsleitung der Österreichischen Hotel- und Tourismusbank

In den vergangenen Jahren hat ein substanzieller Umbau der Hotellerie stattgefunden. Weniger und immer professionellere Unternehmen erzielen mehr Nächtigungen und der Umbau zu höheren Angebotsqualitäten erbringt ein Mehr an Wertschöpfung.

Die Tourismuswirtschaft hat lange Zeit die Investitionstätigkeit auf sehr hohem Niveau gehalten. Nach dem Beginn der Wirtschaftskrise hat sie sich jedoch zunehmend verringert und 2015 den vorläufigen Tiefpunkt erreicht. Heute ist die Krise endgültig überwunden. Vergleicht man die ÖHT-Statistiken für das Wirtschaftsjahr 2016 mit dem Vorjahr, so zeigen sich massive Steigerungen der bei der ÖHT eingereichten Förderungsansuchen (+28,9%), der positiven Erledigungen von Anträgen (+40,6%) sowie des geförderten Gesamtinvestitionsvolumens (+ 63,4%).





Über intensive Förderungsk Kooperationen mit den Ländern forciert die ÖHT vor allem Qualitätsverbesserungen und Betriebsgrößenoptimierungen in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft. Diese Bund-Länder-Kooperationen geben die richtigen Signale, um die Hotellerie weiterhin in ihrer Investitionstätigkeit zu unterstützen. Sie sind möglich, weil die ÖHT nicht nur als Förderstelle, sondern auch als Bank agiert und damit die eigenen Finanzierungsprodukte mit den Zuschüssen von Bund und Ländern verbinden kann.

### **Hotellerie wird professioneller und legt in der Qualität zu**

Im letzten Jahr hat die Hotellerie kräftig investiert. Bei Betrachtung über einen langen Zeitraum werden die Veränderungen deutlich sichtbar. Die Qualität des Bettenan-

gebotes hat sich in den letzten Jahren massiv verbessert und die Betriebe sind mittlerweile größer, professioneller und auch besser ausgelastet. Gab es um die Jahrtausendwende etwa gleich viele Betten in der 1/2-Sterne- wie in der 4/5-Sterne-Kategorie, so hat das Angebot in den oberen Qualitätsklassen um rd. 39% zugenommen, während die Kapazitäten in den unteren Qualitätsklassen der 1/2-Sterne-Kategorie um rd. 37,1% und in der 3-Sterne-Hotellerie um rd. 12,6% zurückgingen. Das hat sich auch positiv auf die Betriebsgröße ausgewirkt, die mit 47 Betten pro Betrieb im Durchschnitt – verglichen mit dem internationalen Niveau – noch immer klein ist. Die Betriebe der 4/5-Sterne-Kategorie erreichen derzeit im Durchschnitt 102 Betten und können damit auch Zusatzeinrichtungen wie Wellness- oder Seminarbereiche anbieten.

*Das Jahr 2016 stand für die österreichische Tourismus- und Freizeitwirtschaft im Zeichen der Investitionen*

## **Österreichs Hotellerie lässt die Krise endgültig hinter sich**

Im September 2008 erreichte die Wirtschaftskrise ihren Höhepunkt und hat auch im österreichischen Tourismus ihre Spuren hinterlassen. Teile der Tourismuswirtschaft sind in Liquiditätsengpässe gekommen, die erzielten Nächtigungspreise haben stagniert und die Eigenkapitalreserven wurden aufgebraucht. Die aktuellen Auswertungen der ÖHT zeigen eine deutliche Gesundungsphase seit 2011 und bestätigen der Hotellerie stabile wirtschaftliche Bonität mit dem Bilanzjahr 2015.

Mit einer Auswertung von fast 16.000 Jahresabschlüssen zeigt die ÖHT die Branchenentwicklung der letzten Jahre auf. Demnach ist es der Hotellerie gelungen, die negativen Auswirkungen der Wirtschaftskrise hinter sich zu lassen und sich nachhaltig zu stabilisieren. Aufgrund des Engagements der Unternehmerfamilien ist es jedoch in der österreichischen Tourismus- und Freizeitwirtschaft kaum zu Insolvenzen gekommen. Speziell die familiengeführten Hotels und Restaurants haben auch in schwierigen Zeiten nicht an Qualität eingebüßt und haben sich damit eine gute Startposition für die positive Entwicklung der kommenden Jahre geschaffen.

Erfreulich ist vor allem, dass sich der erzielte GOP – das operative Betriebsergebnis – pro verfügbarem Gästezimmer seit 2011 im Jahresdurchschnitt über der Inflationsrate entwickelt. Bei den 4- und 5-Sterne-Betrieben ist diese Entwicklung deutlicher, aber auch für die 3-Sterne-Häuser gilt diese Aussage. Sowohl dieser steigende GOP als auch die seit langem niedrigen Zinsen senken die Entschuldungsdauer und geben den Unternehmen Spielraum für weitere Investitionen.

## **Verbesserung des Eigenkapitals und der Entschuldungsdauer**

Zieht man das Eigenkapital als Maßstab heran, so sind die Unternehmen der Quali-

tätshotellerie im Median mittlerweile eindeutig im Plus. Ein bei Finanzierungen lange Zeit bestehendes Defizit ist für die Hotellerie damit Geschichte.

