



Tourismus und Corona

MMag. Bettina Seiser

Sektion Tourismus und Regionalpolitik

15. April 2021

Plan T – Masterplan für Tourismus

- Tourismuspolitik ist mehr als KMU-Politik → wesentlicher Treiber regionaler Entwicklung
- Erstmals Nachhaltigkeit in allen 3 Dimensionen als Grundprinzip verankert:
 - **Wirtschaftlich** gesunde Betriebe als Grundvoraussetzung, großteils 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**



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

Corona als Wendepunkt für den Tourismus?

- Krise zeigt, dass die Handlungsfelder des Plan T nicht an Bedeutung verloren haben
→ Plan T und die darin definierten Eckpfeiler geben auch in und nach diesen schwierigen Zeiten Orientierung
- Corona-Pandemie hat den Tourismus komplett verändert → welche Weichenstellungen muss man jetzt setzen, um die Vision des Plan T weiterverfolgen zu können?

Gemeinsamer Prozess bis Sommer 2021

- Prozess, um wesentliche Fragestellungen zu skizzieren und mögliche Lösungen sowie nächste Maßnahmen zu definieren
- Start Ende April mit Kick-Off zur Definition der drängendsten Themen

→ Touristischer Arbeitsmarkt

Touristischer Arbeitsmarkt vor Corona

- Tourismus schafft wichtige Arbeitsplätze in den Regionen
 - 2019: 220.420 unselbstständig Beschäftigte in Beherbergung und Gastronomie
- Herausforderung: Verfügbarkeit von Fachkräften, regional unterschiedlich
 - Überangebot im Osten (z.B. Köche, Kellner)
 - Großer Mangel im Westen
- High Level Group „touristischer Arbeitsmarkt“ mit Arbeits- und Wirtschaftsministerium, AMS und Interessenvertretungen

Touristischer Arbeitsmarkt und Corona

- Corona-Krise verschärft Arbeitskräftemangel zusätzlich → Abwanderung von Arbeitskräften und Lehrlingen in andere Branchen
- Thema wird mit Öffnung akut, aber regional unterschiedlich
- Schwerpunkt 2021 – Sicherung Arbeitskräfte
 - Wesentlich: Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter halten und gewinnen, positive Stimmung in die Branche bringen, regionale Unterschiede ausgleichen (Rückkehr Ost-/Westgefälle?)
- Rolle Regionen? Lebenswerte Region, employer branding, überregionale Zusammenarbeit