

Souvenir World

60. Jahrgang
Nr. 4-6/2014

vereinigt mit

& Tourismus

Der Trafikant · Handel & Gewerbe



Handgefertigte Austria-Souvenirs

Erhältlich bei
Horowitz & Weege



P.b.b. Verlagspostamt 1180 Wien 02Z033549 M

Der Bodensee packt aus: Die Themen 2014

Internationale Bodenseeregion
präsentiert Höhepunkte des Jahres 2014

Adresse bitte hier aufkleben

Vienna Souvenirs – Horowitz & Weege GmbH
Ansichtskarten · Wien-Bücher · Souvenirs
Tel. +43/1/478 18 88, Fax: 01 478 18 88-52
www.horowitz-weege.at · office@horowitz-weege.at

Trafikant

Österreich in Europa am raucherfreundlichsten 5

Tourismus Österreich

Tourismus, „hidden champion“ am österreichischen Arbeitsmarkt 10

Der Bodensee packt aus: Die Themen 2014



Internationale Bodenseeregion präsentiert Höhepunkte des Jahres 2014 12

Wien rutscht im Ranking der globalsten Städte ab
A.T. Kearney „Global Cities Index 2014“:
New York, London und Paris sind am globalsten – Peking ist stark im Kommen 14

ÖHV-Destinationsstudie:
neue Berechnung,
bessere
Ergebnisse 16



Neueröffnung der Tourismusinformation
Mittelkärnten & E-Mobility-Verleih 27

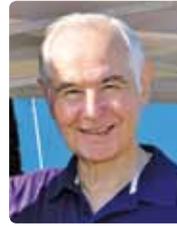
Tourismus Welt



120 Städte im Touristencheck: Deutschland immer beliebter / 4,5 Mio. Übernachtungen mehr als 2012 / Auch Österreich & Schweiz legen zu 30

Souvenirs und Urlaub

Gleich die beiden ersten Meldungen neben dem Vorwort sind auch Thema desselben.



Volker Weege

„Souvenirs, Souvenirs,
kauft ihr Leute, kauft sie ein...“

Damit möglichst viele kaufen, mußten diese billig sein. Selten werden sie deshalb im Land produziert, sondern in der verlängerten Werkbank der Welt – in China oder in einem anderen Billiglohnland.

Um immer noch billiger einkaufen zu können, wurde dann auch noch an der Qualität gespart.

Die Idee war durchaus Made in Austria oder das Design Made in Germany, aber die Ausführung der Hersteller erfreute nicht so richtig die Menschen.

War das doch anders vor 100 Jahren. Souvenirs waren Erinnerungen an wunderbare Reisen, einmalige Erlebnisse. Da stand ein Souvenir noch für eine Stadt: Brüsseler Spitzen, Farbergé-Eier aus St. Petersburg oder Paris.

Geblichen sind wenigstens bei uns Mozartkugeln aus Salzburg oder Sacher-Torten aus Wien. Schön in Holzkisten verpackt sind diese ein echtes Souvenir und ein Qualitätsmerkmal – und werden von den Touristen gern angenommen.

Um die Weihnachtszeit habe ich einmal unsere Autoren damit beglückt – und diese waren ganz begeistert.

Was will ich damit sagen. Ich weiß schon, dass ein kleines Souvenir nicht so viel kosten darf, doch mit einem 2 Euro höheren Preis kann oft die Qualität – z.B. einer Schneekugel – so gesteigert werden, dass man Freude an seinem Souvenir hat.

Wir können es uns einfach nicht leisten, schlechte Qualität zu verkaufen. Souvenirs können dem Tourismus eines Landes schaden oder diesen fördern.

Schöne Ansichtskarten, die lange im Gedächtnis geblieben sind, sind leider durch flüchtige Handyfotos ersetzt worden. Und so manche Stadt hat auch noch dazu beigetragen, dass durch registrierte Maßnahmen – Ansichtskartenständer entfernen – Millionen weniger Grüße aus Österreich im Ausland ankommen.

Man sollte gar nicht glauben, dass 41% unserer Österreicher selbst keine Reise machen. Wir haben einen beachtlichen Inlandtourismus, doch bei Vorliegen dieser Zahlen haben wir noch Spielraum auf mehr.

Es soll doch nicht so sein wie in der Politik: Mehr als 50% gingen nicht zur EU-wahl. Man müßte mehr tun, dass Österreicher wieder in Österreich Urlaub machen.

Souvenir World & Tourismus · Der Trafikant

IMPRESSUM

Medieninhaber: Horowitz & Weege Gesellschaft mbH,
1180 Wien, Kutschergasse 42 / Gentzgasse 17,
Tel: 01 / 478 18 88, Fax: 01/478 18 88 DW 52, eMail: office@horowitz-weege.at
Herausgeber: Gerd-Volker Weege, eMail: v.weege@webway.at
Redaktionelle Mitarbeiter dieser Ausgabe: Albert de Cornély-Ysambert
Anzeigenleitung, Abonnements, Vertrieb und Finanzen: Zofia Horowitz,
eMail: moneytrend@webway.at
Verwaltung und Vertrieb: Zofia Horowitz (Leitung), Michael Lezuch
Produktion: Jan Weber, Michael Lezuch
Herstellung und Druck: „agensketterl“ Druckerei GmbH, A-3001 Mauerbach
Erscheinungsweise: 4 x jährlich · Jahresabonnement: Euro 44,-

41 Prozent machen im Sommer keine Urlaubsreise

Wien (APA) – Für die Mehrheit der Österreicher ist der Sommerurlaub eine Selbstverständlichkeit - doch 41 Prozent haben „noch nie“ bzw. „schon lange keine“ Reise mehr gemacht, geht aus der jüngsten Spectra-Umfrage in Zusammenarbeit mit dem Institut für Freizeit- und Tourismusforschung hervor. Im Winter verzichteten zuletzt sogar 80 Prozent auf eine Urlaubsreise. Befragt wurden 1.015 Personen ab 15 Jahren.

„Für die Winterdestinationen wird es jetzt langsam ernst“, mahnt Institutsleiter Peter Zellmann. Im Winter ist der Skiurlaub rückläufig. Gleichzeitig werden Reisen in den warmen Süden immer beliebter. Nach zehn Jahren mit Zuwächsen beim Skiurlaub „deuten sich heuer erstmals nachhaltige Rückgänge“ an. „Dem gilt es, konsequenter als bisher gegenzusteuern.“

In der abgelaufenen Wintersaison 2013/14 entschieden sich zwar immer noch mehr als die Hälfte (60 Prozent) all jener, die überhaupt verreisten (20 Prozent), für einen Winterurlaub mit Sportausübung (meist Skifahren); doch der Anteil jener, die es in den warmen Süden zieht, steigt dynamisch an. Seit 1998 gab es hier der aktuellen Umfrage vom Jänner zufolge fast eine Verdoppelung von 13 auf 25 Prozent. Damals machten noch 71 Prozent der Verreisenden einen Skiurlaub.

„Der Jahresvergleich zeigt, dass der „Urlaub im Süden“ deutlich an Beliebtheit zugenommen hat, während der klassische Winterurlaub an Bedeutung verliert“, betonte Zellmann. Der Wunsch nach Sonne sei somit auch im Winter zu einem wichtigen Urlaubsmotiv geworden. Die Entwicklung bei den Nächtigungen in der vergangenen Wintersaison spiegle diesen Trend deutlich wider. Die Zahl der Übernachtungen ging gegenüber dem Jahr davor laut Statistik Austria um fast zwei Prozent zurück.



Beim Sommerurlaub dominiert seit jeher der Bade- und Sonnenurlaub. Von den 59 Prozent der befragten Österreicher, die zuletzt eine Reise im Sommer unternommen haben, war dies für 42 Prozent das wichtigste Urlaubsmotiv. Zehn Jahre davor (2003) waren es aber noch 49 Prozent.

Fast jeder Siebente der verreisenden Österreicher (15 Prozent) machte zuletzt einen Ausrich-Urlaub – nur noch halb so viele wie 2003 (29 Prozent). Auch der Anteil des Familienurlaubs ging etwas zurück – von 19 auf 13 Prozent.

Mehr Zuspruch fanden dafür die Städtereisen, deren Anteil sich von 8 auf 11 Prozent erhöhte. „Die Beliebtheit der Städtereisen hat weiter zugenommen, vor allem als Haupturlaub“, so der Chef des Instituts für Freizeit- und Tourismusforschung.

Auch die Nachfrage nach Rundreisen ist leicht gestiegen - deren Anteil nahm von 6 auf 8 Prozent zu. Dafür ist Wandern auf dem absteigenden Ast: Zuletzt entschieden sich nur noch 6 Prozent für einen Wanderurlaub - vor zehn Jahren waren es mit 10 Prozent noch fast doppelt so viele. Auch einen Gesundheits- und Wellnessurlaub machten im Vorjahr lediglich 5 Prozent - 2003 waren es noch 8 Prozent. Dafür blieben Bildungs- und Sprachreisen mit 6 Prozent (2003: 7 Prozent) fast stabil.

Einige wenige entschieden sich für einen Campingurlaub. Deren Anteil halbierte sich in den vergangenen zehn Jahren (von 7 auf 3 Prozent) allerdings ebenso wie bei jenen, die einen Sporturlaub machten (von 5 auf 2 Prozent). Von den 59 Prozent, die verreisten, machte 2013 nur 1 Prozent eine Kreuzfahrt - genauso wenig wie vor zehn Jahren. 2010 hatte sich der Anteil der Kreuzfahrer kurzzeitig auf 3 Prozent verdreifacht.

Führen auch Sie mehr exquisite Souvenirs im Angebot

Dieses exquisite „Souvenir“ Etui aus dem Anfang des 20. Jahrhunderts wurde aus Sterlingsilber in Frankreich gefertigt. Der Deckel ist mit einem Ausschnitt der Weltkarte graviert und bestimmte Städte sind durch eingesetzte Edelstein Cabochons hervorgehoben. Diese Städte sind durch Rubin, Saphir und Smaragd Cabochons kenntlich gemacht und zusätzlich ist ihr Name eingraviert. Die gekennzeichneten Städte

sind wahrscheinlich Orte die auf einer unvergesslichen Reise, wie zum Beispiel einer Hochzeitsreise, besucht

wurden. Nach so einer Reise hat man sich von den besten Juwelierhäusern ein Zigarettenetui oder eine Puder-

dose anfertigen lassen, die als Erinnerungsstück dient. Dieses schöne Exemplar ist zusätzlich im Inneren vergoldet.