Die Verbesserung ist nicht nur auf gute wirtschaftliche Ergebnisse, sondern auch auf eine Neubewertung der Aktiva zurückzuführen. Die Bilanzwerte sind damit der Wirklichkeit ein Stück näher gerückt.

Auch dynamische Größen wie etwa die Kennzahl Entschuldungsdauer (Fremdkapital/Cashflow) haben sich deutlich verbessert. So war vor Ausbruch der Wirtschaftskrise eine Entschuldungsdauer von fast 17 Jahren festzustellen. Diese ist jetzt auf erträgliche 12 Jahre in der 3-Sterne-Hotellerie bzw. 11 Jahre in der 4/5-Sterne-Hotellerie (im Median) gesunken.

## **Investitionsboom der Tourismus- und Freizeitwirtschaft**

Das Jahr 2016 stand für die österreichische Tourismus- und Freizeitwirtschaft im Zeichen der Investitionen. Die Tourismuswirtschaft übernimmt damit wieder die Rolle der Konjunkturlokomotive und zieht andere Branchen mit. Die ÖHT hat investive Maßnahmen der Tourismus- und Freizeitwirtschaft über mehr als 660 Mio. Euro begleitet.

Man kann daher über einen wahren Investitionsboom sprechen. Nach eher verhaltener Investitionstätigkeit 2015 setzte die Tourismus- und Freizeitwirtschaft 2016 wieder deutliche Akzente. Während die ÖHT mit den Förderungen des Bundes 2015 gesamthaft bei Investitionen über 406 Mio. Euro „mit an Bord“ war, gab es im Jahr 2016 einen massiven Anstieg des geförderten Investitionsvolumens. Mit den über die ÖHT bereitgestellten Förderungsmitteln des Bundes konnten im abgelaufenen Jahr Investitionen über 660 Mio. Euro mitfinanziert werden. Das ist ein Anstieg gegenüber dem Vorjahr von rd. 63% und zeigt, wie wichtig funktionierende und perfekt abgestimmte Fördermechanismen für die Stärkung der Branche, aber auch für die Konjunkturbelebung sind.

Darüber hinaus werden 60% aller Investitionen der Hotel-, Gastronomie- und Frei-



zeitbetriebe im Umkreis von 60 km um den Investitionsstandort wertschöpfungswirksam. Die von der Tourismusbank geförderten Investitionen sichern somit nicht nur die Marktposition der Tourismusbranche, sondern die Einkommensquelle von ganzen Regionen. Bis auf etwa 6 % bleibt die gesamte Wertschöpfung aus der Investitionstätigkeit der Tourismuswirtschaft im Inland. 94,3 % aller Förderungsmittel der ÖHT kommen Kleinbetrieben zugute und unterstützen also die klassische österreichische Familien- und Ferienhotellerie.

### Wohin die Investitionen fließen: Ein kritischer Blick!

Während in den Vorjahren die Betriebsgrößenoptimierung ganz oben auf der Investitionshitliste der Hotellerie stand, überwiegen 2016 wieder Maßnahmen zur Qualitätsverbesserung. Der Anpassung der Betriebsgröße – vor allem im Sinne einer Angebotsdiversifikation – sollte künftig verstärkt Augenmerk gewidmet werden. Auch Maßnahmen zur Verbesserung und Erweiterung der betrieblichen Infrastruktur sind gefordert. Seit 2010 ist der Anteil der Investitionen, die sich damit auseinandersetzen, von 19 % auf 6 % der Gesamtmaßnahmen gesunken. Auch die geförderten Investitionen in Beschneiungsanlagen und überbetriebliche Freizeitinfrastrukturen gehen zurück. Ein diesbezüglicher verstärkter Investitionsfokus wäre künftig wünschenswert, da nicht nur eine qualitativ hochwertige Hotelinfrastruktur, sondern auch das passende Urlaubsumfeld in der Region für den Gast entscheidend sind.

### Breites Förderangebot der ÖHT

BASEL III hat die Finanzierung von KMU alles andere als erleichtert. Umso wichtiger ist es, dass der Tourismus- und Freizeitwirtschaft mit der ÖHT ein Finanzierungspartner zur Verfügung steht, der Förderstelle und Bank zugleich ist. Von Barzuschüssen über zinsgestützte Kredite, von Haftungen bis EU-Kofinanzierungen reicht das Portfolio, das die ÖHT

mit ihrem Branchen-Know-how einsetzt. Immer stärker erfolgt die Vernetzung mit den Förderstellen der Länder – ein Best-practice-Beispiel für einen One-Stop-Shop. Zuletzt hat die ÖHT mit we4tourism auch eine Crowdfunding-Plattform ins Leben gerufen und öffnet dem Tourismus die Welt der alternativen Finanzierungen.

Aufgrund der regulatorischen Bedingungen, mit denen Banken konfrontiert sind, steigt die Bedeutung geförderter Finanzierungen. Aktuell scheinen in einer typischen Finanzierungsstruktur für Hotelinvestitionen bereits mehr als 54 % geförderte Bestandteile auf, wobei die Haftungsübernahme durch Bund/ÖHT die tendenziell stärksten Zuwächse ausweist. Durch dieses Förderungsinstrument wird ein wesentlicher Teil des Finanzierungsrisikos von der ÖHT mit Rückdeckung durch den Bund getragen, die finanzierenden Hausbanken werden auch von ihrer Eigenmittelunterlegungspflicht befreit. Die Finanzierung von Tourismusunternehmen wird damit für Banken wieder attraktiver.

