

Ergebnisdokumentation STRAT.AT 2020 Fokusgruppe Tourismus

Montag, 3. Dezember 2012 von 10.00 bis 16.00 Uhr
Geschäftsstelle der Österreichischen Raumordnungskonferenz
1014 Wien, Ballhausplatz 1 (Eingang Michaelerkuppel¹)
Großes Sitzungszimmer Nr. O275 im 2. Stock



¹ Barrierefreier Zugang über Eingang Ballhausplatz 1 „Wäscherstiege“; Anmeldung bei Portier.

Übersicht Programm



STRAT.AT 2020 Fokusgruppe „Tourismus“
Montag, den 3. Dezember 2012 10.00 bis ca. 16.00 Uhr
 Geschäftsstelle der Österreichischen Raumordnungskonferenz
 1014 Wien, Ballhausplatz 1 (Eingang Michaelerkuppel¹)
 Großes Sitzungszimmer Nr. O275 im 2 Stock

P r o g r a m m	
10.00-10.10h	Begrüßung / Einleitung: ÖROK-Gst.
10.10-10.30h	Klärung des Auftrags und der Arbeitsweise der Fokusgruppe: Günter Scheer, OAR Regionalberatung
10.30-11.15h	Darstellung des Themas und der Ziele aus verschiedenen Stakeholder-Perspektiven: InitiatorInnen / ExpertInnen / Programmverantwortliche / Andere
11.15-11.30h	Zusammenfassung und Überleitung zur Bearbeitung der Fragestellungen
11.30-12.15h	Fragestellung 1: Sind die österr. Tourismus-Strategien auf nationaler und regionaler Ebene geeignet, die touristischen Aktivitäten in den GSR-Fonds anzuleiten? • Zirkuläre Diskussion 1. Sicht der InitiatorInnen 2. Sicht der Fokusgruppenmitglieder (aus der jeweiligen Perspektive) 3. Sicht der STRAT.AT 2020 ExpertInnen
12.15-12.30h	Synthesis zu Fragestellung 1 [aus ExpertInnensicht]
12.30-13.00h Mittagspause	
13.00-13.45h	Fragestellung 2: Wie kann die lokale Tourismusentwicklung besser mit den übergeordneten Tourismus-Strategien verknüpft werden? • Zirkuläre Diskussion 1. Sicht der InitiatorInnen 2. Sicht der Fokusgruppenmitglieder (aus der jeweiligen Perspektive) 3. Sicht der STRAT.AT 2020 ExpertInnen
13.45-14.00h	Synthesis zu Fragestellung 2 [aus ExpertInnensicht]
14.00-14.45h	Fragestellung 3: Unter welchen thematischen Zielen und Investitionsprioritäten der GSR-Fonds erscheint die Unterstützung von touristischen Investitionen und Soft-Maßnahmen möglich und sinnvoll? • Zirkuläre Diskussion 1. Sicht der InitiatorInnen 2. Sicht der Fokusgruppenmitglieder (aus der jeweiligen Perspektive) 3. Sicht der STRAT.AT 2020 ExpertInnen
14.45-15.00h	Synthesis zu Fragestellung 3 [aus ExpertInnensicht]
15.00-16.00h	Klärung, wo/wie Fragen aus einem Themenspeicher bearbeitet werden können. Zusammenfassung und Ausblick

Moderation: Günter Scheer (ÖAR)

TeilnehmerInnen:

siehe Anwesenheitsliste (Beilage 1)

Einleitung / Themenaufriß

Input von Martina Titlbach-Supper (BMWFFJ) zur Tourismusstrategie und Egon Smeral (WIFO) zur volkswirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus im Anhang.

Andreas Resch gibt einen Überblick über die Bedeutung des Tourismus in der laufenden EU-Programmperiode 2007-2013: In den Programmschienen EFRE/RWB, EFRE/ETZ und ELER/Leader spielt der Tourismus eine bedeutende Rolle.

In der anschließenden Diskussion wurden insbesondere folgende Punkte hervorgehoben:

- Tourismus und Land/Forstwirtschaft sind wichtige Partner und benötigen bzw. ergänzen sich intensiv („Symbiose“).
- Auch für den Industriestandort und die Städte Österreichs spielt der Tourismus eine herausragende Grundfunktion („Standortfaktor“).
- Für eine der größten Zielgruppen des österreichischen Tourismus („Ältere“) spielen die besondere Regionalität, Kulinarik, Gesundheit, Erlebnis, Kultur, Natur in hoher Qualität einen zentralen Erfolgsfaktor. In diesen Bereichen hat der Tourismus in Österreich eine weiter auszubauende Spitzenposition.
- Destinationen brauchen ein umfassendes System ergänzender Leistungen („Systemleistungen“) um für Gäste attraktiv zu sein.
- Um diese Systemleistungen zu entwickeln und zu verbessern sind Forschung, Innovation, Qualität und Qualifizierung nötig.
- Auch horizontale Themen wie Barrierefreiheit, Gender Mainstreaming, Ressourceneffizienz und CO₂-Reduktion – z.B. im Bereich der Mobilität – sind wichtige Aspekte der regionalen Tourismusentwicklung.
- Diese Themen lassen sich aus Sicht der TeilnehmerInnen gut unter die thematischen Ziele und Investitionsprioritäten der GSR-Verordnungen subsummieren. Daher ist der Tourismus auch in Zukunft ein wichtiges Thema, auch wenn „Tourismus“ kein eigenes thematisches Ziel in den EU-Verordnungen bildet.

Fragestellung 1: Sind die österreichischen Tourismus-Strategien auf nationaler und regionaler Ebene geeignet, die touristischen Aktivitäten in den GSR-Fonds anzuleiten?

THEMENSTELLUNG / INHALT

Punkte aus der Präsentation der InitiatorInnen (Christof Schremmer):

- „Marke Österreich“, 3 Alleinstellungsmerkmale (Alpen, Donau, Städte & Kultur), Fernmärkte;
- Internationalisierung, Ganzjahresorientierung, Qualitäts- und Produktinnovation, Forschung & Entwicklung, Destinationsbildung, sektorübergreifende Angebotsentwicklung;
- Innovation: Rahmenbedingungen, Anreizsysteme, Tourismusforschung, Tourismusinformatik;
- Förderung/Finanzierung: Enge Abstimmung Bund-Länder-Regionen;
- Nutzung der EU-Programme und Förderungen für den Tourismus.

WESENTLICHE DISKUSSIONSPUNKTE

Schwerpunkte touristischer Entwicklung und damit auch Anknüpfungspunkte für Maßnahmen in den GSR Fonds:

- Forschung (z.B. im Bereich Marketing und Innovation);
- Innovation und Qualitätshebung;
- Ressourcen- und Energieeffizienz (z. B. thermische Sanierung, nachhaltige Mobilität);
- Anpassung an den Klimawandel;
- Qualifizierung von Beschäftigten zur Hebung der Professionalität vor allen in Kleinbetrieben (Gastronomie, Beherbergung);
- Soziale Infrastrukturen/Dienstleistungen und Verbesserung der Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben bzw. Familie für die Beschäftigten (z.B. Pilotvorhaben und ergänzende Softmaßnahmen);
- Es wird zu wenig aufgezeigt, was durch Tourismusförderung insgesamt strategisch erreicht wurde (u.a. da Evaluierungen selektiv Leitprojekte wie Thermen betreffen).