Das Etui ist in einem sehr guten Zustand mit altersbedingten leichten Gebrauchsspuren. Die Maße sind 1,5 x 9,5 x 8,5 cm und es wiegt 193,3 Gramm. Das Etui ist auf der Innenseite mit der französischen Garantiemarke für Silber punziert, sowie einer Herstellermarke und Nummer.



Quelle:
Auctionata,
Berlin

SPÖ will Betrug bei Registrierkassen bekämpfen

Wien (APA) – Die SPÖ-Staatssekretärin im Finanzministerium, Sonja Steßl, schätzt den Steuerbetrug durch manipulierte Kassen und Scheinbelege in Gastronomie und Handel auf bis zu eine Milliarde Euro pro Jahr. Registrierkassen sollen gegen Manipulationen gesichert und wie Glücksspielautomaten ans Bundesrechenzentrum angeschlossen werden, fordert die Politikerin im „Kurier“-Interview.

Kunden müssen die Rechnungen vorweisen können, solange sie sich im Gastlokal aufhalten, geht es nach Steßl und ihrer Fraktion. Mit dieser Forderung haben sich die Sozialdemokraten aber schon in den Regierungsverhandlungen mit der ÖVP die Zähne ausgebeissen. Steßl sagt dazu dem „Kurier“, sie wolle die „Wirtschaft mit ins Boot holen. Die Bekämpfung des Steuerbetrugs ist doch im Interesse aller“.

Bestraft solle künftig werden, wer Manipulationssoftware für Kassensysteme anbietet oder besitzt. Mithilfe manipulierter Kassen werde die Umsatzsteuer nicht abgeführt. Es gebe „Betriebe im Handel, in der Gastronomie, wo viel passiert“, so Steßl, die „keinesfalls eine ganz Berufsgruppe ins schiefe Licht rücken“ will. Die Kassen müssten nun Thema in der Steuerreformkommission sein. Erst vor wenigen Tagen hatte sich der Gastro-Spartenobmann in der Wirtschaftskammer, Helmut Hinterleitner, gegenüber der APA massiv darüber beschwert, dass seine ganze Branche durch die Steuerbetrugsdebatte verunglimpft werde. Zahlen über Mehreinnahmen des Fiskus „hochzurechnen, geht gar nicht“, sagte er und lehnte eine Registrierkassenpflicht kategorisch ab. Ab einem Jahresumsatz von 150.000 Euro müsste man ohnehin Registrierkassen haben. Und bei Betrieben mit weniger Umsatz sei alles aufgrund des Einkaufs, des Wareneingangsbuches und der verkauften Menge nachvollziehbar.

Selbstverständlich stehe die Gastronomie für korrekte Aufzeichnungen, Transparenz und Überprüfbarkeit, hatte Hinterleitner betont. „Daher fordern wir auch die Zertifizierung von Kassensystemen. Von der Finanz soll festgelegt werden, welche Systeme zertifiziert nicht manipuliert werden können – aber das wurde bisher abgelehnt.“ Nun könnte sich etwas tun.

„Rauchersheriff“ hört nach OGH-Urteil auf

Wien (APA) – Ein „Rauchersheriff“ hört auf, mit Anzeigen für den Nichtraucherschutz in der Gastronomie zu kämpfen. „Das Recht auf rauchfreie Luft und körperliche Unversehrtheit ist offenbar in unserem Staat nichts wert“, kritisierte der Mann, der anonym bleiben will, nach einem kürzlich publik gewordenen Urteil des Obersten Gerichtshofs (OGH), das u.a. ein Lokalverbot gegen ihn als rechtens erachtet.

Ich habe mich aufgrund des OGH-Urteils entschlossen, ab sofort alle meine Nichtraucherschutzaktivitäten einzustellen und keine Anzeigen mehr wegen Verstößen gegen das Tabakgesetz zu erstatten“, gab der „zurückgetretene Rauchersheriff“ der APA bekannt. Der OGH bewerte das Hausrecht eines Gastronomen höher als den Schutz der Bevölkerung vor Passivrauch. „Konsequentes Anzeigen von Verstößen gegen die Nichtraucherschutzbestimmungen wird vom OGH mit übertriebenem Eifer und Privatpolizei in Verbindung gesetzt.“

Er habe jedenfalls durch rund 1.000 Anzeigen zu einer leichten Verbesserung der Situation in der Gastronomie beigetragen, was zugleich „dem Staat auch geschätzte 300.000 Euro an Strafgeldern gebracht“ habe. Er selbst sei „durch den verlorenen Prozess finanziell ruiniert“. Der OGH hat „kein öffentliches Interesse an einer zusätzlichen ‚Privatpolizei‘“ erkannt. Ein gegen den Mann verhängtes Lokalverbot hatte durch alle rechtlichen Instanzen „gehalten“.

Haider: Minister Stöger soll Wirte-Verunsicherung schleunigst beenden

Wirte brauchen in Sachen Rauchverbot keine Bevormundung durch den Gesundheitsminister, sondern Rechtssicherheit

Heftige Kritik am „unnötigen Rauchverbots-Gefasel“ von Gesundheitsminister Stöger anlässlich des morgigen Weltnichtrauchertages übt der FP-Tourismussprecher und Vorsitzende des Tourismusausschusses, NAbg. Roman Haider. „Minister Stöger soll endlich die Beschlüsse des Gesetzgebers respektieren und nicht andauernd für Verunsicherung in der Gastronomie sorgen“, erinnert Haider an die erst Ende Jänner im Nationalrat beschlossene „authentische Interpretation“ des Tabakgesetzes. Dabei wurde der Wille des Gesetzgebers eindeutig definiert.

Es vergehe kein Tag, an dem man nicht über neue Vorschriften und Verbote nachdenke, um den Gastronomen das Leben zu erschweren. Zuerst schreibe man ihnen vor, ihre Lokale in Raucher- und Nichtraucherbereiche zu unterteilen; und im Zuge dessen hätten viele von ihnen enorme Summen investiert. Im Vorjahr wurden sie durch ein OGH-Urteil verunsichert, wonach der Weg zu den Toiletten auch rauchfrei sein müsse. Diese Rechtsinterpretation wurde im Jänner durch die „authentische Interpretation“ des Nationalrates verworfen und jetzt komme der Gesundheitsminister Stöger daher und fordere wieder ein generelles Rauchverbot, sodass die Millionen, die für den Nichtraucherschutz investiert wurden, vergeblich wären. „Da fühlt man sich als Wirt doch von der Regierung gefrotzelt“, schimpft Haider.

„Es muss endlich Schluss mit dieser elenden Diskussion sein. Die Wirte und Gastronomen brauchen Rechtssicherheit und die Garantie, dass die rd. 100 Millionen Investitionen in den Nichtraucherschutz nicht umsonst getätigt worden sind. Außerdem ist es einfach ärgerlich, dass die rot-schwarze Regierungspolitik die Menschen ständig bevormunden will. In Österreich leben

mündige Menschen, die selbst entscheiden können, ob sie in ein Raucherlokal gehen wollen oder nicht. Dafür brauchen sie nicht den Gesundheitsminister, der ihnen vorschreibt, was sie zu tun haben. Wir Freiheitliche stehen für die Wahlfreiheit der Wirte und der Gäste. Wir bleiben dabei: Das totale Rauchverbot wird von uns jedenfalls abgelehnt!“, so Haider abschließend.

Ärzttekammer fordert höhere Tabaksteuer

Wien (APA) – Die Ärztekammer (ÖÄK) fordert anlässlich des Weltnichtrauchertags am kommenden Samstag eine deutliche Erhöhung der Tabaksteuer. Ein Teil der Erträge aus der Tabaksteuer müsse in die Prävention und Therapie von großteils tabakassoziierten Erkrankungen fließen.

Eine medizinisch wichtige Maßnahme in diesem Zusammenhang sei die Erweiterung der Vorsorgeuntersuchung um einen Lungenfunktionstest, um der chronisch-obstruktiven Lungenerkrankung (COPD) Einhalt zu gebieten, erklärte ÖÄK-Präsident Artur Wechselberger am Donnerstag in einer Aussendung.

Berechnungen der Weltgesundheitsorganisation (WHO) hätten ergeben, dass die Tabaksteuer so weit hinaufgesetzt werden müsse, bis der Zigarettenpreis um zehn Prozent höher liege als bisher. Dies könnte die Nachfrage in den westlichen Industrieländern um vier bis fünf Prozent senken. Vor allem Jugendliche würden sensibler auf höhere Preise reagieren und idealerweise gar nicht erst mit dem Rauchen anfangen. „Bei einer Raucherrate von über 35 Prozent bei den 17-jährigen Burschen und von über 30 Prozent bei den gleichaltrigen Mädchen müssen wir jede Maßnahme ergreifen, die dazu beitragen kann, diese erschreckenden Zahlen zu senken“, meinte Wechselberger.

Erster Marihuana-Automat im US-Staat Colorado

Denver (Colorado) (APA/dpa) – Gut drei Monate nach der Legalisierung von Marihuana soll im US-Staat Colorado jetzt der erste „Gras“-Automat in Betrieb gehen. Lokale Medien bezeichneten den am Wochenende vorgestellten Apparat als weltweit ersten Marihuana-Automaten. Er soll ähnlich wie ein Zigarettenautomat funktionieren, sagte Stephen Shearin, Geschäftsführer des Automaten-Unternehmens, der Zeitung „The Salt Lake Tribune“.

Allerdings sei das Automaten-Marihuana zumindest vorerst ausschließlich zu medizinischen Zwecken zu bekommen. Zum Gebrauch benötige man daher seinen Personalausweis. Der werde mit biometrischen Daten abgeglichen, die mehrere Kameras am Automaten aufnehmen.

Vor allem für „schüchterne Leute“ sei der Automat ein Gewinn, sagte Shearin: „Einfach den Personalausweis reinstecken, Produkte auswählen und zahlen.“ Die Maschine soll schon bald in einer Apotheke in Avon in der Nähe von Denver in Betrieb gehen. In Colorado ist der Kauf und Verkauf von Marihuana seit Jahresbeginn für Bürger über 21 Jahre legal.

Österreich in Europa am raucherfreundlichsten

Wien/Istanbul (APA) – Österreich liegt beim Nichtraucherschutz im europäischen Vergleich an letzter Stelle von 34 untersuchten Ländern. Das ist das Ergebnis einer Studie, die am Donnerstag bei einer Konferenz zum Thema Tabak und Gesundheit in Istanbul vorgestellt wurde. Am besten schnitt 2013 demnach Großbritannien ab, gefolgt von Irland, Island, Norwegen, der Türkei, Frankreich, Spanien sowie Malta und Finnland.