Aber auch die Kreditmodelle der ÖHT werden immer vielfältiger. Die aus Bundesmitteln zinsgestützten „TOP-Tourismus-Kredite“ liegen im Zinssatz bei oder nahe an null Prozent und mit den „ERP-Krediten“ stehen langfristig zinsstabile Finanzierungen zur Verfügung.

2016 konnte aufgrund der schwachen Nachfrage aus anderen Wirtschaftszweigen die ERP-Quote für den Tourismus von geplanten 50 Mio. Euro auf über 90 Mio. Euro angehoben werden. Bewährt haben sich auch die über eine Haftung der Republik bei der Europäischen Investitionsbank aufgenommenen „TOP-Impuls-Kredite“. Mit ihnen kann die ÖHT grundbücherlich besicherte Darlehen zu besonders günstigen Konditionen vergeben.

*60% aller Investitionen werden im Umkreis von 60 Kilometern wertschöpfungswirksam getätigt*

### FÖRDERUNGEN 2016 IN ZAHLEN

**+ 63,4 %**  
gefördertes  
Gesamtinvestitions-  
volumen

**+ 28,9 %**  
eingereichte  
Förderungsansuchen

### Enge Kooperationen zwischen Bund/ÖHT und den Bundesländern

Besonders hervorzuheben sind die 2016 intensivierten Förderungs Kooperationen mit den Bundesländern, die auch bereits für andere Branchen übernommen werden. Mit „maßgeschneiderten“ Modellen, die bestehende Förderungsinstrumente zu einem Bündel kombinieren, setzt die ÖHT mit dem Bund, aber auch mit einigen Bundesländern neue Förderakzente. Als Beispiele können hierfür das Förderungsmodell der „Qualitätsverbesserung der Gastronomie im Ländlichen Raum“ oder der thematische Call für Leuchtturmprojekte „Digitalisierung im Tourismus“ angeführt werden. Im Rahmen der „Qualitätsverbesserung der Gastronomie im Ländlichen Raum“ übernimmt das BMWFW zu einem von der ÖHT abgewickelten ERP-Kleinkredit den gesamten Zinsendienst, deckt alle Gebühren und Spesen ab und trägt auch die Kosten für eine Haftung. Den Betrieben können damit zins- und kostenfreie Kredite zur Verfügung gestellt werden, und damit können diese aus dem Investitionsrückstau herausgeholt werden. Im Rahmen des Calls „Digitalisierung im Tourismus“, welche wahrscheinlich gegenwärtig die größte Herausforderung für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft darstellt, werden Betrieben und vor allem auch Kooperationen zwischen 50 % und 70 % Barzuschuss auf alle Investitionen, die mit Digitalisierung in Zusammenhang stehen, zur Verfügung gestellt.

**!**


*Einreichungen für die „Qualitätsverbesserung der Gastronomie im Ländlichen Raum“ sind noch bis 30. Juni 2017 unter [www.oehrt.at](http://www.oehrt.at) möglich.*

### Verdoppelung der Mittel der Tourismusförderung für die nächsten zwei Jahre und Verdoppelung des Haftungsrahmens

Budgetmittel über 175 Mio. Euro werden in den Jahren 2017 und 2018 als „KMU Investitionszuwachsprämie Österreich“ in die Wirtschaft fließen. Rund 40 Mio. Euro davon sind für den Tourismus vorgesehen, womit die Förderungsmittel für diese Branche zwei Jahre lang verdoppelt werden.

Die im Ministerrat am 25. Oktober 2016 beschlossene Förderungsmaßnahme kann seit 9. Jänner 2017 bei der ÖHT beantragt werden. Vor allem in Kombination mit den bewährten Finanzierungsangeboten der ÖHT ist die Prämie ein ganz wesentlicher konjunktureller Anreiz. Die ÖHT wickelt die Investitionszuwachsprämie als One-Stop-Shop ab und stellt damit sicher, dass antragstellende Unternehmer/innen nicht nur die Prämie, sondern auch ein optimiertes Förderpaket aus einer Hand bekommen.

Gefördert werden materielle aktivierungspflichtige Neuinvestitionen in das abnutzbare Anlagevermögen von KMU, die bei Kleinst- und Kleinunternehmen zumindest um 50.000 Euro (Investitionszuwachs) und bei mittleren Unternehmen zumindest um 100.000 Euro höher liegen als der Wert der durchschnittlichen aktivierten Anschaffungs- und Herstellungskosten der letzten drei Geschäftsjahre. Die Förderung besteht aus einem 10%igen (mittlere Unternehmen) bis 15%igen (kleine Unternehmen) Barzuschuss. Die besondere Herausforderung als One-Stop-Shop liegt darin, dass in jedem einzelnen Fall geprüft wird, ob nicht durch andere Förderungen der ÖHT oder im Rahmen von Länderkooperationen zusätzliche Unterstützungen für den konkreten Tourismusbetrieb möglich sind.

Ein wichtiger nächster Schritt zur Aufrechterhaltung der Investitionsfähigkeit der Tourismus- und Freizeitwirtschaft ist die Aufstockung des bereits nahezu aufgebrauchten Haftungsrahmens für einzelbetriebliche Haftungen der ÖHT. Es sollen hier 2017 weitere 250 Mio. Euro an Haftungsvolumen beschlossen werden. 