Ein wichtiges Thema ist die bessere Integration der horizontalen Ziele in alle Maßnahmen der Tourismusförderung, insbesondere

- Förderung der Gleichstellung von Frauen und Männern;
- Barrierefreiheit und Accessibility.

ZUSAMMENFASSENDE PUNKTE

- Hinsichtlich der inhaltlichen Ausrichtung der Tourismusförderung kann zwischen „Dauerthemen“, „Verstärkungsthemen“ sowie „Auslaufthemen“ unterschieden werden. Dauerthemen sind bspw. Berglandwirtschaft und Tourismus, Ganzjährigkeit, Regionale Spezialisierung, Qualitätsverbesserung und neue Märkte. Verstärkungsthemen sind bspw. nachhaltige Mobilität (E-Mobilität, Gepäcklogistik), Ressourcen- und Energieeffizienz, Anpassung an den Klimawandel, demographische und qualifikationsbedingte Engpässe bei Arbeitskräften, Kreditengpässe bei KMU oder der verstärkte Bezug zur EU-Donauraumstrategie.

Ein besonderes in der Fokusgruppe dargestelltes Entwicklungsthema ist die „Destination Wald“, da hier der Konnex zu Touristikern außerhalb der ländlichen Entwicklung noch zu entwickeln ist.

- Bei den Umsetzungsstandards sind die stärkere Beachtung von Genderaspekten und Barrierefreiheit zu beachten.
- Tourismusförderung sollte hinsichtlich der Ergebnisse und Wirkungen systematischer evaluiert werden.
- Der Einsatz geeigneter Indikatoren zur Erfolgsmessung ist eine Entwicklungsaufgabe (die Erhebung der Anzahl geschaffener Betten allein wäre unzureichend).

Fragestellung 2: Wie kann die lokale Tourismusentwicklung besser mit den übergeordneten Tourismus-Strategien verknüpft werden?

THEMENSTELLUNG / INHALT

Aus der Präsentation der InitiatorInnen (Christof Schremmer):

- Regionale und länderweise Abstimmung von Tourismusstrategien und Projektförderungen ist eine Herausforderung, v.a. im Rahmen von ETZ und ELER/LEADER

WESENTLICHE DISKUSSIONSPUNKTE

Zu ELER (Leader):

- Konsens besteht, dass in Zukunft die LEADER Strategien mehr Qualität und Fokussierung aufweisen sollen
- und dass die Leader-Strategien sich an den übergeordneten regionalen, landesweiten bzw. bundesweiten Strategien orientieren sollen;
- dazu sind Abstimmungen mit den Ländern sinnvoll (Bgld, NÖ, OÖ) oder auch die gemeinsame, synchrone Strategieerstellung für Hauptregionen und Leader-Regionen.

ZUSAMMENFASSENDE PUNKTE

- Die Leader-Methode umfasst sieben Merkmale: 1) Gebietsbezogener Ansatz 2) Bottom-up-Ansatz 3) Partnerschaftlicher Ansatz - die Lokale Aktionsgruppe 4) Integrierte (multisektorale) und nachhaltige Entwicklungsstrategie 5) Innovativer Ansatz zu übergeordneten Themen 6) Gebietsübergreifende Zusammenarbeit 7) Vernetzung auf nationaler und europäischer Ebene. Diese Merkmale sind nicht als absolut zu sehen, sondern bedürfen einer Interpretation im österreichischen Kontext. Das betrifft auch den Bottom-up-Ansatz.
- Ein Ansatzpunkt, um Anforderungen hinsichtlich der Abstimmung von bottom-up-Leader-Strategien mit übergeordneten Strategien zu präzisieren, ist die nächste Ausschreibung, die seitens des Lebensministeriums voraussichtlich 2013/2014 vorgenommen wird.
- Es wird auf die Bedeutung der Partnerschaftsvereinbarung als strategischer Rahmen sowie der Programmstrategien hingewiesen („Kaskadierung“).

Fragestellung 3: Unter welchen thematischen Zielen und Investitionsprioritäten der GSR-Fonds erscheint die Unterstützung von touristischen Investitionen und Soft-Maßnahmen möglich?

THEMENSTELLUNG / INHALT

Franz Hartl gibt einen Überblick über die Förderungen der ÖHT und stellt ein Beispielsprojekt vor:

**Area 47 im Ötztal
Beispielprojekt**

- Investitionskosten
 - Förderbare Gesamtinvestitionskosten: EUR 13.200.000
 - Förderbarwerte
 - EFRE-Mittel: EUR 1.000.000 (7,58%)
 - National-öffentliche Mittel: EUR 1.345.518 (10,88%)
- Qualitative Förderkriterien
 - Leitprojekt am Eingang zum Ötztal
 - Schaffung touristischer Sommer-Infrastruktur in einem Wintertourismus-dominierten Gebiet
 - Stärkung der intraregionalen Kooperation zwischen Gemeinden durch Beteiligung der Liftgesellschaften in Sölden
 - Schaffung nachhaltiger Arbeitsplätze

The slide includes a row of five small images at the bottom: a landscape with a lake and mountains, a modern building interior, a swimming pool, the 'TourismusBank' logo, and a person walking on a path.

Aus der Präsentation der InitiatorInnen (Christof Schremmer): Fördermöglichkeiten für Tourismus

EFRE/IWB:

- Priorität 1: F&E, Technologieentwicklung, Innovation Tourismusforschung, Bildung von Innovationsnetzen
 - Priorität 3: Wettbewerbsfähigkeit der KMU, Gründung, Entwicklung, „Unternehmergeist“, Internationalisierung, Markterschließung, Betriebliche Investitionen – Qualität, Innovation
 - Priorität 4: Wandel zur Niedrig CO₂-Wirtschaft, Energieeffizienz und Erzeugung erneuerbarer Energien, ev. auch für öffentliche Einrichtungen
- Generell Klärung bei Förderfähigkeit erforderlich (kritische Punkte: Infrastrukturen, Großunternehmen).