Die „Tabak-Kontroll-Skala 2013“ (TCS) wurde vom Zusammenschluss führender Krebsligen in Europa (ECL) veröffentlicht. Für die Bewertung wurden Kriterien wie Zigarettenpreise, Rauchverbote an Arbeitsstätten und öffentlichen Orten, Ausgaben für Informationskampagnen, Werbeverbote, die Größe von Warnungen auf Zigarettenpackungen sowie Angebote zur Raucherentwöhnung herangezogen.

Österreich wurde mit 31 von 100 möglichen Punkten Schlusslicht hinter Deutschland (32). Großbritannien führt die Wertung mit 74 Zählern an. In Österreich kritisierten die Experten ein niedriges Niveau bei allen Maßnahmen zur Eindämmung des Tabakkonsums. Das Land sei bereits 2007 und 2010 am letzten Platz gelegen und es habe wenige Anzeichen einer Verbesserung gegeben, hieß es in dem Bericht.

700.000 gefälschte Souvenirs in Rom beschlagnahmt

Weege Vatikanstadt (APA) – Rund 700.000 gefälschte Souvenirs mit dem Bild von Papst Franziskus, Johannes Paul II. und Johannes XXIII. wurden von der italienischen Polizei in Rom kurz vor der großen Heiligsprechung mit einer Million Pilgern beschlagnahmt worden. Dabei handelt es sich um Uhren, Bilder und Rosenkränze im Wert von 3,5 Millionen Euro, die zu niedrigeren Preisen als die legalen verkauft wurden.

Souvenirhändler machten damit Riesengeschäfte in Rom. An jeder Ecke wurden Uhren, Kugelschreiber und Fahnen mit Bildern der Päpste angeboten, die heilig gesprochen wurden. Kaum ein Pilger näherte sich dem Petersplatz, ohne zumindest einen Blick in die Läden geworfen zu haben, die rund um den Vatikan große Sammlungen religiöser Artikel anboten.

Stagnierende Umsätze

Wien (APA/deC) – Österreich ist als Urlaubsland begehrt – es kommen immer mehr Touristen. Doch trotz wachsender Gäste- und Nächtigungszahlen im abgelaufenen Jahr stagnierten die Umsätze der Branche, geht aus dem aktuellen Tourismusbericht der Regierung hervor. Die realen Tourismuseinnahmen sanken 2013 gegenüber dem Jahr davor um 0,5 Prozent. Seit 2000 habe sich der Kosten- und Gewinndruck auf die Betriebe erhöht.

Die durchschnittlich für eine Hotelnacht erzielten Preise seien seit 2012 gesunken – die Nachfrage gestiegen: Die Zahl der Ankünfte erhöhte sich im Vorjahr um 1,2 Prozent auf 36,8 Millionen, die Zahl der Übernachtungen um 1,2 Prozent auf 132,6 Millionen. Es kamen mehr ausländische Urlauber (plus 1,9 Prozent), aber weniger inländische Touristen (minus 0,6 Prozent). Die Auslastung sei mit im Schnitt rund 180 Vollbelegtagen erfreulich gewesen. Die Ertragslage verbesserte sich aber nicht.

Denn die Urlauber schauen mehr aufs Geld: sie gehen kürzer auf Urlaub (die durchschnittliche Aufenthaltsdauer ging 2013 um 0,6 Prozent zurück), wählen günstigere Unterkünfte und geben bei Restaurantbesuchen und sonstigen Aktivitäten weniger aus. Gleichzeitig nahmen die Energie, Werbe- und Personalkosten in der Tourismusbranche zu.

Die Abschwächung der weltweiten Wirtschaftsleistung und die verhaltenen Prognosen für die nächste Zukunft hätten sich im touristischen Konsumverhalten ausgewirkt, heißt es in dem Bericht weiter. Die Nachfrage nach anspruchsvollen und höherpreisigen Angeboten lasse generell nach. Die Tendenz geht zum Massentourismus.

Die Regierung will die Rahmenbedingungen für den Tourismus den Angaben zufolge verbessern, damit die Wertschöpfung steigt. Angestrebt würden beispielsweise niedrigere Lohnnebenkosten, eine vereinfachte Förderabwicklung und Infrastrukturmaßnahmen. Wirtschaftsminister Reinhold Mitterlehner (ÖVP) will das zinsgünstige Kreditangebot über die Österreichische Hotel- und Tourismusbank (ÖHT) ausbauen, um die Investitionskraft der Betriebe zu erhalten.

Bis 2018 sollen die Nächtigungen auf 140 Millionen zulegen, die Einnahmen durch touristischen Konsum sollen sich bis dahin auf 3 bis 5 Mrd. Euro belaufen, so das Ziel. Investitionen in Qualitätsangebote und Marketinginitiativen der nationalen Tourismusorganisation Österreich Werbung (ÖW) werden forciert, um die Internationalisierung von „Urlaub in Österreich“ voranzutreiben. Eine raschere Visa-Abwicklung stehe ebenfalls im Programm.

Im Tourismus fanden im Vorjahresschnitt 195.894 unselbstständig Beschäftigte Arbeit – um 2,2 Prozent mehr als im Jahr davor. Fast zwei Drittel der Arbeitnehmer waren Frauen, rund 43 Prozent waren Ausländer. Doch auch bei den Arbeitslosenzahlen lag die Branche vorne – 16 Prozent der gemeldeten Arbeitslosen kamen aus diesem Sektor. Im Schnitt wurde nach 80 Tagen ein neuer Job gefunden, 70 Prozent waren unter drei Monaten als arbeitslos vorgemerkt, obwohl die Zahl der angebotenen Stellen 2013 um 11,2 Prozent überdurchschnittlich stark sank.

478 Lehrstellensuchende standen im abgelaufenen Jahr 1.571 offenen Lehrstellen gegenüber. Der Mindestlohn im Hotel- und Gastgewerbe wurde auf 1.320 Euro angehoben. Darüber liegende Löhne und Lehrlingsentschädigungen stiegen um 2,96 Prozent.

Rekord: Internationale Gäste geben 15,1 Mrd. Euro in Österreich aus

Mehr Angebot und niedrige Preise stimulieren Nachfrage

ÖHV (Wien): Noch stärker als die Einnahmen sind die Kosten gestiegen. Die ÖHV fordert eine Senkung des Einstiegssteuersatzes und weitere Internationalisierung.

Tourismusintensive Bundesländern haben die höhere Bruttowertschöpfung pro Kopf, die Top-Tourismus-Regionen Salzburg und Tirol die zweit- bzw. viertniedrigste Arbeitslosigkeit aller EU-Regionen und im Vorjahr erzielte die Branche, wie die Nationalbank bekanntgab, Rekordergebnisse: „Mit 15,1 Mrd. Euro haben internationale Gäste in Österreich im Vorjahr mehr denn je ausgegeben. Wir sind da auf einem richtigen Weg. Es ist aber nicht alles Gold, was glänzt“, erklären Michaela Reitterer und Mag. Gregor Hoch, die Präsidenten der Österreichischen Hotelierversammlung (ÖHV).

Angebot und Preis-Leistungs-Verhältnis überzeugen

Ermöglicht hat den Rekord das hochqualitative Angebot zu Top-Preisen: „Das Preis-Leistungs-Verhältnis ist wirklich überzeugend“, so Hoch. In den Tourismusregionen wurde das Angebot stark ausgebaut. Die Investitionen konzentrieren sich auf die Hotspots und dort auf das hochpreisige Segment. Bei den Preisen pro Nächtigung gibt es noch Luft nach oben: „Wer einen guten Urlaub machen will und das noch dazu zu einem wirklich guten Preis, macht das am besten in Österreich: Top-Standards, das noch dazu bei einer kurzen Anreise, und wir haben für jeden das richtige Angebot“, so Hoch. Das sind auch die Gründe, warum Österreich seit Jahren das mit Abstand beliebteste Reiseziel bei den eigenen Landsleuten ist.

Kosten noch stärker gestiegen

Mit mehr Nachfrage – vor allem aus zahlungskräftigen internationalen Märkten – könnten aber noch deutlich höhere Einnahmen je Zimmer erzielt werden. Davon würden alle profitieren. Der Weg dorthin führt über mehr Werbung nicht nur in den Betrieben. Wie wichtig das ist, zeigt ein Vergleich: Die Rekordergebnisse aus dem internationalen Reiseverkehr vom Vorjahr liegen gerade einmal um 3,14 % über dem Wert von 2008. „Das reicht bei weitem nicht, die Kosten sind viel stärker gestiegen. Der Einstiegssteuersatz muss dringend gesenkt werden“, verlangt Reitterer eine Kehrtwende bei Steuern und Lohnnebenkosten. Angesichts der Arbeitslosenzahlen und der Prognosen für den Arbeitsmarkt müsse das höchste Priorität haben.

Der Tourismus, der Leistungsträger der österreichischen Wirtschaft

Mit einem Plus von 4.000 Arbeitsplätzen hat der Tourismus im Vorjahr mehr Jobs geschaffen als jede andere Branche. In den



vergangenen zehn Jahren stieg die Zahl um 25 % (in der Gesamtwirtschaft um 10 %). Österreichweit beschäftigt der Tourismus 230.000 Mitarbeiter. Die ÖHV vertritt als unabhängige Interessenvertretung mehr als 1.250 Betriebe: ein Rekord. Mit rund 160.000 Betten haben ihre Mitglieder rund zwei Drittel der 4- und 5-Sterne-Betten Österreichs für ihre Gäste im Angebot. Pro Jahr erwirtschaften die ÖHV-Betriebe etwa 3 Mrd. Euro, alle Tourismus- und Freizeitbetriebe zusammen 15 % des Bruttoinlandsprodukts.

Haider: Rückgang bei Infrastrukturinvestitionen im Tourismus ist Alarmsignal Förderoffensive ist Gebot der Stunde

Große Besorgnis ruft der Rückgang bei den Infrastrukturinvestitionen beim Obmann des parl. Tourismusausschusses, FPÖ-Tourismussprecher NAbg. Mag. Roman Haider hervor. Seien es 2007 noch rund 70 Mio. Euro gewesen, die von der Tourismuswirtschaft in die Infrastruktur investiert wurden, so sei dieser Betrag zuletzt auf 27 Mio. Euro pro Jahr geschrumpft, verweist Haider auf jüngste Veröffentlichungen der Hotel- und Tourismusbank (ÖHT). Haider fordert in diesem Zusammenhang den zuständigen Wirtschaftsminister auf, eine Förderoffensive für Investitionen in die Infrastruktur zu starten.