# 6 INTERNATIONALE BEZIEHUNGEN

## Europäische Union



Auch 2016 setzte die Europäische Kommission Maßnahmen für den Tourismus. Dazu zählen

u. a. Studien zur Tourismusentwicklung, zum Nachfrageverhalten der Europäer und zu den Anforderungen des touristischen Arbeitsmarktes. Der Leitfaden für EU-Förderungen im Tourismus wurde überarbeitet sowie der Ausbau der virtuellen Tourismusbeobachtungsstelle vorangetrieben. Des Weiteren wurden grenzüberschreitende Kooperationen gefördert, Tourismusprojekte durch europäische Programme unterstützt, Kulturrouten in Kooperation mit dem Europarat entwickelt und ein „Digital Tourism Network“ eingerichtet. 2017 werden die Auswirkungen der „Collaborative Economy“ auf die Beherbergung EU-weit diskutiert. Die European Travel Commission, die Dachorganisation der nationalen Tourismuswerbung, wird auch weiterhin von der Kommission bei der gemeinsamen Bewerbung Europas in Drittstaaten unterstützt. Aufgrund der steigenden Bedeutung Chinas als Quellmarkt wurde 2018 zum Tourismusjahr EU-China ausgerufen.

Das 16. Europäische Tourismusforum, das vom Vorsitzland Slowakei ausgerichtet wurde, beschäftigte sich mit Besteuerung, den neuesten Entwicklungen in der „Collaborative Economy“ und der Digitalisierung. Mehr dazu unter: [http://bit.ly/16\\_tourismusforum](http://bit.ly/16_tourismusforum)

Estland wird im Herbst 2017 das 17. Europäische Tourismusforum organisieren. In seiner Informations- und Koordinationsarbeit zu EU-Themen in Österreich wird das BMWFW von einer Bund-/Bundesländergruppe für EU-Tourismusfragen unterstützt, die im Rahmen der Tourismusstrategie eingesetzt wurde. 📍

## Makroregionale Strategien (MRS)

Diese grenzübergreifenden EU-Strategien wurden für Makroregionen mit gemeinsamen Herausforderungen ins Leben gerufen, welche die Lösungskompetenz eines einzelnen Staates oder einer Region übersteigen. Österreich ist in zwei der vier Strategien eingebunden, den Strategien für den Donauraum und den Alpenraum.

### Europäische Donauraumstrategie



Die Europäische Donauraumstrategie (EUSDR) läuft seit 2011, umfasst

etwa 800.000 km<sup>2</sup> und neun EU-Mitgliedstaaten, drei Beitrittskandidatenländer und zwei Drittstaaten. 2016 waren die thematischen Schwerpunkte Wassermanagement, Forschung und Innovation, 2017 wird den Themen Energie, Transport und Konnektivität gewidmet.

Das BMWFW vertritt Österreich im Lenkungsausschuss „Tourismus und Kultur“ und nimmt die Abstimmung mit österreichischen Akteur/innen des Donautourismus wahr. Ziel ist es, den Donauraum als attraktive Tourismusdestination international zu positionieren und das qualitätsorientierte, nachhaltige touristische Angebot weiterzuentwickeln. 2016 erhielten die Projekte „CultPlatForm\_21 – kreative Orte des 21. Jahrhunderts“ und „Iron-Age-Danube – Monumentallandschaften der Frühen Eisenzeit im Donaubecken“ einen Förderungszuschlag.

### Europäische Alpenraumstrategie



Die Europäische Alpenraumstrategie (EUSALP) wurde 2015 beschlossen und umfasst die fünf

EU-Mitgliedstaaten Frankreich, Deutschland, Österreich, Italien und Slowenien sowie die Schweiz und Liechtenstein. Startschuss für die Umsetzung der EUSALP erfolgte im Jänner 2016 in Slowenien. In der Folge wurden 2016 vor allem die Umsetzungsstrukturen festgelegt. Der Ansatz der EUSALP ist im Gegensatz zur EUSDR horizontal, d. h. es gibt



keine Aktionsfelder nach einzelnen Sektoren (wie „Tourismus und Kultur“ bei der EUSDR).

Die EUSALP sieht vier Ziele vor:

- Zugang zu Beschäftigung unter Nutzung der hohen Wettbewerbsfähigkeit des Alpenraums;
- nachhaltige interne und externe Anbindung;
- integrativere ökologische Rahmenbedingungen und erneuerbare, zuverlässige Energielösungen;
- horizontales Ziel: ein makroregionales Governance-Modell für den Alpenraum.

Großer Wert wird auf die Einbindung der Regionen und auf einen Bottom-up-Ansatz gelegt. Auf EU-Ebene wird Österreich durch das BMEIA, das BKA und Tirol vertreten. Innerösterreichisch gibt es eine Koordinationsplattform unter der Leitung von BKA/BMEIA mit Einbindung von Ministerien, Ländern, Sozialpartnern, der Alpenkonvention etc. 📍

## UNWTO



Die UNWTO ist als Spezialagentur der Vereinten Nationen ein globales Forum für Tou-

rismpolitik und Plattform für touristisches Know-how und Statistik, mit öffentlichen und privaten Mitgliedern ist sie einzigartig. Ziel ist ein verantwortungsvoller, nachhaltiger und universell zugänglicher Tourismus, der zur wirtschaftlichen Entwicklung, zu internationalem Verständnis, Frieden und Wohlstand und zur Beachtung von grundlegenden Menschenrechten und Grundfreiheiten beiträgt.

