

**VORTRAG AN DEN MINISTERRAT**

GZ: BMNT-37.541/0067-PR/9/2018  
**ZUR VERÖFFENTLICHUNG BESTIMMT**

Wien, am 24. April 2018

**Gegenstand:** „Plan T – Masterplan für Tourismus“

Der Tourismus ist von herausragender Bedeutung für Österreich. Mit 16% Anteil am BIP geben die über 90.000 in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft tätigen Betriebe insgesamt 770.000 Menschen direkt oder indirekt eine Beschäftigung. Somit steht jeder fünfte Vollzeit Arbeitsplatz Österreichs in Verbindung mit der Tourismus- und Freizeitwirtschaft. Zudem befindet sich Österreich bereits seit Jahren konstant unter den Top 15 Tourismusländern der Welt.

Um die Basis für eine sinnvolle und nachhaltige Weiterentwicklung des Tourismus in Österreich zu legen, wurde anlässlich der Internationalen Tourismusbörse am 7. März 2018 in Berlin der Startschuss für die Arbeit am „Plan T - Masterplan für Tourismus“ gegeben.

Die letzte strategische Beschäftigung mit dem österreichischen Tourismus liegt bereits fast zehn Jahre zurück. Seither haben sich die Rahmenbedingungen grundlegend verändert. Durch die Kleinstrukturiertheit der Tourismusbranche, die hohe Kompetenzersplitterung und eine große Anzahl an Stakeholdern besteht eine dringende Notwendigkeit für einen breit abgestimmten Gesamtplan zur Zukunft des österreichischen Tourismus.

Essentielle Partner in der Erstellung sind vor allem die Bundesländer, die jeweiligen Tourismusreferenten und die Landestourismusorganisationen. Weiters wird eine intensive Zusammenarbeit mit allen maßgeblichen Stellen wie der Sparte für Tourismus- und Freizeitwirtschaft der Wirtschaftskammer Österreich mit allen betroffenen Fachverbänden, der österreichischen Hotelierversammlung, der Österreich Werbung und der österreichischen Hotel- und Tourismusbank erfolgen. Zudem braucht es einen intensiven Austausch mit der Branche selbst.

Inhaltlich ist der „Plan T“ in mehrere Schwerpunkte gegliedert:

Ein wesentliches Thema des neuen Masterplans wird die Messbarkeit von Erfolg und die Sichtbarmachung von Handlungsbedarf im Tourismus sein. Die Nächtigungs- und Ankunftsdaten erreichen seit Jahren Rekordhöhen. Sie stellen jedoch nur bedingt einen Referenzwert dar, da sich die realen Umsätze im Vergleich konstant schwächer entwickeln. Das Ziel ist eine sukzessive Entfernung von einem Wettlauf um Nächtigungs- und Ankunftsrekorde und eine Herausbildung von mehrdimensionalen Parametern zur Messung der Entwicklungen im Tourismus. Daher soll ein umfassendes und vor allem zukunftsgerichtetes Indikatorensystem geschaffen werden, welches es ermöglicht, die Ergebnisse objektiv und offen zu diskutieren, die richtigen Schlüsse zu ziehen und Maßnahmen zu setzen.

Aussagekräftige Faktoren könnten z.B. Auslastung, Umsatzentwicklung und Wertschöpfung, aber auch Akzeptanz und Reiseverhalten sein.

Ein weiterer Schwerpunkt des Masterplans wird in der Kooperation zwischen Tourismus, Landwirtschaft und Kulinarik liegen. Im Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus ist es gelungen, alle Ressorts zur bestmöglichen Unterstützung des ländlichen Raumes zu bündeln.

Die Verknüpfung von Landwirtschaft und Tourismus wird bereits vielfach erfolgreich umgesetzt und von Seiten des Bundes gefördert. Besonders in den Sommermonaten hat der österreichische Tourismus noch Potenzial zur Weiterentwicklung und dabei ist eine Kooperation mit landwirtschaftlichen Betrieben aufgrund der vielfältigen Angebotspalette prädestiniert. Eine weitere wesentliche Schnittstelle dabei ist die Gastronomie, die dafür sorgt, dass sowohl Einheimische als auch Gäste heimische Produkte konsumieren und so die Spezialitäten Österreichs kennenlernen können. Das Ziel ist ein möglichst geschlossener und nachhaltiger Produkt- und Wertschöpfungskreislauf.

Um Kooperation geht es auch im Bereich der Finanzierung und Investition. Die Konjunktur liegt momentan im Schnitt bei 3%, die Zinslage ist günstig und die Förderbilanz der österreichischen Hotel- und Tourismusbank sehr positiv, da im vergangenen Jahr eine Rekordhöhe von über einer Milliarde Euro an Gesamtinvestitionsvolumen verzeichnet werden konnte.

Um diese Entwicklungen bestmöglich zu unterstützen gilt es zu klären, wie Tourismusförderung und Finanzierung in Zukunft optimal funktionieren können und wie die Zusammenarbeit mit der Europäischen Investitionsbank intensiviert werden kann, um bestmöglich von europäischen Mitteln zu profitieren.

Ein weiteres wesentliches Thema ist das Tourismusmarketing und der Auftritt der Marke Österreichs in der Welt. Die Hauptmärkte Deutschland, Österreich und Niederlande decken zwei Drittel der Ankünfte in Österreich ab. Eine Abhängigkeit von wenigen Märkten ist jedoch nicht optimal, weshalb ein breitgefächertes Auslandsauftritt Österreichs angestrebt wird. Wesentliche Wachstumsmärkte sind der asiatische Raum, allen voran China, und Osteuropa. Im Vorjahr zeigten die Zahlen auch eine äußerst positive Entwicklung am russischen Markt. Hier gilt es, zusammen mit der Österreich Werbung, den Landestourismusorganisationen und den Destinationen ein Konzept für ein effizientes Standortmarketing zu entwickeln, das regelmäßig evaluiert wird.

Passend dazu muss die Digitalisierung als führendes Zukunftsthema in diesem Prozess enthalten sein. Hier soll die bestehende Strategie zur Digitalisierung für den österreichischen Tourismus, deren weitere Umsetzung auch im Regierungsprogramm verankert ist, sinnvoll in den Masterplan für Tourismus implementiert werden.

Die Erstellung des Masterplans soll innerhalb eines Jahres erfolgen. Die Ergebnisse werden daher im Frühjahr 2019 vorliegen.

Ich stelle daher den

Antrag,

die Bundesregierung wolle den Bericht zustimmend zur Kenntnis nehmen.

Die Bundesministerin:  
Köstinger