Ein Rückgang von 70 Mio. auf 27 Mio. bei den Infrastrukturinvestitionen im Tourismus seit dem Jahr 2007 schwächt die österreichische Tourismuswirtschaft,“ stellt Haider fest. Gerade bei der Bilanz des heurigen schneearmen Winters stelle sich die Frage, ob diese anders ausgefallen wäre, wenn in der Vergangenheit mehr Geld in die touristische Infrastruktur geflossen wäre. Man hätte auf diese Art und Weise Alternativen für schneearmen Regionen schaffen können, zeigt Haider auf. Daher sei es Gebot der Stunde, dass man sich im zuständigen Wirtschaftsministerium Gedanken über eine Förderaktion zur Ankurbelung der Infrastrukturinvestitionen im Tourismus mache, sieht Haider Wirtschaftsminister Mitterlehner in der Pflicht.

„Natürlich ist mir klar, dass in der Vergangenheit ein großer Teil dieser Investitionen in den Bau von Beschneiungsanlagen geflossen ist, weshalb ein gewisser Rückgang der Investitionssumme durchaus erklärbar ist. Trotzdem sollte uns das Ausmaß des Investitionsrückganges alarmieren. Da es sich definitiv nicht um den letzten schneearmen Winter gehandelt hat, ist es unverantwortlich, sich nicht um Attraktionen abseits der Skipisten umzusehen,“ erklärt Haider. Aber nicht nur im Winter, auch im Sommer blieben vielfach die Alternativen aus, sollte das Wetter nicht mitspielen. Die Folgen seien Umbuchungen und Einbußen für unseren Tourismus. „Das Wetter werden wir nicht ändern können, aber unser Angebot können wir erweitern und verbessern und genau das sollten wir auch tun“, so Haider. „Diese Einsparungen finden am falschen Fleck statt und gerade kleinere Skigebiete oder Tourismusbetriebe, machen wetterbe-

dingte Einnahme-Flauten nicht unbegrenzt mit. Gerade hier gilt es, das Angebot durch Investitionen zu erweitern und wetterresistente Alternativen zu schaffen.“

Nächtigungsrückgang im März – Aktueller Bericht der Landesstelle für Statistik

Bregenz (VLK) – Im März 2014 haben 259.000 Gäste knapp 1,12 Millionen Übernachtungen in Vorarlberg gebucht. Das ist gegenüber dem März 2013 ein Rückgang um 10,9 Prozent bei den Ankünften und um 9,5 Prozent bei den Übernachtungen, teilt die Landesstelle für Statistik in ihrem aktuellen Bericht mit. Trotzdem kommt der Vorarlberger Tourismus in der Saisonzwischenbilanz auf das drittbeste Ergebnis im langjährigen Vergleich.

Im Zeitraum November 2013 bis März 2014 haben mehr als eine Million Urlaubsgäste Vorarlberg besucht und insgesamt 4,4 Millionen Übernachtungen gebucht. Das sind zwar gegenüber der letzten Saison um 5,1 Prozent weniger Ankünfte und 6,1 Prozent weniger Nächtigungen. Aber außer 2012/13 wurden nur 2007/08 höhere Nächtigungszahlen erzielt als in der noch laufenden Saison.

„Ein Minus schmerzt immer“, kommentiert Tourismusdirektor Christian Schützinger die aktuellen Zahlen. Einen wesentlichen Grund für die Buchungsrückgänge im März sieht er in der insgesamt geringen Winterstimmung, die besonders bei den deutschen Nachbarn zu spüren gewesen sei. So haben zwar viele Gäste aus Bayern und Baden-Württemberg ihren Faschingsurlaub in Vorarlberg verbracht, aus den nördlicheren Bundesländern waren jedoch massive Rückgänge zu verzeichnen. „Dort war der Winter für die meisten offenbar schon vorbei“, so Schützinger.

Erfreulich dafür die Zuwächse von Gästen aus der Schweiz sowie aus den internationalen Märkten. Bemerkenswert sei angesichts der schwierigen Saison das neuerliche leichte Plus der Schweizer Nachbarn und auch aus Polen und Tschechien kommen seit einigen Jahren immer mehr Urlauber nach Vorarlberg, so auch in diesem Winter. Aber aktuell können diese Steigerungen die Rückgänge deutscher Gäste noch nicht kompensieren. „Lange Saisonen stellen die Tourismusbetriebe immer vor die schwierige Herausforderung, ein gutes Maß zu finden zwischen den zu erwartenden Umsätzen und den laufenden Kosten“, erläutert Schützinger.

Insgesamt sei der bisherige Saisonverlauf im langfristigen Vergleich dennoch positiv. „Immerhin steuern wir auf die drittbeste Wintersaison zu. Aber ohne technische Beschneigung in den Wintersportorten hätte sie weitaus dramatischer verlaufen können“, fasst der Tourismusdirektor zusammen.

NÖ schnürt neue Angebote im Sommertourismus

Fast zwei Drittel seiner Nächtigungen – 2013 waren es rund vier Millionen – verzeichnet der NÖ Tourismus in der Sommersaison Mai bis Oktober. Mit einem Bündel an Aktivitäten will die Landestourismusorganisation NÖ Werbung auch heuer wieder viele in- und ausländische Gäste motivieren, schöne Sommertage in Niederösterreich zu erleben.

Nach zwei erfolgreichen Veranstaltungsreihen in den Jahren 2012 und 2013 findet heuer schon zum dritten Mal der „Bergsommer Niederösterreich“ statt. Mit dieser Kampagne möchte die NÖ Werbung den Bergtourismus in den beiden alpinen Regionen des Landes – Mostviertel und Wiener Alpen in Niederösterreich – stärken. Auf dem Programm steht ein bunter Event-Reigen, der von Sonnwendfeiern in der kürzesten Nacht des Jahres bis zum längsten Ultra-Marathon Österreichs und von einer Lama-Alpaka-Wanderung bis zur Gipfelmesse auf dem Ötscher reicht.

Neu im Angebot ist heuer die sogenannte „Bergsommer Selektion“. „Das sind 15 besondere Angebote mit speziellen Themenschwerpunkten, die extra gebucht werden müssen“, erklärt NÖ Tourismuslandesrätin Petra Bohuslav. Mit dabei sind u.a. eine geführte „6-Tage-6-Gipfel-Tour“, „Eine Nacht im Elsbeerbaum“ oder „Dem Sternenhimmel so nah“.

Aber nicht nur in den Höhenlagen setzt die NÖ Werbung Impulse, auch in der Ebene gibt es ab sofort ein neues touristisches Highlight: den Marchfeldkanal-Radweg, der mit einer Gesamtlänge von 62 Kilometern von Langenzersdorf bei Wien quer durch das Marchfeld bis Schloss Hof an der slowakischen Grenze verläuft. Weil diese Radroute keine Steigungen aufweist, ist sie ideal für Familien mit Kindern geeignet.

Um die Besucher mit den Besonderheiten der Region vertraut zu machen, locken entlang des Marchfeldkanal-Radwegs fünf Themenstationen. „Marchfeldkanal: ein ökologisches Idyll“, „Napoleon: Große Schlachten im Marchfeld“, „Marchfelder Spargel & Co“, „Auf den Spuren der Großtrappe & Marchfelder Kunst“ sowie „Marchfeldschlösser: Unterwegs im Schlösserreich“. 330.000 Euro sind aus Mitteln der ecoplus-Regionalförderung und des EU-Kofinanzierungsprogramms LEADER in die Errichtung des Marchfeldkanal-Radwegs geflossen.

Starkes April-Ergebnis zum Abschluss der Wintersaison – Aktueller Tourismusbericht der Landesstelle für Statistik

Bregenz (VLK) – Ein starkes Finale hat die Vorarlberger Tourismusbilanz im Winter 2013/14 nochmals deutlich verbessert. Von November 2013 bis April 2014 haben 1,14 Millionen Gäste Vorarlberg besucht. Das sind 2,6 Prozent weniger als im Rekordwinter 2012/13, es ist aber die zweithöchste Besucherzahl, die je erreicht wurde. Insgesamt wurden 4,8 Millionen Übernachtungen gebucht, um 4,2 Prozent weniger als letzten Winter.

Urlaub in Österreich, direkt gebucht

Urlaubstrends im Sommer 2014

ÖHV (Wien): Österreich bleibt das beliebteste Reiseziel der Österreicher. Und egal, auf welchen Websites vorher recherchiert wird: Am liebsten buchen die Gäste online über die Hotel-Website – sie schätzen den direkten Draht zum Gastgeber.

Österreich liegt als Sommerreiseziel voll im Trend und es geht noch weiter aufwärts“, verweist Dr. Markus Gratzner, Generalsekretär der Österreichischen Hotelierversammlung (ÖHV), auf die Entwicklung der vergangenen Jahre. Das eigene Heimatland ist mit Abstand das beliebteste Sommerreiseziel der Österreicher: 2013 gab fast jeder zweite Landsmann der heimischen Berg- und Seelandschaft den Vorzug. Italien liegt mit einem Anteil von 11,4 % mit deutlichem Abstand auf Rang zwei.



Langfristiger Trend

Gegenüber 2004 ist der Anteil der Urlaube im eigenen Land gegenüber Auslandsreisen sogar um 5,8 Prozentpunkte gestiegen. Für heuer rechnet Branchenkenner Gratzner mit einer Fortsetzung des langfristig stabilen Trends: „Österreichs Hotellerie überzeugt mit dem Gesamtpaket: Es gibt für jeden das Richtige, und das zum besten Preis-Leistungs-Verhältnis.“ Neben der Top-Qualität und den heimischen Natur- und Kulturschätzen punktet Österreich vor allem mit einer Anreise, die Zeit, Geld und Nerven spart.

Immer mehr buchen direkt beim Hotel

Genauso im Trend: die Onlinebuchung direkt beim Hotel. Laut einer Umfrage von europ assistance organisieren 70 % der Österreicher ihre Reise selbst. 54 % machen das online. 32 % buchen direkt – ein Anstieg gegenüber den Vorjahren. Buchungen über Reiseportale und andere Kanäle rangieren dahinter. „Direkt beim Hotel zu buchen heißt für den Gast, schnell und sicher genau das zu bekommen, was er will: eine 1a-Unterkunft zum besten Preis“, so Gratzner. „Gäste schätzen den direkten Kontakt, weil niemand so gut auf ihre Ansprüche eingehen kann wie der Gastgeber. Das ist ein Qualitäts- und Servicekriterium, auf das der Gast viel Wert legt. 2014 wird das Jahr der Direktbuchung!“, prophezeit Gratzner.