### Aktuelle Themenbereiche/ Arbeitsprogramm 2016/2017

- Positionierung des Tourismus als bedeutender Wirtschaftszweig und wichtiger Arbeitgeber; Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit durch Förderung von Qualität und

Innovation, Reiseerleichterungen (Visa, Steuern, Sicherheit) und Konnektivität, Abbau von Saisonalität, Bereitstellung aktueller Marktinformationen sowie Daten zu Trends und Prognosen;

- Harmonisierung der Statistiken; Messung von Nachhaltigkeit (SDG-Nachhaltigkeitsindikatoren), TSA (Tourism Satellite Accounts), subnationale Datenerfassung und wirtschaftliche Analyse;
- Erarbeitung der Konventionen zum „Schutz der Touristen und der touristischen Dienstleister“ und „Ethik im Tourismus“;
- Welttourismustag am 27. September 2016 zum Thema „Tourism for All – promoting universal accessibility“;
- Förderung von Nachhaltigkeit und Ethik in der Tourismusentwicklung im Rahmen der Agenda 2030, nachhaltige Entwicklungsziele der Vereinten Nationen (SDGs – Sustainable Development Goals); 2017 wurde von den Vereinten Nationen zum Jahr des nachhaltigen Tourismus für Entwicklung erklärt (siehe auch Kapitel 4). 📍

## OECD



Das Arbeitsprogramm des OECD Tourismuskomitees beinhaltete 2015/2016

Analysen zu intermodaler Anbindung/Transport, zu innovativen Finanzierungsansätzen für kleine und mittlere Unternehmen, zu den Rahmenbedingungen für Tourismusmarketing sowie zur Messung der wirtschaftlichen Effekte von Großveranstaltungen. Die Ergebnisse wurden Anfang 2017 publiziert.

Im Jänner 2016 erschien die Publikation „OECD Tourism Trends and Policies“ mit den Themen tourismuspolitische Entwicklungen im OECD-Raum, Tourismus und „Sharing Economy“ und intermodale Anbindung/Transport/Mobilität sowie touristischen Länderprofilen. 📍

## Bilaterale Beziehungen

Das BMFWF verfolgt die bilateralen Beziehungen im Bereich Tourismus mit dem Ziel des Informationsaustausches, des Zusammenführens potenzieller Partner und der Unterstützung internationale Projekte. Die Umsetzung erfolgt in Gemischten Tourismuskommissionen und Arbeitsgruppen im Rahmen der bilateralen Wirtschaftskommissionen, Ad-hoc-Treffen und durch den Empfang von Delegationen. Von besonderem Interesse sind für viele Länder, in denen der Tourismus aufgebaut und weiterentwickelt wird, die Erfahrungen und das Know-how Österreichs in allen touristischen Belangen sowie Kontakte im Bereich der Aus- und Weiterbildung und mit möglichen Investor/innen.

2016 gab es insbesondere Interesse seitens Kasachstans, Kirgisistans, Turkmenistans, Tadschikistans, der Mongolei, Armeniens, Saudi-Arabiens und Albaniens (Unterzeichnung eines Memorandum of Understanding). Besondere bilaterale Schwerpunkte im Tourismus gibt es aktuell mit dem Iran und Russland.



Die Tourismuskoooperation mit dem Iran ist Teil der „Road Map“ für die Wirtschaftsbeziehungen Österreich-Iran 2016–2020. Es wurde ein Tourismus-Arbeitsprogramm mit den Schwerpunkten Tourismusstatistik, touristische Aus- und Weiterbildung, Sport- und Alpentourismus und der touristischen Nutzung von historischen Sehenswürdigkeiten festgelegt. Am 28. Februar 2017 wurde in Wien dazu von Vizekanzler Mitterlehner und dem iranischen Vizepräsidenten Sattari ein Memorandum of Understanding zur engeren Zusammenarbeit im Tourismus unterzeichnet. 📍

## Tourismusjahr Österreich-Russland 2017



ÖSTERREICH  
RUSSLAND  
AUSTRIA  
RUSSIA  
TOURISMUSJAHR  
ГОД ТУРИЗМА  
2017

Um die bilateralen Tourismusbeziehungen zu stärken, wurde

anlässlich der Österreichisch-Russischen Gemischten Kommission für Handel und wirtschaftliche Zusammenarbeit im Februar 2016 das Tourismusjahr 2017 vereinbart. 2017 soll genutzt werden, um die Kooperation zwischen österreichischen und russischen Destinationen, Unternehmen und Expert/innen zu vertiefen und in schwierigen Zeiten neue Impulse zu setzen. Unter dem Dach des Tourismusjahres wurde vom BMFWF gemeinsam mit vielen Partnern und in Abstimmung mit dem für Tourismus zuständigen russischen Kulturministerium ein Programm mit wirtschaftlichen, kulturellen und gesellschaftlichen Initiativen und Veranstaltungen erarbeitet. Touristische Aktivitäten ermöglichen auch, das Verständnis zwischen den beiden Ländern nachhaltig zu fördern. Die Eröffnung fand im Jänner 2017 in Wien unter Teilnahme des Generalsekretärs der UNWTO mit einer Reihe von Veranstaltungen sowie einer großen Delegation aus ganz Russland statt. 📍





# 7 ÖSTERREICH WERBUNG

## Die Österreich Werbung

Die Österreich Werbung (ÖW) ist Österreichs nationale Tourismusorganisation. Seit 1955 ist es Aufgabe des Vereins, das Urlaubsland Österreich zu bewerben und gemeinsam mit allen österreichischen Tourismuspartnern für den Erhalt bzw. den Ausbau der Wettbewerbsfähigkeit des Tourismuslandes Österreich zu sorgen.