EFRE/ETZ:

- Produktentwicklung: International vernetzte Angebote (grenzüberschreitend, thematisch), Großdestinationen (Donauraum z.B.)
- Infrastruktur – Umwelt: Entwicklung von Projekten – grenzüberschreitend, in der Großregion, Innovationen im Bereich Energieeffizienz, erneuerbare Energien
- Erreichbarkeit – Mobilität: Koordination + Planung der Erreichbarkeit der Destinationen, Innovationen bei alternativen Mobilitätsformen und ÖV

ELER (Leader):

- Produktentwicklung: Regionale Angebotsentwicklung und Vernetzung, Vorbereitung von Schlüsselprojekten, Kulturelle Initiativen und Einrichtungen,
- Infrastruktur – Umwelt: Entwicklung von Projekten, tw. Investitionen, Gemeindeentwicklung – Dorferneuerung, Naturreservate u.a., Projekte zu Energieeffizienz, erneuerbare Energien
- Erreichbarkeit – Mobilität: Koordination und Entwicklung von alternativen Mobilitätsformen, Kooperation mit ÖV

WESENTLICHE DISKUSSIONSPUNKTE

In der Diskussion wurden insbesondere folgende Punkte angesprochen:

- Der Schwerpunkt der Maßnahmen der GSR-Fonds sollte in der Förderung von Forschung, Innovation, Qualitätssteigerung und Nachhaltigkeit jenes touristischen Angebots liegen, das eng mit Regionalentwicklung, Land- und Forstwirtschaft, Kulturangeboten, Kulinarik, Naturerlebnis und Stadtattraktivität verbunden ist. (Zitat: „Ausbau einer USP des österreichischen Tourismus“.)
- Zu bedenken ist jedenfalls, dass in IWB/EFRE in Zukunft 80% der Mittel im Rahmen der thematischen Ziele 1, (2), 3 und 4 zu programmieren sein werden (aktueller Stand der Vorgaben aus den EU-Verordnungsentwürfen im Rahmen der „thematischen Konzentration“.)
- Eine große Aufsplittung der verbleibenden Mittel auf viele anderen thematischen Ziele und Investitionsprioritäten ist nicht sinnvoll, weil dann die Gefahr besteht, dass der Aufwand unverhältnismäßig hoch zum Nutzen bzw. zu den Wirkungen wäre.
- Klärungspunkte: Förderfähigkeit von Infra- und Suprastrukturen im Tourismus; betriebliche Infrastrukturen; Einnahmen schaffende Projekte.
- Unter dem thematischen Ziel 4 sollten auch touristische/regionalwirtschaftliche Innovationssysteme auf Machbarkeit geprüft werden.
- In den ETZ-Programmen sollten auch Entwicklungsarbeiten für makroregionale Strategiebeiträge mitbedacht werden.
- Auch in den ETZ Programmen ist eine thematische Konzentration vorgesehen, allerdings können hier 4 Ziele aus allen 11 gewählt werden. Hier hängt die Auswahl jedoch stark von der Vereinbarung mit den Partnerländern ab.
- Im ELER können in Zukunft Unternehmen außerhalb des Agrarsektors bis 49 Beschäftigten gefördert werden (2007-13: bis 10 Beschäftigte).
- Wertschöpfungsketten und Synergien Landwirtschaft – Tourismus bzw. Forstwirtschaft – Tourismus im regionalen Kontext sind ein zentraler Punkt im ELER bzw. Leader.
- Durch die Kombination von Tourismus mit den thematischen Zielen und die zu erwartende Reduzierung der EU-Mittel könnte es sinnvoll sein, die breite Tourismusförderung außerhalb und die besonders innovativen Projekte im Rahmen der Kofinanzierung abzuwickeln. Wichtige Voraussetzung dafür ist jedoch die Administrierbarkeit.

ZUSAMMENFASSENDE PUNKTE

„Tourismus“ bildet zwar kein eigenes thematisches Ziel oder eine eigene Investitionspriorität in den EU-Verordnungen 2014-20, wird jedoch in der PV und den operationellen Programmen als wichtige österreichische Branche vorkommen:

Tourismus als regionale und regionalwirksame Dienstleistung ist ein Kernelement regionaler Entwicklung und Kohäsion:

- durch Innovation, Professionalisierung und Qualitätsverbesserung Bestehendes zu sichern und Entsedelung zu verhindern;
- neue KundInnen und Märkte durch innovative und attraktive Angebote zu gewinnen und die Standortqualität von ländlichen Regionen und Städten auch für andere WirtschaftsakteurInnen zu erhöhen;
- die Zahl und Qualität der Arbeitsplätze verbessern und die Lebensqualität für die BewohnerInnen zu steigern.

Tourismusförderung ist im Rahmen der GSR-Fonds generell zukünftig möglich: EFRE/IWB (unter den thematischen Zielen 1, 3, 4), EFRE/ETZ (bspw. unter dem thematischen Ziel 6), ELER (Priorität 3 und 6); es verbleiben jedoch zahlreiche zu klärende Punkte:

- Was wird in EFRE/IWB-Programmen unter Förderung touristischer Infrastrukturen verstanden? Eine klare Definition am Anfang der neuen Programmperiode ist notwendig.
- Wie kann die Beteiligung von KMU in EFRE/ETZ-Programmen erfolgen (beihilfenrechtliche Fragen)?
- Wie können innovative soziale Dienstleistungen (bspw. Kinderbetreuung für Tourismusbeschäftigte) im Rahmen der GSR-Fonds gefördert werden (keine standardmäßigen Basisinfrastrukturen)?
- Wie können Qualifizierungsfragen im ESF besser an die touristischen Bedarfe angepasst werden?
- Wie wird „Innovation“ im Rahmen touristischer Projekte definiert? (breiter Innovationsbegriff)
- Wie kann das gegenwärtig hohe Ausmaß an touristischen Kleinförderungen (bis EUR 5.000, siehe ÖHT-Analyse) in EU-Programmen reduziert werden, um mehr Ergebnisorientierung und weniger administrativen Aufwand zu erzielen („nicht verzetteln“)?
- Wie kann der Beitrag touristischer Förderungen zur Barrierefreiheit und zu Genderaspekten in EU-Programmen erfasst werden (Monitoringfrage)?

Beilagen:

1. Anwesenheitsliste
2. Präsentationsfolien von Martina Titlbach-Supper, BMWFJ
3. Präsentationsfolien von Egon Smeral, WIFO
4. Präsentationsfolien von Christof Schremmer, ÖIR
5. Präsentationsfolien von Franz Hartl, ÖHT

Sitzungsgegenstand: FOKUSGRUPPE TOURISMUS
Datum / Uhrzeit: 3. DEZEMBER 2012
MODERATION: GÜNTER SCHEER (ÖAR)
Vorsitz:

Nr.	Nachname / Vorname	Stelle	
1	TITLBACH-SUPPEN	BNUFJ II/4	121
2	SCHREINER Christy	OIR	5
3	PENITZ Renate	BNUFJ II/4	1
4	SMEHR Egon	Wifo	6
5	MONSIEIN Jutta	Land Steiermark, A7, ETZ	81
6	ARTNER Hans	Land Burgenland Abt. - Tourismus	h1
7	SEEGER Alois	Land OÖ Abt. Wirtschaft	11
8	LUNG Ernst	Invit, I/K2	6
9	GRABNER ALICE	BMLFUW/V/4	11
10	SCHWEIGHOFER MICHAEL	Land Steiermark A12	111
11	LADICH Harald	RMB, Appl	h1
12	HOLZBERGER Barbara	BNUFJ C1/2	6
13	HEINISCH HELMUT	ecoplus GmbH (Land NÖ)	1
14	SEIDL MARCUS	ÖROK-GA	
15	BRANDL Klara	Umweltbundesamt	
16	GRABNER ALICE	BMLFUW, II 9	11
17	STADLER MARKUS	BMLFUW, II 6	111
18	TRAXL Martin	Land TIROL	11