Tourismus, „hidden champion“ am österreichischen Arbeitsmarkt

ÖHV (Wien): Von der Öffentlichkeit unbemerkt nimmt die Zahl der Arbeitsplätze im österreichischen Qualitätstourismus stark zu. Der Stellenwert der Branche für die Volkswirtschaft ist kaum abzuschätzen. Am meisten profitieren aber die Beschäftigten von den Vorteilen einer Branche, die oft unterschätzt wird.

Wohlstand und Wertschöpfung basieren immer stärker auf Dienstleistung, Ausbildung, Qualität, Internationalität und Frauen – den Kriterien, die den weltweiten Erfolg des österreichischen Tourismus ausmachen: „Wir sind eine junge Branche mit vielen Fachkräften und immer mehr akademischen Abschlüssen. Wir sind weltoffen und standortgebunden. Wir garantieren Servicequalität mit emotionalem Mehrwert. Das macht den Tourismus zum „hidden champion“ auf dem österreichischen Arbeitsmarkt“, erklärt Michaela Reitterer, Präsidentin der Österreichischen Hotelierversammlung (ÖHV).

Österreichs Tourismus – „hidden champion“ auf dem Arbeitsmarkt

1. Nirgends steigt die Zahl der Arbeitsplätze so stark wie im Tourismus.

In den vergangenen 10 Jahren ist die Zahl der Arbeitsplätze um 25 % gestiegen. Im öffentlichen Dienst, in der Produktion, in den Banken werden Arbeitsplätze abgebaut.

2. Nirgends steigen die Gehälter so stark wie im Tourismus.

Die KV-Löhne für unqualifizierte Kräfte stiegen um 9,5 %. Das ist absoluter Rekord. In allen anderen Bereichen liegen die tatsächlichen Gehaltssteigerungen über der Inflation. Davon können andere Branchen nur träumen.

3. Im Tourismus ist die Arbeitszeit rückläufig.

Die Wochenarbeitszeit in der österreichischen Hotellerie sinkt seit Jahren, seit 2008 um beachtliche 6,5 Stunden.

4. Keine Branche ist so sicher wie der Tourismus.

Großinsolvenzen? Abwanderungen? Nicht hier. Im Tourismus werden Mitarbeiter gesucht. Zu verlässlichen Konditionen. Mit Standortgarantie.

5. Nirgendwo arbeiten so viele Frauen in Führungspositionen wie im Tourismus.

Laut KMU Forschung Austria sind in keiner anderen Branche so viele Frauen in Führungspositionen zu finden. Im Tourismus sind es 29 %, in der Produktion 7 %. Ob Frauen in die Technik gehen, sollten sie sich also zweimal überlegen – nicht nur wegen der Abwanderungsdrohungen.

6. Keine andere Branche bietet solche internationale Karrierechancen.

Egal, wo Sie Urlaub machen: Sie finden überall Österreicher in Führungspositionen.

7. In keiner anderen Branche hat jeder eine Chance auf einen Job.

In der Produktion werden einfache Abläufe durch Maschinen ersetzt. Unsere Schnitzel machen wir hier, unsere Zimmer und unsere Teller werden hier gereinigt, unseren Gästen vor Ort zur Hand gegangen. Versprochen!

8. Nirgends gibt es so viel Abwechslung wie im Tourismus.

In der Hotellerie sind Allrounder heiß begehrt! Besonders gefragt sind derzeit Manager für Online-Plattformen!

9. Arbeit im Tourismus heißt Arbeit mit Menschen.

Wer gerne an einer Maschine steht, wer lieber mit Zahlen arbeitet als mit Menschen, sollte sich eine andere Alternative überlegen – im beiderseitigen Interesse.

10. Arbeit im Tourismus ist Teamwork.

Individualisten sind anderswo vielleicht besser aufgehoben – und das ist auch gut so!

11. Arbeit im Tourismus ist generationenübergreifend.

Wir bilden junge Menschen aus und setzen dabei auf das Know-how bewährter Führungskräfte. Ganz aktuell sucht die ÖHV Best Ager und WiedereinsteigerInnen, viele Betriebe in allen Bundesländern aber Lehrlinge! Mit Standortgarantie – Interessenten melden sich bitte in der Top-Hotellerie! Denn die schafft die Arbeitsplätze!

12. Frei haben, wenn andere arbeiten. Im Tourismus.

Hotels sind 7 Tage die Woche geöffnet, unsere Mitarbeiter arbeiten aber auch nur 5, in Ausnahmesituationen 6 Tage. Sie haben dann frei, wenn andere arbeiten müssen. Das hat auch seine Vorteile!

13. Trinkgeld, unbesteuert – im Tourismus.

Umso interessanter, je höher die Steuern auf alle anderen Einkommen steigen. In Top-Betrieben kann das ganz schön viel ausmachen.

14. Freie Kost und Logis? Im Tourismus.

Eine eigene Wohnung muss man sich als junger Mensch da nicht von dem abzwacken, was nach der Steuer übrigbleibt. Betriebskosten inklusive.

15. Bezahlt Geld verdienen an den Top-Standorten – am besten im Tourismus.

In den heißesten Adressen der Stadt, in den besten Skigebieten, an den heißesten Locations, in den In-Bars, wo sich die High Society trifft. Noch Fragen?

Die besten Adressen für Souvenirs:

www.souvenirworld.li

www.horowitz-weege.at

Online bestellen und Zeit sparen!

Souvenirs mit Adlermotiven



490B62 Teller Porz. 20cm



490B60 Teller Porz. großfl. 19cm



490B61 Teller Porz. gd.Rd.19cm



490B63 Teller Porz. gd.Rd.19cm



1515B60 Kachel Adler 15cm



300B60 Untersetzer Porz. bunt 10cm



1705B60 Ascher 10cm



297B60 Ascher 3 Abl. 9 cm



304B60 Schälchen m. Henkel G.rand 8,6cm



217B60 Tischglocke Porz. 8cm



3000B60 Porzellantellerchen 6cm mit Magnet



11B60 Fingerhut Porz. 2,6cm



11B9960 Fingerhut Porz. mit Etui 3x3,2x4cm



613B60 Eierbecher Porz.



903B60 Kaffeebecher Porz. bunt mit Henkel



14BK61 Stamperl m. Goldrand in Verpackung 6 Stk.



49B61 Flachmann m.Verschluss 0,25l



87B60 Steinzeug-Krügchen 6 cm



260B60 Moccataste mit Rand u.verp.



371B60 Moccataste mit Rand



1727B60 Krug Adler 1L



1725BD60 Bierkrug Steinzeug 1/2 l m.D



1725B60 Bierkrug Steinzeug 1/2l



1725B61 Bierkrug Steinzeug 1/2l



1725B63 Bierkrug Steinzeug 1/2l



456B60 Bierseidel 0,4 l Goldrand



456B61 Bierseidel 0,4 l Goldrand



456BD61 Glas Bierseidel mit Deckel 0,4 l



314B60 Weinrömer 0,1l



314B61 Weinrömer 0,1l



14B60 Stamplerl Glas



14B61 Stamplerl Glas



14B62 Stamplerl Glas



88B60 Seidel Hans Goldrand



880B60 Glas Seidel Hans satiniert



13B60 Schnapsstamplerl Goldrand 2cl



130B60 Stampler mit Frost 2cl



130B61 Stampler mit Frost 2cl



6B60 Wodkazyliner 6,5cl Goldrand



5B60 Wodkazyliner satiniert 6,5 cl



26B60 Schnapsglas mit Henkel 6,5cl m.goldrand



256B60 Schnapsglas satiniert mit Henkel 4cl



154B60 Glas Becher 1/8 L



156B60 Glas Becher 1/4 L



25B60 Glas Seidel Britannia 1/4l



455B60 Partyseidel 0,2 l Goldrand



455B61 Partyseidel 0,2 l Goldrand



457B60 Partyseidel 0,5 l Goldrand



457B61 Partyseidel 0,5 l Goldrand



108 Brieföffner Adler 24cm



764 Feuerzeug Austria 6cm



78960 Fingerhut Austria Adler



7896099 Fingerhut mit Etui Austria Adler



48360 Pillenbox rund 5cm



483S60 Pillenbox rund/oval/ eckig Set12



610B60 Magnet 5,5 cm



614B60 Magnet mit Fl.-Öffner 9,5cm



13860G Magnet mit Fl.-Öffner 4,5x9cm



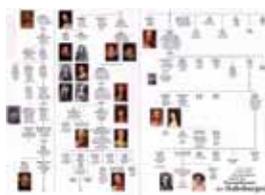
13760G Fingerhut Adler mit Etui 4,5cm



612B61 Pin 3cm



960007 Stammbaum der Habsburger



K32 WPK Stammbaum 10,4 x 14,8 cm



70096 Magnet 5,5x8cm

Zu beziehen bei
Horowitz & Weege GmbH.
Email:
office@horowitz-weege.at
Tel.: +43 1 478 18 88
Fax: DW 52

Der Bodensee packt aus: Die Themen 2014

Internationale Bodenseeregion präsentiert Höhepunkte des Jahres 2014

Eine Fülle spannender Themen hat die Bodenseeregion auf der Berliner Tourismusbörse, der weltgrößten Reisemesse, im Gepäck. Zwei Trends sind dabei auszumachen. Viele der Angebote werden zunehmend rund ums Jahr wahrgenommen. Und sie sprechen mehr und mehr Gäste aus aller Welt an. Dabei stellt sich die Internationalität der Region als Joker heraus. Denn Ferienerlebnisse in vier Ländern – in Deutschland, der Schweiz, im Fürstentum Liechtenstein und in Österreich – bietet nur eine Destination: Der Bodensee.