### 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 erfolgreichsten Märkte mit innovativem, zeitgemäßem Marketing.
- Partner der österreichischen Tourismusbetriebe und wesentlicher Netzwerkknoten im Tourismus: Die Branche profitiert vom fundierten Wissen der ÖW über Gäste und Märkte.

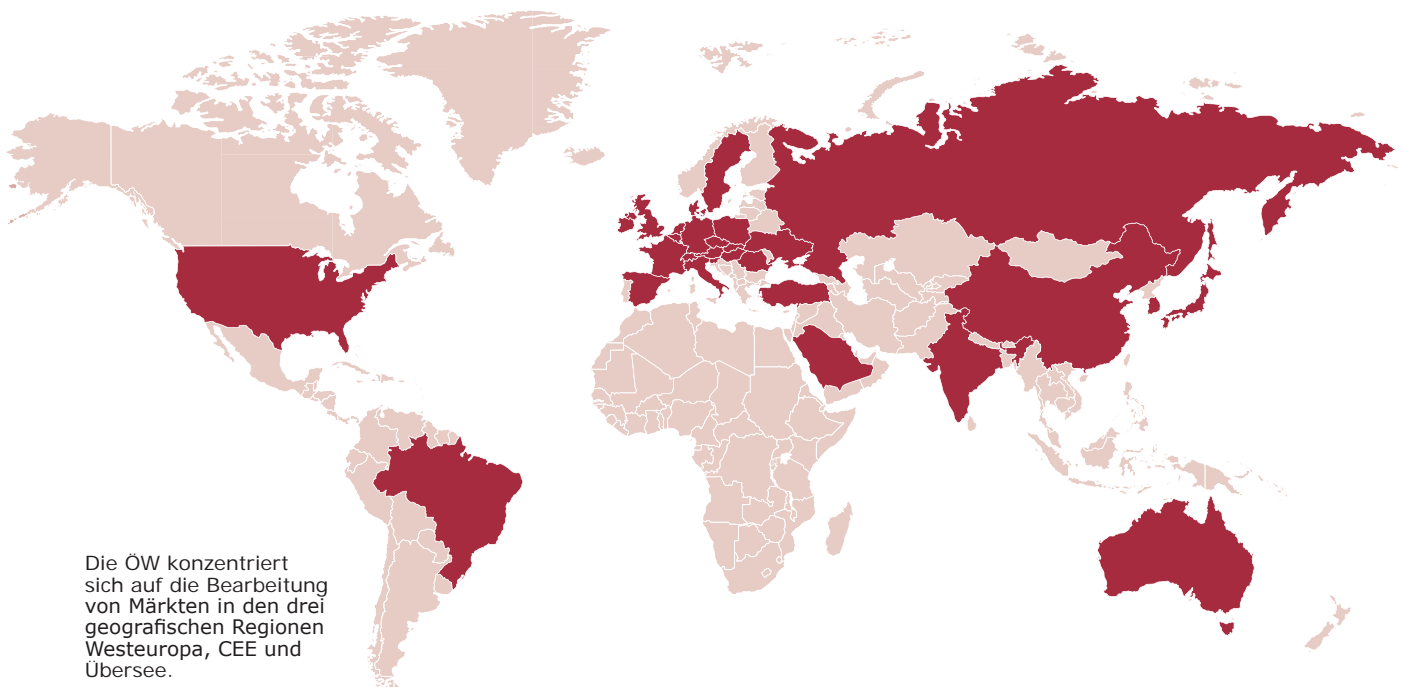
Grundsätzlich werden diese drei Kernaufgaben durch öffentliche Mittel basisfinanziert,

daher von der ÖW bereitgestellt. Dabei gibt es Angebote und Serviceleistungen, die allen in der Branche gleichermaßen zur Verfügung gestellt werden. Bei den Marketingaktivitäten, an denen sich Tourismuspartner mit ihren eigenen konkreten Produkten beteiligen können, übernimmt die ÖW die Basisfinanzierung. Durch die (nicht kosten-deckenden) Leistungsbeiträge der Partner werden diese Aktivitäten verstärkt.

### Budget

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

Die Mitgliedsbeiträge von BMFWF und WKÖ beliefen sich 2016 wie in den Vorjahren auf 32 Mio. Euro (BMFWF: 24 Mio. Euro, WKÖ: 8 Mio. Euro). Zusätzlich zum regulären Mitgliedsbeitrag stellte das BMFWF 2016 ein-



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



malig Sondermittel in Höhe von 4 Mio. Euro für ein Impulsprogramm zur Vertiefung und Ausweitung der Marktbearbeitung für den österreichischen Tourismus zur Verfügung. Das Gesamtbudget 2016 betrug rund 52 Mio. Euro.