Nr.	Nachname / Vorname	Stelle	
19	PLEVNIK Erika	ÖZIV + OAR	er
20	Geiseketh Högersch-Edwards	Land Tirol Gleichstellung	e.
21	CHRISTIAN JOCHUM	LKÖ	c
22	RAUNER / ALEXANDER	WKÖ / BSTF	al
23	BRANDL Michael	TKollnburg	m
24	HARTL FERNANZ	ÖHIT	Ru
25	REICH Andreas	METIS	!
26	HOFBAUER Silvia	BAK	silu
27	MUHAR Andreas	BOUVIL	94 b
28	SCHERER Guido	ÖAR	S
29	MAYER Andreas	TROIC-Gist.	n
30	BAUTIGARTNER Michael	— " —	bi
31			
32			
33			
34			
35			
36			
37			
38			
39			
40			

Aktuelle Tourismuspolitik des Bundes

Mag. Martina Titlbach-Supper
Abteilung Tourismus-Förderungen

bmwfi bmwfi bmwfi bmwfi bmwfi bmwfi
vfi bmwfi bmwfi bmwfi bmwfi bmwfi b
bmwfi bmwfi bmwfi bmwfi bmwfi bmwfi
vfi bmwfi bmwfi bmwfi bmwfi bmwfi b
bmwfi bmwfi bmwfi bmwfi bmwfi bmwfi
vfi bmwfi bmwfi bmwfi bmwfi bmwfi b

Tourismusstrategie des Bundes „Neue Wege im Tourismus“

Warum eine Tourismusstrategie des Bundes?

- ⇒ Globalisierung führt zu stärkerem Wettbewerb
- ⇒ klein strukturierte Tourismusbranche ist im internationalen Wettbewerb besonders gefordert
- ⇒ Ansprüche der Gäste steigen
- ⇒ Mittelmaß ist out - Qualität ist angesagt
- ⇒ weltweites Marketing erfordert Bündelung der Kräfte

Tourismusstrategie des Bundes „Neue Wege im Tourismus“

www.bmwfj.gv.at



Bundesministerium für
Wirtschaft, Familie und Jugend



Meilensteine:

- ✓ Startschuss 2009
- ✓ Workshop-Reihe
- ✓ Präsentation 2010
- ✓ Tourismuskonferenzen:
 - Linz 2011
 - Schladming 2012
 - Bregenz April 2013

November 2012

BMWFJ, Abt. III/4

3

Tourismusstrategie des Bundes „Neue Wege im Tourismus“

www.bmwfj.gv.at



Bundesministerium für
Wirtschaft, Familie und Jugend



November 2012

BMWFJ, Abt. III/4

4

Tourismusstrategie des Bundes „Neue Wege im Tourismus“

www.bmwfj.gv.at



Bundesministerium für
Wirtschaft, Familie und Jugend



November 2012

BMWFJ, Abt. III/4

5

Inhalte der Tourismusstrategie



Alpen – Donau (Seen) – Städte & Kultur

1. **Tourismusmarketing**
 - Marke Österreich, 3 Alleinstellungsmerkmale (Alpen, Donau, Städte & Kultur), Fernmärkte
2. **Tourismuspolitische Strategien**
 - Internationalisierung, Ganzjahresorientierung, Qualitäts- und Produktinnovation, Forschung & Entwicklung, Destinationsbildung, sektorübergreifende Angebotsentwicklung
3. **Innovation**
 - Rahmenbedingungen, Anreizsysteme, Tourismusforschung, Tourismusinformatik
4. **Förderung/Finanzierung**
 - Enge Abstimmung Bund-Länder-Regionen
 - Nutzung der EU-Programme und Förderungen für den Tourismus

November 2012

BMWFJ, Abt. III/4

6

Tourismusförderungen

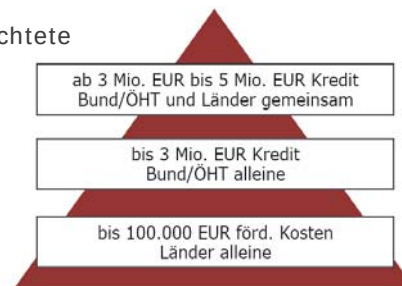
www.bmwfj.gv.at



Bundesministerium für
Wirtschaft, Familie und Jugend

Neues Fördersystem setzt Maßstäbe

- ✓ Mit Förderpyramide Transparenz erhöht und Doppelgleisigkeiten vermieden
- ✓ Mit Anhebung der ERP-Mittel von 33 auf 50 Millionen EUR Investitionen gesichert
- ✓ Mit Schwerpunktaktionen zielgerichtete Investitionen ausgelöst
 - 2010: Internet
 - 2011: Radtourismus
 - 2012: Familie



November 2012

BMWFJ, Abt. III/4

7

Umsetzung der Tourismusstrategie

www.bmwfj.gv.at



Bundesministerium für
Wirtschaft, Familie und Jugend

Aktionspläne

- unterzeichnet von Bundesminister & Landesräten
- vorbereitet durch Steuerungsgruppe & Expertenrat
- definiert Vorhaben für das laufende Jahr

Aktionsplan 2012:

- ✓ Tourismusmarketing → Marke Österreich
- ✓ Innovation → Österr. Innovationspreis Tourismus
- ✓ Produktentwicklung → Fokus „Urlaub am Wasser“
- ✓ EU → Fokus Strukturfondsperiode 2014 - 2020
- ✓ Erreichbarkeit → Studie „Tourismusbilität 2030“
- ✓ Beschäftigung → Lehrlingscard, Tourismus & Integration

November 2012

BMWFJ, Abt. III/4

8

Tourismus wird in den nächsten Jahren nur moderat wachsen.

Höheres Wachstum ist erzielbar, wenn

- Fokus auf rasch wachsende Märkte gelegt
 - BRIC, Zentraleuropa
- Produktinnovation und Differenzierung vorangetrieben
 - neue Zielgruppen, neue Trends
- Qualitätsverbesserung fortgesetzt wird
 - betriebliche und öffentliche Infrastruktur

Zusammenhang mit Europa 2020 Strategie

Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit des österreichischen Tourismus als Beitrag zu den Kernzielen der EU 2020 Strategie

- Beschäftigung
- FuE und Innovation

**Folgende Kennzahlen und statistische
Eckdaten unterstreichen die
wirtschaftliche und regionale
Bedeutung des Tourismus in
Österreich**

Tourismus in Österreich KJ 2011

Ankünfte: 34,6 Mio. (+3,7 % Rekord)

Inländer: 11,6 Mio. (+2,0%)

Ausländer : 23,0 Mio. (+4,6%)

Nächtigungen: 126,0 Mio. (+0,9 %)

Inländer : 35,3 Mio. (+0,8%)

Ausländer: 90,7 Mio. (+0,9%)