Konziljubiläum in Konstanz

Internationalität hat sich auch das große Jubiläum 600 Jahre Konstanzer Konzil auf die Fahnen geschrieben. Unter dem Motto „Europa zu Gast“ erinnert Konstanz von 2014 bis 2018 an die Zeit, in der Konstanz zum Zentrum der abendländischen Welt wurde. Nicht weniger als ein neuer Papst sollte hier ab 1414, fern der kirchlichen Zentren, gefunden werden. In den nächsten Jahren fand bis 1418 mit dem Konzil von Konstanz

der größte Kongress des Mittelalters statt. Mit einem Paukenschlag beginnt das Jubiläum am 27. April 2014. An diesem Tag eröffnet die große Landesausstellung „Das Konstanzer Konzil 1414-1418 – Weltereignis des Mittelalters“ am Originalschauplatz der Papstwahl, im Konzilgebäude am Hafen. Weitere Ausstellungen, Konzilfestspiele, Musik aus sechs Jahrhunderten, Themenrouten, inszenierte Führungen, Geocaching und eine Konzil-App bringen den Gästen die ferne Konzilszeit nah.

Dazu passend: Die Welt der Ritterturniere in Schaffhausen

Während des Konzils vertrieben sich die anwesenden Ritter und Adeligen die Zeit mit großen Wettkämpfen vor den Toren der Stadt. Ritterturniere zählen zu den spektakulärsten Veranstaltungen des Mittelalters. Vom 10. bis 20. Juli 2014 erleben Gäste live, wie sich die besten Kämpfer aus ganz Europa im Lanzenstechen messen. Die grossen Ritterspiele zu Schaffhausen sind mehr als ein Mittelalter-Spektakel, sie zeigen das mittelalterliche Kampfspiel in größter Authentizität. So sind die Rüstungen originalgetreu nachgebaut und auch die Lanzen sind echt. Eine Falkenschau, historische Reitkunst und originalgetreue Live-Musik begleiten über zehn Tage die festlichen Wettkämpfe. Gleichzeitig präsentiert das





© Internationales Bodensee-Tourismus-GmbH – Fotos: Achim Menke

Schaffhauser Museum zu Allerheiligen in einer großen Ausstellung die 500-jährige Geschichte des europäischen Turnierwesens.

Horizontenerweiterung auf der Insel Mainau

Weit weit geht der Blick von der italienischen Wassertreppe zu den Gipfeln der Allgäuer, Vorarlberger und Schweizer Alpen. Doch in diesem Jahr stehen nicht die bekannten Aussichtspunkte der Blumeninsel im Mittelpunkt. Die Angebote des Themenjahrs „Hinterm Horizont... neue Aussichten entdecken“ möchte den Blick für das Ungewöhnliche und Neue schärfen. Dazu gehören etwa auch umhänkelte Bäume an den Inseleingängen oder die Kamera auf einer Baumspitze im Arboretum, die auf einem Bildschirm einen 360 Grad Rundum-Blick auf die Insel und den Bodensee bietet. Ganz besondere Ausblicke genießen die Inselbesucher ab diesem Jahr vom Dachgarten des neuen Restaurants Comturey am Inselhafen. Hier entstand ein neuer Parkteil unter anderem

mit dem so genannten Hortensienweg, der den beliebten Blütenstrauch in allen Formen und Farben zeigt.

100 Jahre Dornier in Friedrichshafen und eine neue Attraktion für Meersburg

Pioniere hat die Bodenseeregion auf allen Seiten ihrer Ufer hervorgebracht. Einer davon war der Flugzeugbauer Claude Dornier, der vor hundert Jahren von seinem Förderer Graf Zeppelin in dessen Unternehmen mit der Leitung der Abteilung „Do“ betraut wurde – Keimzelle des internationalen, nach ihm benannten Forschungs- und Entwicklungskonzerns. Zahlreiche Veranstaltungen, eine neue Sonderausstellung und weitere Attraktionen präsentiert das im Jahr 2009 eröffnete Dornier Museum im Jubiläumsjahr. Übrigens: Bevor es das Dornier Museum in Friedrichshafen gab, beherbergte das Neue Schloss in Meersburg bedeutende Exponate zur Geschichte Dorniers. In Meersburg steht Gästen ab 2015 das Museum im Mesmerhaus offen. Auf

600 Quadratmetern werden Wein- und Stadtgeschichte lebensnah präsentiert. Im Gebäudekomplex aus dem 17. Jahrhundert, einst gebaut auf den hochmittelalterlichen Mauern der Vorburg, befanden sich in den Obergeschossen früher die sogenannten Pfründnerstuben. Franz Anton Mesmer verbrachte hier seinen Lebensabend. Das Erdgeschoss wird durch eine eindrucksvolle Weinkelter gebildet, deren auffälligstes Exponat der Heilig-Geist-Torkel von 1607 und damit wohl die älteste noch erhaltene (und funktionsfähige!) Weinpresse des Bodenseegebietes ist.

Kultur pur auch in St.Gallen

Die schweizerische Welt erbstadt St.Gallen setzt 2014 ebenfalls kulturelle Akzente. Nach den erfolgreichen Weltpremieren „Moses“ und „Der Graf von Monte Christo“ feierte am 15. März 2014 das Musical „Artus-Excalibur“ von Frank Wildhorn (Jekyll & Hyde, Dracula, Der Graf von Monte Christo) am Theater St.Gallen Premiere. Es entführt in die Sagenwelt

rund um König Artus und wird inszeniert von Francesca Zambello, bekannt als Spezialistin für grosse Musicals. Vor dem Musicalbesuch Lust auf hochkarätige Kunstwerke? Dann ab nach Rorschach, der nah bei St.Gallen gelegenen Hafenstadt am Bodensee. Das neue Forum Würth zeigt hier auf 600 Quadratmetern Klassiker der Moderne, darunter Werke von Pablo Picasso, Max Beckmann und Ernst Ludwig Kirchner. Das Beste: Der Eintritt zur Ausstellung ist frei – und das an sieben Tagen in der Woche!

Einzigartige Fürstenwoche

Im Fürstentum Liechtenstein, das sich zwischen Österreich und der Schweiz in die Berge schmiegt, findet die weltweit einzigartige Fürstenwoche vom 10. bis 17. August 2014 statt. Der traditionelle Staatsfeiertag am 15. August mit dem rauschenden Volksfest, Bergfeuern und dem legendären Feuerwerk bildet den Höhepunkt dieser besonderen Woche. Das Programm reicht von der geführten Wanderung über den anspruchsvollen Fürstensteig und der atemberaubenden Adlerwanderung bis zur Weinverkostungen in der Fürstlichen Hofkellerei. Zum fürstlichen Genuss zählt zudem die Degustation des einzigen Liechtensteiner Whiskys. Ein Blick hinter die Kulissen des traditionellen Staatsfeiertages ist exklusiv den Gästen der Fürstenwoche vorbehalten.

Tip: Das National Geographic Traveler Magazine hat Liechtenstein auf die „Best of the World List 2014“ gesetzt. Das Fürstentum gehört damit zu den Reisezielen, die man 2014 besuchen sollte und hat es sogar auf die Titelseite des renommierten Magazins geschafft. ■

Wien rutscht im Ranking der globalsten Städte ab

A.T. Kearney „Global Cities Index 2014“: New York, London und Paris sind am globalsten – Peking ist stark im Kommen

Ungeachtet der Finanzkrise sind die beiden größten globalen Finanzzentren New York und London weiterhin die Städte mit dem größten weltweiten Einfluss, gefolgt von Paris und Tokio. Dies ist das Ergebnis der Studie „Global Cities Index 2014“, die die Unternehmensberatung A.T. Kearney zum vierten Mal erstellt hat. Unter den ersten 20 Städten finden sich sieben aus Europa (London, Paris, Brüssel, Madrid, Wien, Moskau und Berlin), sieben aus der Region Asien-Pazifik (Tokio, Hong Kong, Peking, Singapur, Seoul, Sydney und Shanghai), und sechs aus Nord- und Südamerika (New York, Los Angeles, Chicago, Washington, Toronto und Buenos Aires).

Global Cities Index			Emerging Cities Outlook	
Stadt	2014	2012	Stadt	2014
New York	1	1	Jakarta	1
London	2	2	Manila	2
Paris	3	3	Addis Ababa	3
Tokio	4	4	Sao Paulo	4
Hong Kong	5	5	Neu Delhi	5
Los Angeles	6	6	Rio de Janeiro	6
Chicago	7	7	Bogotá	7
Beijing	8	14	Mumbai	8
Singapur	9	11	Nairobi	9
Washington	10	10	Kuala Lumpur	10
Brüssel	11	9	Bangalore	11
Seoul	12	8	Beijing	12
Toronto	13	16	Johannesburg	13
Sydney	14	12	Kalkutta	14
Madrid	15	18	Istanbul	15
Wien	16	13	Kapstadt	16
Moskau	17	19	Chennai	17
Shanghai	18	21	Tunis	18
Berlin	19	20	Dhaka	19
Buenos Aires	20	22	Caracas	20

Für den Index wurden 84 Großstädte auf allen Kontinenten hinsichtlich ihres Globalisierungsgrades untersucht. Grundlage sind 26 Parameter in den fünf Dimensionen wirtschaftliche Aktivität, Humankapital, Zugang zu Informationen, die Wertigkeit des kulturellen Lebens sowie der politische Einfluss. Anders als andere Rankings bietet der Index ein ganzheitliches Bild sämtlicher Faktoren, die darüber entscheiden, wie Städte globales Kapital, Menschen und Ideen anziehen und halten. Er ist eine wichtige Informationsquelle für Unternehmen, die nach Standorten für regionale Zentralen, Forschungseinrichtungen oder

große Betriebsstätten suchen. Auch Bürgermeister und Stadtentwickler können den Studienergebnissen wichtige Erkenntnisse entnehmen, um ihre Investitionsentscheidungen zu optimieren.

Wien rutscht auf Platz 16 ab

Wien verschlechtert sich im Vergleich zum Jahr 2012 um drei Plätze und rutscht von Platz 13 auf Platz 16 ab. Die Ursache dafür liegt vor allem bei einer signifikanten Verschlechterung in der Dimension Zugang zu Informationen. Vor allem bei der Kennzahl Zugang zu TV-Nachrichtenkanälen hat Wien besonders schlecht ab-

geschnitten. Ebenfalls deutlich gesunken ist Wien in der Dimension Humankapital. Auch bei der Anzahl internationaler Studenten haben andere Städte Wien deutlich überholt.

Bei anderen Dimensionen ist die Lage nicht so kritisch: einen großen Sprung vorwärts (von Platz 24 auf Platz 12) macht Wien im Bereich kulturelles Leben. Dies ist vor allem Wiens Engagement bei den darstellenden und visuellen Künsten sowie Kooperationen mit Schwesternstädten zuzuschreiben. Auch in der Dimension Wirtschaftliche Aktivität hat Wien aufgeholt und rangiert nun auf Rang 13. Grund dafür ist vor allem die vermehrte Ansiedelung

großer globaler Dienstleistungsfirmen.