### Aktivitäten

Weltweit sind derzeit rund 200 Mitarbeiter/innen für die ÖW tätig. Dabei konzentriert sich die ÖW auf die Bearbeitung von Märkten in den drei geografischen Regionen Westeuropa, CEE und Übersee. Diese Märkte, in denen die ÖW großteils auch mit eigenen Vertretungen präsent ist, decken 96% aller Nächtigungen (2016: über 140 Mio.) ab und weisen das größte Potenzial für den heimischen Tourismus auf.

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

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

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

## Internationalisierung und Digitalisierung

### Mobile Österreich-Rundreise in Peking

Im Zuge des China-Schwerpunktes der ÖW 2016 schmückten einen Monat lang verschiedene Österreich-Sujets das Innenleben der Züge der Linie 10 in Peking. Auf der 30 km langen Strecke konnten die Fahrgäste im Inneren der Züge zum einen urbane Eindrücke von Österreich gewinnen, zum anderen die Berg- und Seenwelten sowie Weinlandschaften erleben. Zur medialen Verstärkung lancierte die ÖW eine große Online-Kampagne: Eine mit Österreich-Bildern bespielte Light-Box in der Station „Guomao“ und ein Eintrag in Chinas führender Suchmaschine Baidu Wiki warben für Österreich. Wer ein Selfie aus der U-Bahn oder vor der Light-Box machte, hatte die Möglichkeit, eine Österreich-Rundreise zu gewinnen. Eine eigens angelegte Website zur Aktion erreichte in einem Monat rund 170.000 Besucher/innen und der ÖW-Account beim chinesischen Pendant zu Twitter, Weibo, sogar rund 4 Mio. Clicks.



### Kulturevent in Südkorea

Im Juni platzierte die ÖW im Zuge des Kultur-Events „Hello, Austria! Hello, Vienna!“ zwölf der österreichischen Outdoor-Designmöbel „Enzis“ vor dem Designcenter Dongdaemun Design Plaza in Seoul. Bei der dreitägigen Eröffnungsfeier begeisterte neben Tanz- und Musikperformances besonders der Künstler Bob Chang mit seiner Live-Malerei. Auf einer 5 m hohen Leinwand zeichnete er berühmte österreichische Bauwerke, die Besucher/innen im Anschluss mit Farbe ausmalen konnten. Digitale Aktionen verstärkten die Wirkung des Events: Die Enzis waren mit den in Asien beliebten QR-Codes bedruckt und führten beim Einscannen zur koreanischen Website der ÖW. Wer ein Foto von den Enzis oder Bob Changs Bild schoss, mit dem Hashtag #HelloAustria versah und postete, bekam eine von Chang designte Eco-Bag.



### Wartezeit als Urlaubszeit

In Polen setzte die ÖW gleich mehrere aufmerksamkeitsstarke Akzente: Einen Monat lang sorgten 18 interaktive Haltestellen mit großflächigen Österreich-Bildern und Audiobotschaften der Partnerregionen Kärnten, Salzburg und Steiermark in Warschau für Inspiration und Information zum Urlaubsland Österreich. Passant/innen, die das kostenlose WLAN der Haltestellen nutzten,



wurden direkt auf die ÖW-Website weitergeleitet. 600 gebrandete City Bikes sowie TV-Beiträge rundeten die Sommerkampagne der ÖW in Polen ab.



### Conchita in Sydney

Anfang März gab Conchita gemeinsam mit dem Sydney Symphony Orchestra und Gaststars vor 2.700 Besucher/innen ein Konzert im Opernhaus Sydney. Mit ihrem Auftritt „From Vienna with love“ baute sie erneut eine musikalische Brücke zwischen Österreich und dem über 14.000 km entfernten Australien. ÖW und WienTourismus waren ebenfalls vor Ort und luden gemeinsam die wichtigsten Vertreter/innen der Reisebranche zum Konzert ein. Bereits im Vorfeld erweckte das Event großes mediales Interesse mit über 140 Berichten im Online-, Print-, TV- und Radio-Bereich, das die ÖW Australien nutzte, um auf die Vorzüge von Österreich als Urlaubsland hinzuweisen.

### Austria House und Dirndl-Botschafter in Rio

Anlässlich der Olympischen Spiele 2016 in Rio de Janeiro wurde Anfang August in der brasilianischen Hauptstadt das Austria House eröffnet. Es diente während der Spiele als Treffpunkt für Vertreter/innen aus Wirtschaft, Tourismus, Politik und Sport, Athlet/innen und Journalist/innen, aber auch zur Repräsentation von Österreich als Urlaubsland mit Tradition und Gastfreundschaft. In Dirndl und Lederhosen gekleidete Botschafter/innen unterstützten die österreichische Präsenz in Rio und versprühten sowohl im Austria House als auch in der Stadt österreichischen Charme.