Aufenthaltsdauer: 3,6 Nächte (-0,1 Nächte)

Umsätze: 22,6 Mrd. € (+3,3%)

Tourismus-Beitrag zum **BIP:** 7,4 %

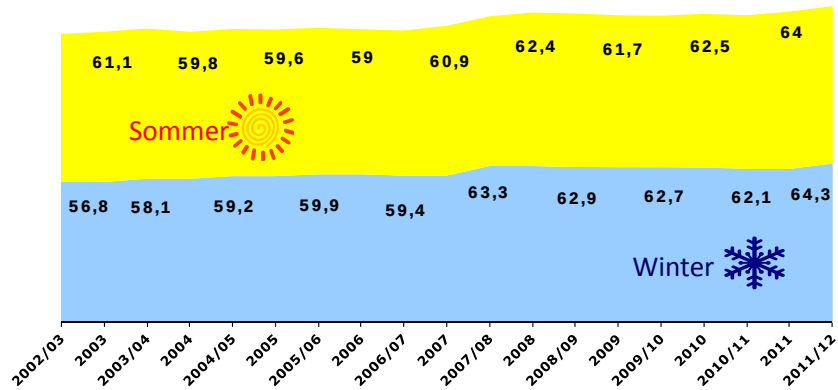
Direkt und indirekt **Beschäftigte:** rd. 344.300
(= 9,9% der Gesamtbeschäftigung)

Nächtigungen – Sommer / Winter

www.bmwfj.gv.at

bmwfi

Bundesministerium für
Wirtschaft, Familie und Jugend



Quelle: Statistik Austria

November 2012

BMWFJ, Abt. III/4

13

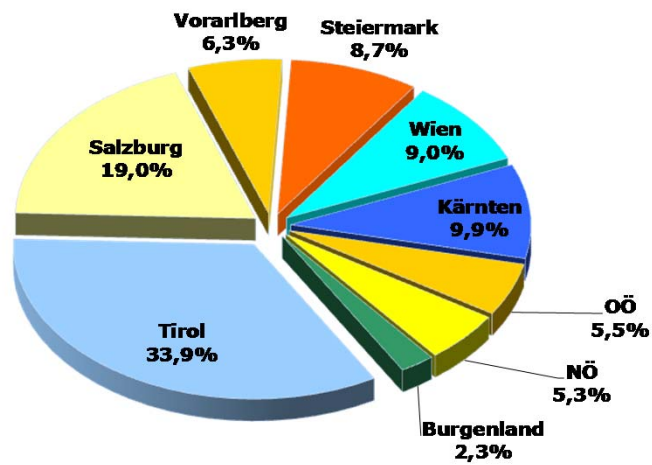
Nächtigungen 2011 nach BL

www.bmwfj.gv.at

bmwfi

Bundesministerium für
Wirtschaft, Familie und Jugend

Quelle: Statistik Austria



November 2012

BMWFJ, Abt. III/4

14

TOP-10-Gemeinden

www.bmwfj.gv.at



Bundesministerium für
Wirtschaft, Familie und Jugend

- Österreich ist im Sommer und im Winter beliebt – in unterschiedlicher Ausprägung.
- Wien ist durch Städte-, Kultur und Kongresstourismus im Sommer und im Winter in Führung; danach folgen Tiroler und Salzburger Gemeinden.

Top 10 Gemeinden im Winterhalbjahr 2010/11

Gemeinde	Übernachtungen Inländer	Übernachtungen Ausländer	Gesamt
1. Wien	1.010.922	3.738.367	4.749.289
2. Sölden	74.333	1.800.114	1.874.447
3. Saalbach-Hintergömm	257.229	1.142.954	1.400.183
4. Ischgl	65.588	1.256.383	1.321.971
5. Sankt Anton	80.487	869.133	949.620
6. Obertauern	249.757	628.010	877.767
7. Mayrhofen	32.467	831.980	864.447
8. Salzburg	273.350	574.768	848.118
9. Lech	122.759	689.618	812.377
10. Neustift im Stubaital	13.884	735.530	749.414

Top 10 Gemeinden im Sommerhalbjahr 2011

Gemeinde	Übernachtungen Inländer	Übernachtungen Ausländer	Gesamt
1. Wien	1.082.634	5.449.301	6.531.935
2. Salzburg	337.328	1.073.682	1.411.010
3. Mittelberg	5.804	749.450	755.254
4. Innsbruck	185.892	567.815	753.707
5. St. Kanzian/Klopeinersee	427.253	228.596	655.849
6. Zell am See	87.192	561.680	648.872
7. Villach	230.242	403.158	633.400
8. Eben am Achensee	49.117	570.288	619.405
9. Mayrhofen	66.512	517.004	583.516
10. Saalbach-Hintergömm	93.133	466.978	560.111

Quelle: Statistik Austria in Tourismus in Zahlen 2012, S.43

November 2012

BMWFJ, Abt. III/4

15

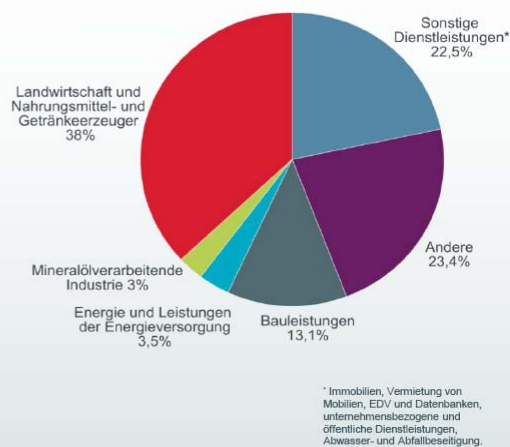
Wer profitiert vom Tourismus?

www.bmwfj.gv.at



Bundesministerium für
Wirtschaft, Familie und Jugend

- Die Aufteilung der Vorleistungen im Beherbergungs- und Gaststättenbereich zeigt, dass hier vor allem regionale Anbieter zum Zug kommen.
- Damit ist gerade das Beherbergungs- und Gaststättenwesen eine Stütze der regionalen Wirtschaft – sowohl im produzierenden, wie auch im Dienstleistungs-Sektor.



Quelle: IHS 2011

November 2012

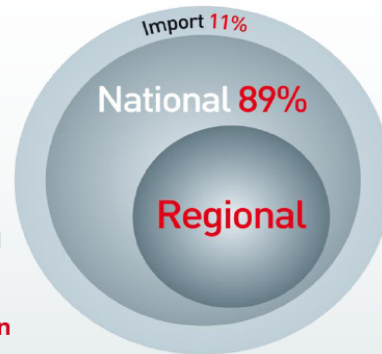
BMWFJ, Abt. III/4

16

Das große Plus: Regionalität der Wertschöpfung

Die Vorleistungen (z.B. Tischler) und Zulieferungen (z.B. Landwirtschaft) für das Beherbergungs- und Gaststättenwesen kommen größtenteils aus der Region.