Unter den absoluten Spitzenreitern liegt Wien, wie schon 2012, mit Platz 7 in der Dimension Politisches Engagement. Dies liegt unter anderem an den lokalen Institutionen mit internationaler Ausrichtung.

„Je globaler eine Stadt ist, desto besser kann sie Unternehmen, Fachkräfte und Kapital anziehen. Für die wirtschaftliche Entwicklung von Ballungszentren und Regionen wird das immer wichtiger. Wien liegt im Ranking noch gut, aber andere Großstädte entwickeln sich schneller. Insbesondere Faktoren im Zusammenhang mit der Attraktivität

für junge, internationale, hochqualifizierte Fachkräfte müssen verbessert werden, um nicht zurückzufallen“, sagt Dr. Florian Haslauer, Österreich-Chef von A.T. Kearney.

Peking und Istanbul holen weiter auf

Der wichtigste Newcomer unter den zehn globalsten Städten ist Peking, das es von Rang 14 auf Rang 8 geschafft hat und damit erstmals in den Top Ten vertreten ist. „Es siedeln dort immer mehr der 500 weltweit größten Unternehmen ihre Zentrale an“, sagt Studienautor Mike Hales, Partner bei A.T. Kearney. Zudem sei in Chinas Hauptstadt nicht nur die Zahl der internationalen Schulen ge-

stiegen, sondern auch die Anzahl der Breitbandanschlüsse und Museen.

Als erste lateinamerikanische Stadt gelang zudem Argentinien Hauptstadt Buenos Aires der Sprung unter die Top 20, was im Wesentlichen am guten Zugang zu Fachkräften und der lebhaften Kulturszene liegt. Neu unter den Top 20 ist auch Shanghai (von 21 auf 18). Deutlich nach oben ging es zudem für Istanbul (von Platz 37 auf 28).

Jakarta ist mächtigste Metropole in Schwellenländern

Neben den Top-Städten bewertet die Studie erstmals auch die Chancen von 34 ausgewählten Metropolen

in Schwellenländer. Dieser „Emerging Cities Outlook“ (ECO) gibt Auskunft darüber, wie wahrscheinlich es ist, dass eine Stadt ihren Globalisierungsgrad in den nächsten 10 bis 20 Jahren verbessert. Die wichtigsten Indikatoren dabei sind wirtschaftliche Aktivität, Zugang zu Fachkräften und Innovation. Spitzenreiter sind: Jakarta, Manila, Addis Abeba, Sao Paulo und Neu Delhi.

„Einige dieser Städte, vor allem in Asien, dürften in den nächsten 10 bis 20 Jahren zu den Top-Städten aufschließen können“, sagt Hales. In Afrika verzeichnet zudem die äthiopische Hauptstadt Addis Abeba beträchtliche Fortschritte bei allen wichtigen Indikatoren und belegt den dritten Rang im ECO. Die ke-

nianische Hauptstadt Nairobi hingegen verbesserte sich vor allem bei der wirtschaftlichen Aktivität und liegt an neunter Position.

Zusammen genommen liefern die beiden Rankings eine umfassende Analyse globaler Städte inklusive folgender Komponenten:

- Darstellung der aktuellen Performance und des zukünftigen Potenzials
- Identifikation von Trends auf Basis historischer Daten über sechs Jahre
- Analyse der Performance von 84 Städten aus allen Regionen der Welt
- Auf einzelne Städte heruntergebrochene Bewertung anhand eines ganzheitlichen Verfahrens auf Basis vielfältiger Parameter und Indikatoren

Tagesausflüge der Oberösterreicherinnen und Oberösterreicher sichern touristische Wertschöpfung Oberösterreichs

Oberösterreicher verbringen ihre Freizeit bevorzugt im eigenen Bundesland

Die Oberösterreicherinnen und Oberösterreicher unternahmen im letzten Tourismusjahr hochgerechnet insgesamt 31,7 Millionen Tagesausflüge. Rund zwei Drittel davon (21,4 Millionen) führten zu Zielen im eigenen Bundesland. Mit dem Konsum in der Gastronomie, Snacks, Treibstoff, Eintrittsen bei Freizeit-Attraktionen und vielem mehr geben die Oberösterreicher/innen rund 480,8 Millionen Euro bei ihren Tagesausflügen in Oberösterreich aus.

Besonders wichtig sind den Oberösterreichern dabei die Landschaft, die schöne Natur und das Panorama – wenn möglich begleitet von schönem Wetter. Zudem wird auf ein attraktives Preis-Leistungsverhältnis Wert gelegt. Und man will einen harmonischen, angenehmen Tag mit der Familie bzw. mit Freunden verbringen. Dafür holen sich Ausflüglerinnen und Ausflügler vor dem Start in die Freizeit ihre Informationen überwiegend aus dem Internet. Alleine der Bekanntheitswert der Ausflugsplattform des Oberösterreich-Tourismus, www.ausflugstipps.at, stieg unter



Das Internet ist längst die wichtigste Informationsquelle für die Ausflugsplanung. Mit dem Relaunch der Online-Plattform www.ausflugstipps.at können sich die Gäste perfekt über die Angebote in Oberösterreich informieren. V.l.: Robert Seeber, Michael Strugl und Karl Pramendorfer.

Foto: © Land OÖ

den Befragten innerhalb von drei Jahren signifikant von 13 Prozent auf 32 Prozent.

Dem entsprechend nimmt die Online-Plattform eine zentrale Rolle im Tagesausflugs-Marketing des Oberösterreich Tourismus ein. Seit Jahresanfang präsentiert sich die Seite in neuem Design. Hier wurden auf Basis der Marktforschungs-Ergebnisse Service und Zielgruppen-Orientierung verbessert. Die Menüführung verläuft entlang der Ausflugsgehnheiten der Oberösterreicher, die gerne alleine, zu zweit, mit der Familie oder im Freundeskreis unterwegs sind. Darauf abgestimmt bietet die Seite als Neuerung auch redaktionelle Tipps für Freizeitaktivitäten in Oberösterreich an.

Ganz wesentlich für das attraktive Ausflugsangebot sind die rund 2.000 gewerblichen Freizeit- und Sportbetriebe in Oberösterreich. Denn erst die Professionalität der Dienstleistung und insbesondere die fachliche Qualifikation der Unternehmerinnen und Unternehmer stellen das ungetrübte Freizeitvergnügen für die Gäste sicher.

ÖHV-Destinationsstudie: neue Berechnung, bessere Ergebnisse

Umsatz bringt's: Neunfach-Sieg für Ferienhotellerie

ÖHV (Wien): Mit Zell am See/Kaprun, Wilder Kaiser und Saalfelden/Leogang holt die neu berechnete ÖHV-Destinationsstudie 2014 Österreichs wirtschaftlich beste Regionen vor den Vorhang. Die Städte fallen durch niedrige Auslastung und niedrige Umsätze pro Bett zurück.

Zell am See/Kaprun, die Region „Wilder Kaiser“ und Saalfelden/Leogang haben laut ÖHV-Destinationsstudie 2014 unter allen Tourismusregionen den Umsatz pro Bett, den Logiserlös der gesamten Destination, die Auslastung und die Nächtigungen am stärksten erhöht. Gemeinsam mit MANOVA wurde erstmals die Entwicklung des Umsatzes pro Bett anstelle der Ankünfte in die Wertung genommen, was der wirtschaftlichen Bedeutung entspricht. Als Erfolgsfaktoren können ganz klar die gut konzipierten und gut umgesetzten Aktivitäten in den Destinationen genannt werden. Ausgewertet wurden die Entwicklungen der Nächtigungen aller Beherbergungsbetriebe, der Bettenauslastung der 3-, 4- und 5-Sterne-Hotels und Beherbergungsumsätze in Hotels und ähnlichen Betrieben zwischen 2011 und 2012. Die ÖHV-Destinationskarte zeigt die Entwicklung auf einen Blick.

Die Erfolgsfaktoren

Zell am See/Kaprun hat neben nicht unbedeutenden Infrastrukturinvestitionen



in die gelungene Inszenierung investiert: Bei Familien punktet Zell am See/Kaprun mit neuen Projekten wie „Schmidolins Feuerstuhl“, bei Naturfreunden mit der Erlebniswelt am Kitzsteinhorn, der Erlebniswelt 3.000, bei Action-Fans mit dem Alpine

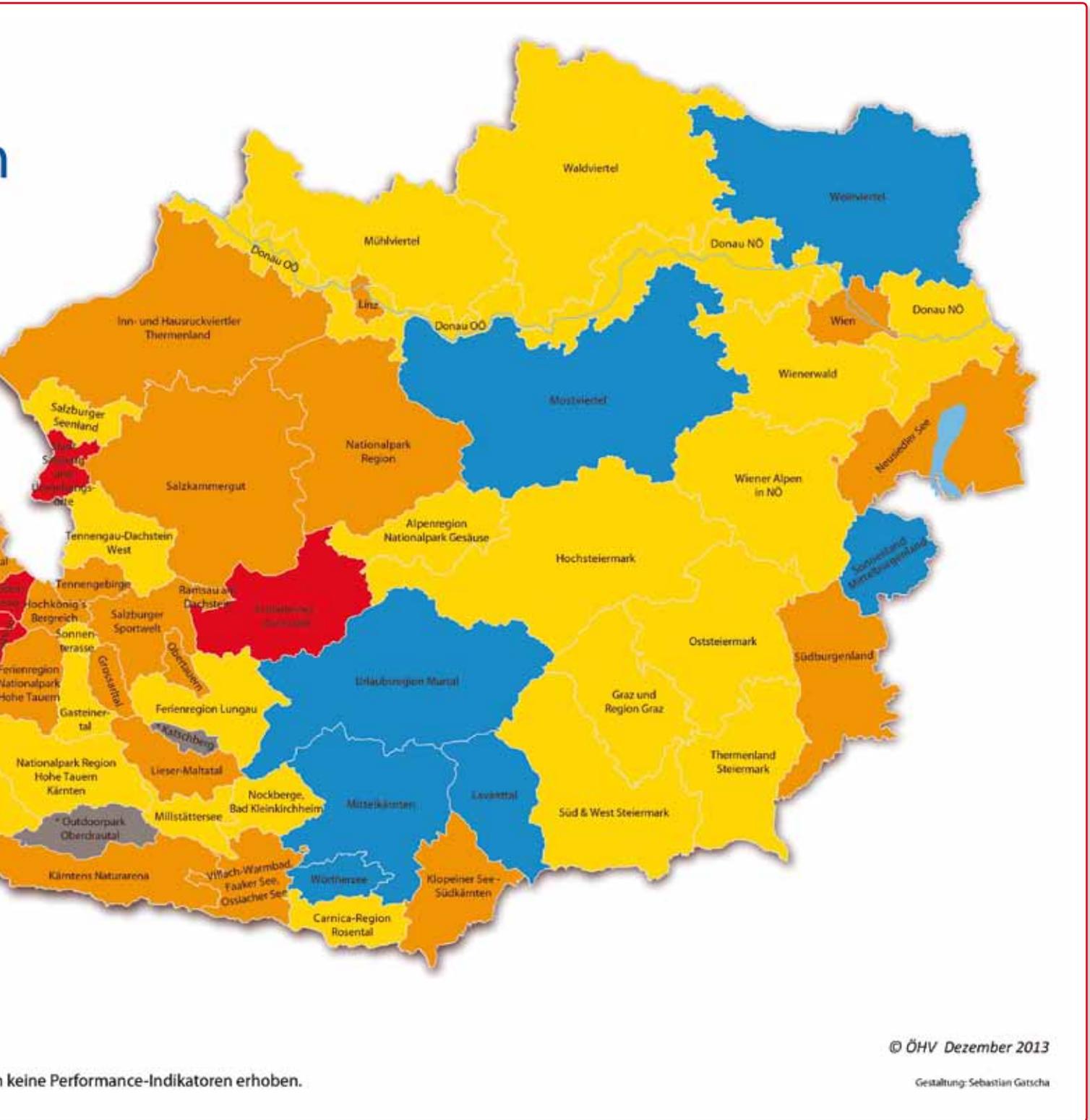
Coaster, der ersten Alpenachterbahn. Eine Sommerkarte wurde am Markt etabliert und trug Früchte, der Iron Man, der Zeller Seezauber, eine Wasser-, Musik- und Laser-Show und die Internationalen Porsche Tage wurden mit neuen, zielgerichteten