### Immer mittendrin

Die aktuelle Kulturkampagne schafft neue Impulse zu lang verankerten Klischees rund um Österreich und zeigt zugleich neuartige Perspektiven. Dazu war der heimische Choreograf Willi Dorner mit einem Team aus Tänzer/innen und Parcoursläufer/innen im ganzen Land unterwegs. Seine Stadt-Mensch-Installationen der besonderen Art setzen kulturelle Hotspots in Szene und lassen neuartige Kompositionen in Zwischenräumen klassischer Österreich-Impressionen entstehen. Herzstück der Kampagne ist die Website [www.austria.info/immermittendrin](http://www.austria.info/immermittendrin), auf der sich zahlreiche Videos und Bilder der Performances und weiterführende Infos zu kulturellen Highlights in Österreich finden.



### Fokus auf Social Influencer: Winter-Bloggertreffpunkt Österreich

Im Jänner 2016 wurden die Kitzbüheler Alpen in Tirol zum Blogger-Hotspot! Eine Bloggerreise führte Blogger/innen aus 15 Ländern, darunter aus China, Deutschland, Großbritannien, Italien, Russland und den USA, zur Entdeckungsreise in die verschneiten Kitzbüheler Alpen in Tirol. Die ÖW hatte gemeinsam mit der Tirol Werbung und der Kitzbüheler Alpen Marketing ein spannendes dreitägiges Programm von Skifahren über Schneeschuhwandern bis hin zu Fatbike-fahren zusammengestellt. Auf der Social Wall [www.austria.info/inAustria](http://www.austria.info/inAustria) konnten die Erlebnisse der Blogger/innen unter dem Hashtag #inAustria #loveTirol mitverfolgt werden. Zusätzlich dokumentiert ein Video die Herausforderungen, die die Blogger/innen meistern mussten. Dieses ist auf dem ÖW-YouTube-Channel unter <http://bit.ly/austriatourism> zu finden. Mit über 64 Mio. Opportunities to see (OTS) auf den Social-Media-Kanälen Twitter, Facebook und Instagram, einem Wettbewerb von über 850.000 Euro sowie einem Engagement von 1.400 Shares und 2.200 Replies war die Winterreise ein großer Erfolg. Und nur eine von vielen Aktivitäten, mit der Social Influencer als Botschafter/innen für das Urlaubsland Österreich gewonnen werden. 📍



### Mobiler Kulturwald

Zwischen Juni und September 2016 wurde auf öffentlichen Plätzen in Mailand, Padua und Rom ein modernes Luftzelt mit integrierter Waldvegetation aus Österreich aufgestellt – der mobile Kulturwald. Er setzte ein grünes Statement inmitten der Städte und weckte die Neugier auf Urlaub in der österreichischen Natur. Rund 12.000 Besucher/innen wurden an den 15 Aktionstagen angelockt und atmeten frische Waldluft ein. Medienkooperationen, Fassaden- und Plakatwerbungen sowie gebrandete Straßenbahnen in Rom verstärkten den Österreich-Auftritt.

## Literaturhinweise

Baker, S. R., Bloom, N., Davis, St., *Measuring Economic Policy Uncertainty*, Stanford, Chicago, 2016, <http://www.PolicyUncertainty.com>

EC (European Commission), *European Economic Forecast – Winter 2017*, Luxemburg, ISBN 978-92-79-64680-5, doi: 10.2765/308309, Februar 2017, [https://ec.europa.eu/info/file/91383/download\\_en?token=j93\\_B3IT](https://ec.europa.eu/info/file/91383/download_en?token=j93_B3IT)

Glocker, Ch., „Binnennachfrage trägt Konjunkturaufschwung in Österreich“, WIFO-Monatsberichte, 2017, 90(2), S. 99–106, [http://www.wifo.ac.at/publikationen/wifo-monatsberichte?detail-view=yes&publikation\\_id=59292](http://www.wifo.ac.at/publikationen/wifo-monatsberichte?detail-view=yes&publikation_id=59292)

OECD, *OECD Economic Outlook, Volume 2016, Issue 2*, OECD Publishing, Paris, [http://dx.doi.org/10.1787/eco\\_outlook-v2016-2-en](http://dx.doi.org/10.1787/eco_outlook-v2016-2-en)

Statistik Austria, *Leistungs- und Strukturstatistik 2014 – Produktion und Dienstleistungen*, ISBN 978-3-903106-11-6, Wien, 2016, [http://www.statistik.gv.at/wcm/idc/idcplg?IdcService=GET\\_NATIVE\\_FILE&RevisionSelectionMethod=LatestReleased&dDocName=109517](http://www.statistik.gv.at/wcm/idc/idcplg?IdcService=GET_NATIVE_FILE&RevisionSelectionMethod=LatestReleased&dDocName=109517)

Statistik Austria, *Leistungs- und Strukturstatistik 2015 – vorläufige Ergebnisse*, 2016, [http://www.statistik.gv.at/wcm/idc/idcplg?IdcService=GET\\_NATIVE\\_FILE&RevisionSelectionMethod=LatestReleased&dDocName=053633](http://www.statistik.gv.at/wcm/idc/idcplg?IdcService=GET_NATIVE_FILE&RevisionSelectionMethod=LatestReleased&dDocName=053633).

UN (United Nations), *Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008*, Eurostat, OECD, UN, UNWTO, Luxemburg–Madrid–New York–Paris, 2010, [http://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesf/SeriesF\\_80rev1e.pdf](http://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesf/SeriesF_80rev1e.pdf)

UNWTO (World Tourism Organization), *World Tourism Barometer, Vol. 15*, Jänner 2017.