- In Summe kommen 89% aus Österreich, nur 11% werden importiert.
- Zur Befriedigung einer Endnachfrage von 1 Mrd. Euro sind lediglich Importe von rund 110 Mio. Euro notwendig.
- **Der Tourismus sichert damit Einkommen und Arbeitsplätze in der Region.**



Quelle: Kolleritsch, E. (2004): Input-Output-Multiplikatoren 2000, Statistische Nachrichten 6/2004, S. 595



TEL. (+43 1) 798 26 01-0
FAX (+43 1) 798 93 86

ÖSTERREICHISCHES INSTITUT FÜR WIRTSCHAFTSFORSCHUNG
AUSTRIAN INSTITUTE OF ECONOMIC RESEARCH

WIEN 3, ARSENAL, OBJEKT 20 • A-1103 WIEN, POSTFACH 91
P.O. BOX 91, A-1103 VIENNA – AUSTRIA • <http://www.wifo.ac.at>

Die Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in Österreich

Egon Smeral

ÖROK • Wien

3. Dezember 2012



Hauptergebnisse Tourismus-Satellitenkonto für Österreich

Touristische Nachfrage

	2000	2005	2008	2009	2010	2011
	Mio. €					
Ausgaben ausländischer Besucher	11.882	14.316	16.082	14.973	15.260	15.748
Übernachtende Touristen	10.414	12.390	13.352	12.365	12.859	13.254
Tagesbesucher	1.468	1.926	2.730	2.608	2.401	2.495
Ausgaben inländischer Besucher	10.554	12.694	14.263	14.075	14.115	14.585
Urlaubsreisende	8.717	10.587	11.496	11.780	12.166	12.398
Übernachtende Touristen	5.303	6.556	7.204	7.325	7.512	7.511
Tagesbesucher	3.414	4.031	4.292	4.456	4.654	4.887
Geschäftsreisende	1.837	2.107	2.767	2.295	1.950	2.188
Übernachtende Touristen	1.055	1.234	1.773	1.408	1.275	1.478
Tagesbesucher	782	872	994	887	675	710
Ausgaben in Wochenend- häusern und Zweitwohnungen	87	101	105	109	105	103
Gesamtausgaben	22.523	27.110	30.449	29.158	29.480	30.437

Q: Statistik Austria, WIFO.

Urlaubs- und Geschäftsreisen. 2000-2009: revidiert, 2010: vorläufig, 2011: Schätzung.

	Mio. €	Anteil in %
2011		
Tourismuscharakteristische Dienstleistungen	24.745	81,3
Beherbergung	8.957	29,4
Hotels und andere Unterkünfte ¹⁾	8.854	29,1
Zweitwohnungen/-häuser ²⁾	103	0,3
Restaurant- und Gaststättendienste	7.956	26,1
Personentransport	4.879	16,0
Eisenbahn	872	2,9
Straßenverkehr ³⁾	454	1,5
Wasserverkehr	52	0,2
Luftverkehr	3.238	10,6
Sonstige Hilfs- und Nebentätigkeiten für den Verkehr ⁴⁾	264	0,9
Reisebüros bzw. -veranstalter ⁵⁾	99	0,3
Kultur-, Unterhaltungs- und sonstige Dienstleistungen	2.854	9,4
Tourismusverwandte bzw. nicht-tourismusspezifische Waren bzw. Dienstleistungen	5.691	18,7
Waren	2.514	8,3
Dienstleistungen	2.938	9,7
Handelsspanne	239	0,8
Insgesamt	30.437	100,0

Q: Statistik Austria, WIFO. ¹⁾ Einschließlich Verwandten- und Bekanntenbesuche. – ²⁾ Aufwendungen bzw. "fiktive" Miete. – ³⁾ z. B. Straßenbahn, Schnellbahn, Autobus, Taxi. – ⁴⁾ z. B. Parkhäuser, Betrieb von Bahnhöfen bzw. Flughäfen. – ⁵⁾ Nur Spannen; Package-Teile sind in den jeweiligen Dienstleistungen enthalten (z. B. bei Buchung einer Schiffskreuzfahrt in einem Reisebüro: Die Dienstleistung wird dem "Wasserverkehr" zugerechnet, die Position "Spanne" verbleibt unter "Reisebüros bzw. -veranstalter").

Direkte Wertschöpfung

	2000	2005	2008	2009	2010	2011
	Mio. €					
Ohne Dienst- und Geschäftsreisen	10.211	11.979	13.795	13.867	15.073	16.284
Einschließlich Dienst- und Geschäftsreisen	11.107	12.818	15.062	14.960	16.018	17.403
	Veränderung gegen das Vorjahr in %					
Ohne Dienst- und Geschäftsreisen	.	+2,5	+5,7	+0,5	+8,7	+8,0
Einschließlich Dienst- und Geschäftsreisen	.	+2,0	+6,7	–0,7	+7,1	+8,6
	Anteil am BIP in %					
Ohne Dienst- und Geschäftsreisen	4,9	4,9	4,9	5,0	5,3	5,4
Einschließlich Dienst- und Geschäftsreisen	5,3	5,2	5,3	5,4	5,6	5,8

Q: Statistik Austria, WIFO. 2000-2009: revidiert, 2010: vorläufig, 2011: Schätzung.

Direkte und indirekte Wertschöpfung

	2000	2005	2008	2009	2010	2011
	Mio. €					
Tourismus ¹⁾	16.154	19.526	21.618	20.978	21.499	22.060
Freizeitkonsum der Inländer am Wohnort	14.676	17.125	19.521	20.033	20.935	21.081
Tourismus und Freizeitwirtschaft ¹⁾	30.830	36.651	41.138	41.011	42.434	43.141
	Veränderung gegen das Vorjahr in %					
Tourismus ¹⁾	.	+4,5	+4,7	-3,0	+2,5	+2,6
Freizeitkonsum der Inländer am Wohnort	.	+2,9	+3,5	+2,6	+4,5	+0,7
Tourismus und Freizeitwirtschaft ¹⁾	.	+3,8	+4,1	-0,3	+3,5	+1,7
	Beitrag zum BIP in %					
Tourismus ¹⁾	7,7	8,0	7,6	7,6	7,5	7,4
Freizeitkonsum der Inländer am Wohnort	7,0	7,0	6,9	7,3	7,3	7,2
Tourismus und Freizeitwirtschaft ¹⁾	14,8	14,9	14,5	14,9	14,8	14,6

Q: Statistik Austria, WIFO. – ¹⁾ Ohne Dienst- und Geschäftsreisen.

