



Plan T

Masterplan
für Tourismus

Mag. Anton Zimmermann
Abteilungsleiter Tourismuspolitik
Sektion V - Tourismus und Regionalpolitik
19.1.2020

- Tourismus verändert sich, er unterliegt einem permanenten Wandel.
- Die Bedürfnisse der Gäste und ihre Erwartungen an einen Urlaub haben sich geändert – Reiseentscheidungen wurden zu Lebensstilentscheidungen.
- Die Welt ist kleiner und daher der Wettbewerb stärker geworden. Immer mehr Menschen haben die Möglichkeit zu reisen.
- Die Digitalisierung verändert den Tourismus von Grund auf, sie verändert die Abläufe im Hotel, die Urlaubsplanung und -buchung, die Geschäftsmodelle, aber vor allem verändert sie unsere Gäste.
- Corona verändert den Tourismus – was früher selbstverständlich war, ist heute plötzlich nur noch eingeschränkt oder gar nicht möglich
- Gäste werden – zu Recht – immer anspruchsvoller und fordern höchste Qualität. Dafür benötigt man motiviertes Personal und raschere Investitionszyklen.

Auf dem Weg zur nachhaltigsten Tourismusdestination der Welt



Tourismus schafft Grundlagen für Wohlstand und Lebensqualität - heute und morgen

- Tourismuspolitik ist mehr als KMU-Politik → wesentlicher Treiber regionaler Entwicklung
- Erstmals Nachhaltigkeit – in allen 3 Dimensionen - als Grundprinzip für den Tourismus verankert:
 - **Wirtschaftlich** gesunde Betriebe als Grundvoraussetzung, größtenteils KMU und Familienbetriebe
 - Respektvoller **Umgang mit der Natur**
 - Tourismusdestination = **Lebensraum**: Nicht mehr der Gast allein steht im Mittelpunkt, genauso wichtig sind Bedürfnisse der Unternehmen, Beschäftigten und heimischen Bevölkerung
- **Paradigmenwechsel**, der nun gelebt und umgesetzt werden muss

Tourismusdestinationen sind Lebensräume

- Tourismus und Freizeitwirtschaft schaffen wichtige Arbeitsplätze in den Regionen → Wohlstand und Chancengleichheit auch im ländlichen Raum
- Anforderungen an Regionen steigen, von Qualitätssicherung und Innovationsmanagement über Mobilitätslösungen, Verkehrskonzepte bis hin zum employer branding
- Es geht um Management von Lebensräumen für Einheimische und Gäste → nur wenn die Bevölkerung Gäste nicht als Belastung empfindet, kann für den Gast ein unvergessliches Urlaubserlebnis geschaffen werden
- Wichtige touristische Entscheidungen müssen unter stärkerer Einbindung der Bevölkerung zu treffen und darauf zu achten, dass möglichst alle Menschen in einer Destination vom Tourismus profitieren

Tourismus neu denken

Bewusstsein für den Tourismus stärken

- Wert des Tourismus vermitteln und ein positives Tourismusbewusstsein fördern
- Den Menschen ins Zentrum rücken
- Selbstbewusstsein erhöhen und Berufsidentität stärken



Kooperationskultur etablieren

- Dialog gestalten und neue Formate etablieren
- Kooperationen anstoßen
- Wissenstransfer und brancheninternes Lernen ermöglichen



Digitale Potenziale nutzen

- Touristische Unternehmen bei der fortschreitenden Digitalisierung unterstützen
- Datenallianzen bilden
- E-Government-Services ausbauen



Die Leitbranche des 21. Jahrhunderts weiterentwickeln

Tourismusstandort attraktiv gestalten

- Regelungen vereinfachen, Steuerbelastung verringern
- Chancen für die nächste Generation wahren
- Fairen Wettbewerb für alle ermöglichen



Ausbildung und Arbeitsmarkt fit für die Zukunft machen

- Ausbildungsqualität optimieren
- Arbeiten im Tourismus besser gestalten
- Beitrag überbetrieblicher Maßnahmen



Lebensgrundlage nachhaltig sichern

- Österreich als „grüne“ Destination positionieren
- Tourismus zum „Kraftwerk“ machen
- Strukturen für nachhaltige Mobilität schaffen und Konnektivität verbessern



Kräfte bündeln

Regionalen Mehrwert schaffen

- Regionale Strukturen und Wertschöpfungsketten stärken
- Österreich als Kulinarik-Destination erlebbar machen
- Land- und Forstwirtschaft als Erlebnis- und Erholungsfaktor nutzen



Tourismusmarketing erfolgreich weiterentwickeln

- Destinationsmanagement neu denken
- Märkte gemeinsam erobern
- Digitalisierung für Marketing und Produktentwicklung nutzen



Finanzierung und Förderung flexibler gestalten

- Familien- und inhabergeführte Betriebe durch Finanzierungs- und Förderungsmechanismen stärken
- Eigenkapitalnahe Finanzierungsinstrumente schaffen
- ÖHT als Know-how-Geberin stärken



Tourismus neu
denken

Kooperationskultur etablieren



- Dialog gestalten und neue Formate etablieren
 - Kooperationen anstoßen
 - Wissenstransfer und brancheninternes Lernen ermöglichen
- Tourismus ist ein komplexes Netzwerk → je besser diese Vernetzung ist, desto zufriedener die Gäste und erfolgreicher die Wertschöpfungskette
 - Kleinstrukturierte Tourismuswirtschaft → Bündeln von Kompetenzen und Ressourcen und gemeinsames Entwickeln touristischer Produkte essenziell
 - Entscheidend für den wirtschaftlichen Erfolg: abgestimmtes Vorgehen, Optimieren von Schnittstellen und gesamtheitliche Betrachtung entlang der touristischen Wertschöpfungskette

Tourismus neu
denken

**Digitale Potenziale
nutzen**



- Touristische Unternehmen bei der fortschreitenden Digitalisierung unterstützen
 - Datenallianzen bilden
 - E-Government-Services ausbauen
- Fortschreitende Digitalisierung stellt Tourismusbranche vor große Herausforderungen, nimmt Einfluss auf gesamte touristische Dienstleistungskette
 - Anforderungen an kleinstrukturierte Betriebe und die Destinationen werden komplexer, modernes Datenmanagement wird erfolgsentscheidend
 - Chance nutzen: Innovationen für touristische Produktpalette, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle und Effizienzsteigerung von Prozessen

Kräfte bündeln

**Regionalen
Mehrwert schaffen**



- Regionale Strukturen und Wertschöpfungsketten stärken
 - Österreich als Kulinarik-Destination erlebbar machen
 - Land- und Forstwirtschaft als Erlebnis- und Erholungsfaktor nutzen
- Tourismus und Landwirtschaft sind eng miteinander verwoben, beide prägen den ländlichen Raum
 - Verstärkte Kooperation bietet enormes Potenzial für beide Seiten → sektorübergreifende Zusammenarbeit vereinfachen, bestehende Lücken in Wertschöpfungsketten schließen und neue Kooperationsansätze entwickeln



Plan T
Masterplan
für Tourismus

www.bmlrt.gv.at