Charakteristische Tourismusindustrien (ÖNACE 2008) • 2011

	Beschäftigungs- verhältnisse	Vollzeitäquivalente (VZÄ)		
		Unselbständig Beschäftigte	Selbständig	Erwerbstätige insgesamt
		In 1.000		
Beherbergungs- und Gaststättenwesen	190,5	120,1	27,5	147,6
Hotels und ähnliche Betriebe	76,1	48,6	10,2	58,8
Restaurants und ähnliche Betriebe	114,4	71,5	17,3	88,8
Verkehr	60,4	50,3	4,2	54,5
Eisenbahnen	8,1	7,1	0,0	7,1
Sonstiger Landverkehr	45,6	38,1	4,0	42,2
Schifffahrt	0,0	0,0	0,0	0,0
Luftfahrt	5,9	4,3	0,1	4,5
Hilfs- und Nebentätigkeiten für den Verkehr	0,7	0,6	0,0	0,7
Reisebüros und Reiseveranstalter	35,5	29,1	1,7	30,7
Kultur, Unterhaltung und Sport	28,7	17,0	4,7	21,7
Kultur und Unterhaltung	18,3	10,8	3,0	13,9
Sport	10,4	6,2	1,7	7,9
Tourismusindustrien insgesamt	315,1	216,5	38,1	254,5

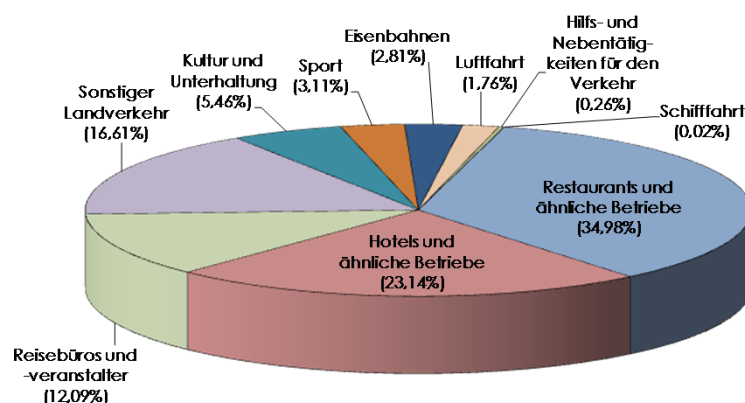
Q: Statistik Austria. Rundungen können Rechendifferenzen ergeben.

Charakteristische Tourismusindustrien (ÖNACE 2008) • 2011

	Beschäftigungs- verhältnisse	Vollzeitäquivalente (VZÄ)		
		Unselbständig Beschäftigte	Selbständig Beschäftigte	Erwerbstätige insgesamt
		Anteile in %		
Beherbergungs- und Gaststättenwesen	60,5	55,5	72,1	58,0
Hotels und ähnliche Betriebe	24,2	22,5	26,7	23,1
Restaurants und ähnliche Betriebe	36,3	33,0	45,4	34,9
Verkehr	19,2	23,2	11,0	21,4
Eisenbahnen	2,6	3,3	0,0	2,8
Sonstiger Landverkehr	14,5	17,6	10,6	16,6
Schifffahrt	0,0	0,0	0,0	0,0
Luftfahrt	1,9	2,0	0,4	1,8
Hilfs- und Nebentätigkeiten für den Verkehr	0,2	0,3	0,0	0,3
Reisebüros und Reiseveranstalter	11,3	13,4	4,4	12,1
Kultur, Unterhaltung und Sport	9,1	7,9	12,5	8,5
Kultur und Unterhaltung	5,8	5,0	7,9	5,4
Sport	3,3	2,8	4,5	3,1
Tourismusindustrien insgesamt	100,0	100,0	100,0	100,0

Q: Statistik Austria. Rundungen können Rechendifferenzen ergeben.

Charakteristische Tourismusindustrien • 2011



Q: Statistik Austria. Erwerbstätige: gemessen in Vollzeitäquivalenten.

STRAT.AT 2020

„Fokusgruppe Tourismus“

Tourismus in der Periode 2014-2020

am 3.Dezember 2012

DI Christof Schremmer, ÖIR



Österreichische Tourismusstrategie: Entwicklungschancen

- ▶ Globales Wachstum des Tourismus wird erwartet
- ▶ Marktanteile Österreichs sinken, aber durch geeignete Strategie besteht Wachstumspotenzial ...
- ▶ .. wenn es gelingt, die neuen, stark wachsenden Herkunftsmärkte stärker anzusprechen: Asien, Russland Mittlerer Osten, Südamerika
- ▶ Internationalisierung und Qualitätsverbesserung beim Angebot
- ▶ Wachstumspotenzial dadurch bis zu 1 ¾ Prozent (real) pro Jahr, (Auslandsmärkte und Binnennachfrage)

Umfeldbedingungen und Herausforderungen

Umfeldbedingungen:

- ▶ Erheblicher Preisdruck bleibt bestehen
- ▶ Verschärfte Kreditvergaberichtlinien für KMUs – Investitionsdämpfung
- ▶ Krisenhaftes wirtschaftliches Umfeld dämpft Tourismuskonsum (Ausgaben sinken)

Spezifische Herausforderungen für Österreich:

- ▶ Notwendige Qualitätsverbesserungen des Angebots
- ▶ Demografische Engpässe bei jungen Arbeitskräften
- ▶ Relativ starke Saisonabhängigkeit
- ▶ Komplexe Koordination Bund – Länder – Regionen

Österreichische Tourismusstrategie

▶ Tourismusmarketing

- Marke Österreich, 3 Alleinstellungsmerkmale (Alpen, Donau, Städte & Kultur), Fernmärkte

▶ Tourismuspolitische Strategien

- Internationalisierung, Ganzjahresorientierung, Qualitäts- und Produktinnovation, Forschung & Entwicklung, Destinationsbildung, sektorübergreifende Angebotsentwicklung

▶ Innovation

- Rahmenbedingungen, Anreizsysteme, Tourismusforschung, Tourismusinformatik

▶ Förderung/Finanzierung

- Enge Abstimmung Bund-Länder-Regionen
- Nutzung der EU-Programme und Förderungen für den Tourismus

Tourismus - Förderungsschwerpunkte

► Produktentwicklung

- Destinationen mit hohen Qualitäts- und Erlebnisstandards
- „neue“ internationale Ausrichtung
- ganzjährig wirksame Angebote

► Infrastruktur

- Ganzjahresorientierung
- regional kooperativ erstellte Angebote, sektorübergreifend - auch mit Verkehr

► Erreichbarkeit – Mobilität

- Erreichbarkeit der Destinationen
- Mobilität vor Ort – alternative Mobilitätsformen, in Kooperation mit ÖV

Optionen für den Tourismus in der Programmperiode 2014-2020

Strategie Europa 2020

- **Intelligentes Wachstum:** Entwicklung einer auf Wissen und Innovation gestützten Wirtschaft
- **Nachhaltiges Wachstum:** Förderung einer ressourcenschonenden, ökologischeren und wettbewerbsfähigeren Wirtschaft
- **Integratives Wachstum:** Förderung einer Wirtschaft mit hoher Beschäftigung und ausgeprägtem sozialen und territorialen Zusammenhalt Strategie Europa 2020

11 Thematische Ziele der GSR-Fonds 2014 – 2020

- 1. **Forschung, Technologieentwicklung und Innovation**
- 2. Zugang, Nutzung und Qualitätsverbesserung bei IKT
- 3. **Wettbewerbsfähigkeit der KMU**
- 4. **Wandel zur Niedrig-CO2-Wirtschaft**
- 5. Anpassung an Klimawandel, Risikovermeidung und –management
- 6. **Umweltschutz und Ressourceneffizienz**
- 7. Nachhaltiger Verkehr und Engpassbeseitigung bei den Schlüssel-Netzen
- 8. Beschäftigungsinitiativen und Mobilität der ArbeitnehmerInnen
- 9. Soziale Integration und Armutsbekämpfung
- 10. Bildung und berufsbegleitende Qualifizierung
- 11. Institutionelle Kapazität und effektive Verwaltung mit Bezug zur OP-Umsetzung

Tourismus – Förderungsschwerpunkte EFRE-IWB

► **Priorität 1: F&E, Technologieentwicklung, Innovation**

- Tourismusforschung
- Bildung von Innovationsnetzen

► **Priorität 3: Wettbewerbsfähigkeit der KMU**

- Gründung, Entwicklung, „Unternehmergeist“
- Internationalisierung, Markterschließung
- Betriebliche Investitionen – Qualität, Innovation

► **Priorität 4: Wandel zur Niedrig CO₂-Wirtschaft**

- Energieeffizienz und Erzeugung erneuerbarer Energien
- ev. auch für öffentliche Einrichtungen

Generell: Keine Infrastruktur, keine Großbetriebe förderbar

Tourismus – ETZ Europ. Territ. Zusammenarbeit

► **Produktentwicklung**

- International vernetzte Angebote (grenzüberschreitend, thematisch)
- Großdestinationen (Donauraum z.B.)

► **Infrastruktur – Umwelt**

- Entwicklung von Projekten – grenzüberschreitend, in der Großregion
- Innovationen im Bereich Energieeffizienz, erneuerbare Energien

► **Erreichbarkeit – Mobilität**

- Koordination + Planung der Erreichbarkeit der Destinationen
- Innovationen bei alternativen Mobilitätsformen und ÖV

Tourismus – ELER und LEADER

► Produktentwicklung

- Regionale Angebotsentwicklung und Vernetzung
- Vorbereitung von Schlüsselprojekten
- Kulturelle Initiativen und Einrichtungen

► Infrastruktur – Umwelt

- Entwicklung von Projekten, tw. Investitionen
- Gemeindeentwicklung – Dorferneuerung
- Naturreserve u.a.
- Projekte zu Energieeffizienz, erneuerbare Energien

► Erreichbarkeit – Mobilität

- Koordination und Entwicklung von alternativen Mobilitätsformen, Kooperation mit ÖV

Für die Diskussion

- Besondere Förderungsnotwendigkeit bei Innovation und Vernetzung (Angebotsketten, regionale Vernetzung, thematische Vernetzung)
- KMUs sind bei EFRE im Mittelpunkt, Großbetriebe nur bei Umwelt-/Energie-Projekten
- Regionale und länderweise Abstimmung von Tourismusstrategien und Projektförderungen ist eine Herausforderung, v.a. im Rahmen von ETZ und ELER/LEADER
- Energie und Ressourceneffizienz bedeutend bei der Investitionsförderung und auch Angebotsentwicklung

Bedeutung der EU-Programme für österreichische Tourismusbetriebe

Franz Hartl

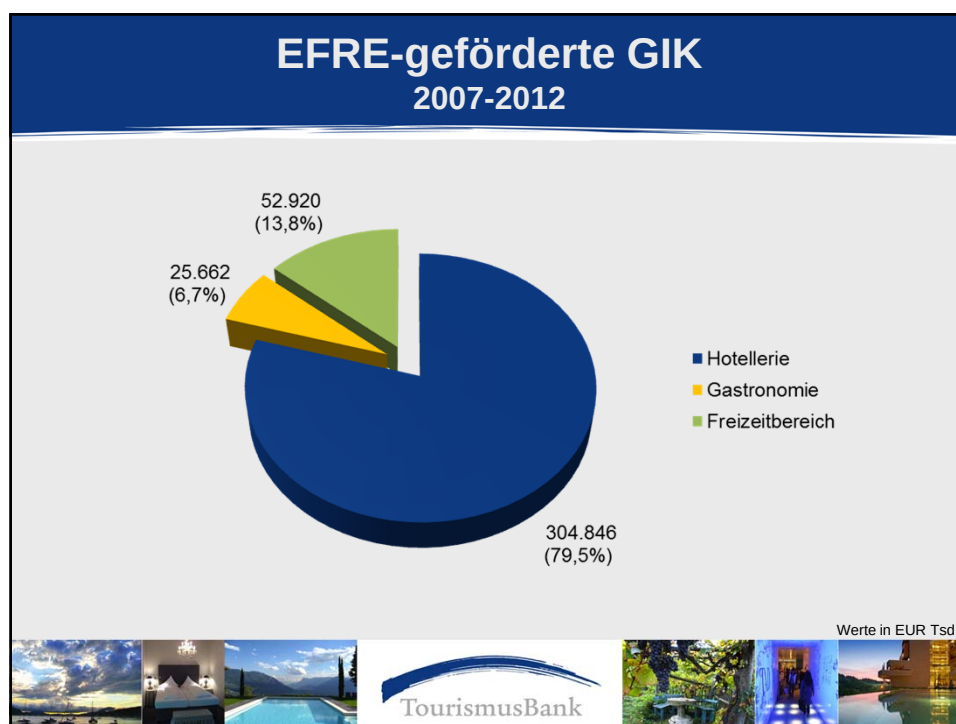


Gesamtüberblick 2007-2012

	GESAMT
Gesamtkosten (geplant)	383.428
ÖHT Kredit	128.215
TOP-Bund	56.115
TOP-Land	8.990
ERP Kredit	63.110
nat. öffentliche Mittel	36.023
Förderung Bund	15.496
Förderung Land	20.528
EFRE	39.904

Werte in EUR Tsd.





Area 47 im Ötztal Beispielprojekt

- Errichtung eines Outdoor-Erlebnisparks, welcher folgende Bereiche umfasst:
Eventhalle, Gastronomie, Hochseilgarten, Badesee, Seilgleitanlage, Beachvolleyball, Wasserrutschen, Cliffdiving, Schanzen, Fitnessbereich, Übernachtungsmöglichkeit in Blockhäusern, Raftingzentrum

Bildquelle: <http://www.area47.at/>

TourismusBank

Area 47 im Ötztal

Beispielprojekt

- Investitionskosten
 - Förderbare Gesamtinvestitionskosten: EUR 13.200.000
 - Förderbarwerte
 - EFRE-Mittel: EUR 1.000.000 (7,58%)
 - National-öffentliche Mittel: EUR 1.345.518 (10,88%)
- Qualitative Förderkriterien
 - Leitprojekt am Eingang zum Ötztal
 - Schaffung touristischer Sommer-Infrastruktur in einem Wintertourismus-dominierten Gebiet
 - Stärkung der intraregionalen Kooperation zwischen Gemeinden durch Beteiligung der Liftgesellschaften in Sölden
 - Schaffung nachhaltiger Arbeitsplätze