internationalen Marketingkampagnen beworben.

Die Region „Wilder Kaiser“ hat einerseits sehr gut in Qualität investiert, andererseits wurden mit einer reichweitenstarken Fernsehserie werbetaugliche Bilder der schönen Gegend an eine gro-

ße Zielgruppe transportiert. Das lässt sich ganz klar sowohl an der Entwicklung der Nächtigungen als auch an der Preisdurchsetzung ablesen.

Saalfelden/Leogang hat vor allem seine Positionierung weiterentwickelt: Kompetenz und Angebot in den



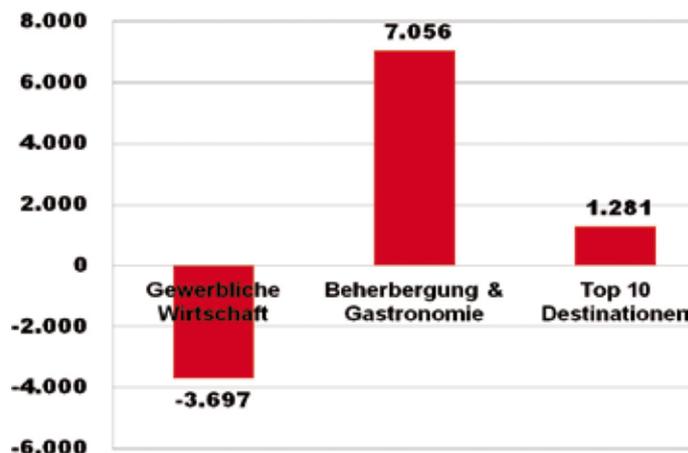
Trendsportarten Radfahren und Klettern wurden ausgebaut, in einen Bikepark, eine Kletterhalle, das Loipennetz und Trail Running investiert. Die klare Eventstrategie mit perfektem Timing – Auslastungssteigerung zur Nebensaison hin – sowie Investitionen in Bettenqualität statt -quantität lieferten auch hier die Grundlage für eine deutliche Verbesserung der Preisdurchsetzung. Hochwertige Kulturveranstaltungen wie das Internationale Jazzfestival, Tonspuren und Ortszeit ergänzten das Angebot für den anspruchsvollen – und damit zahlungskräftigen – Gast optimal.

Äußerst knapp (nämlich punktgleich mit den drei Erstgereihten) auf den vierten Rang verwiesen wurde die bundesländerübergreifende Destination Arlberg. Neben dem Top-Angebot für Skifahrer wurde hier eine Vielzahl von Marketingaktivitäten gesetzt mit Online- und spezifischen Facebook-Kampagnen, einer Reihe neuer Veranstaltungen wie dem Lecher Classic Music Festival, dem Philosophicum, dem Filmfestival Cineastic Gondolas und anderen mehr. Angebotsentwicklung und Bewerbung gingen auch hier Hand in Hand.

Ganze Region profitiert von professionellem Destinationsmanagement

Um im neuen ÖHV-Destinationsranking ganz an die Spitze zu gelangen, braucht es eine Top-Performance: Alle Top-Ten-Destinationen haben in allen vier Kriterien zugelegt – Nächtigungen, Auslastung, Logis-Ertrag in der Destination und Umsatz/Bett. Das Gebot der Stunde sei ein modernes Steuerungstool im Destinationsmanagement, erklärt MANOVA-Geschäftsführer

Mag. Klaus Grabler: „Wir müssen weg vom reinen Zählen der Nächtigungen. Für die Bewertung der Performance müssen Veränderungsdaten herangezogen und im Idealfall verglichen werden.“ Am Ende des Tages, so Grabler, sei ein Tool notwendig, das Destinationen bei der längerfristigen Planung und der Überprüfung von Maßnahmen unterstützt. Im Tourismus werde stark auf Marken gesetzt. „Wir müssen den Markenwert der Destinationen steigern und die Steigerung muss messbar sein. Die methodisch adaptierte Destinationsstudie ist jedenfalls ein guter Schritt zur Beleuchtung der Destinations-Performance“, so Grabler. Aus der Destinationsstudie lässt sich klar ablesen, dass sich erfolgreiches Destinationsmanagement unmittelbar auf die Mitarbeiterentwicklung auswirkt. Österreichs Tourismusbetriebe haben zwischen 2011 und 2012 in Summe 7.056 neue Arbeitsplätze geschaffen. 1.281 davon entstanden in nur zehn Destinationen – den Top-Ten-Destinationen der ÖHV-Destinationsstudie 2014. Das sind mehr als 18 % aller neu geschaffenen Arbeitsplätze in Hotellerie und Gastronomie. Zum Vergleich: Im selben Zeitraum sank die Beschäftigung in der Gesamtwirtschaft.



Hohe Kosten, niedrige Preise

Der Blick hinter die Kulissen, den die Destinationsstudie 2014 wieder liefert, offenbart, wie unterschiedlich die Betriebe und Destinationen wirtschaftlich aufgestellt sind. „Der RevPAR der besten Region beträgt etwa das 5,8fache der schlechtesten“, erklärt Dr. Franz Hartl, Geschäftsführer der Österreichischen Hotel- und Tourismusbank. Im Durchschnitt jedenfalls unter Druck geraten ist der GOP, das operative wirtschaftliche Ergebnis. Zurückzuführen ist das laut Hartl auf die mangelnde Preisdurchsetzung. Den größten Beitrag zum Anstieg auf der Kostenseite lieferten absolut die Personalkosten und relativ die Energiekosten. Doch die negative operative Entwicklung konnte durch das niedrige Zinsniveau weitgehend kompensiert werden, so Hartl.

Tourismuserfolge pushen Wertschöpfung vor Ort

Der Erfolg der Destinationen erweist sich für die ganze Region als Turbo: Den Gemeinden bringt die gelebte Gastfreundschaft in den Betrieben Kommunalsteuern, den Tourismusverbänden die Ortstaxen. Noch stärker wirken sich die Investitionen der Hote-

liers aus, die sich als lukrative Aufträge Eingang in die Bücher der Gewerbebetriebe niederschlagen: 80 % der Investitionsaufträge werden an Unternehmen im Umkreis von 90 km vergeben. Am wichtigsten sind in Zeiten der Krise angesichts der dramatischen Entwicklung in der Gesamtwirtschaft sicher die positiven Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt.

Städte: Viele Gäste – aber noch viel mehr Betten

Handlungsbedarf wird in der Studie den Städtoten konstatiert, sowohl bei der Auslastung als auch beim Umsatz pro Bett. Hier findet sich die beste Stadt – Salzburg – erst auf Rang 49. „Wir merken hier den starken Einfluss der Immobilienwirtschaft. Da müssen die eigenen Stärken ausgespielt, hier muss das Angebot stärker differenziert werden“, fordert Reizen Zahn positive Effekte auf Auslastung, Preisdurchsetzung und Beschäftigung ein. Je stärker das Wachstum, umso mehr seien effektive Marketingmaßnahmen gefragt. Wien als Hotspot der Immobilienbranche stehe hier vor einer besonderen Herausforderung.

Qualität, Innovation und Vermarktung

Klar herauslesen lässt sich, welche Konzepte funktionieren: Wo neue Arbeitsplätze entstanden sind, treffen drei Komponenten zusammen:

- Dort wurde in die **Qualität der Hotels** investiert sowie auch in
- **innovative Freizeitangebote** und
- in die **professionelle Vermarktung**.

„Das sind die Komponenten einer nachhaltigen Tourismusentwicklung mit Mehrwert“, hält Reizen Zahn fest. ■

Wie wäre es mit einem Abonnement?

Souvenir World & Tourismus · Jahresabonnement / yearly subscription

Deutschland: € 44,- inkl. MwSt. und Porto
 Österreich: € 44,- inkl. MwSt. und Porto
 Welt: € 55,- inkl. MwSt. und Porto

Germany: € 44,- inc. VAT and postage
 Austria: € 44,- inc. VAT and postage
 Other countries: € 55,- inc. VAT and postage



Bitte senden Sie mir im Abonnement: / Please enter my subscription to:
Souvenir World & Tourismus (4 x jährlich / 4 times a year)

 Name / name

 Vorname / first name

 Straße/Nr. / street/no.

 PLZ/Ort / zip code/city

 eMail

 Datum / Date

 Unterschrift / Signature

Dieses Abonnement verlängert sich jeweils um ein weiteres Jahr, wenn es nicht bis 6 Wochen vor Ablauf gekündigt wird. *Your subscription will run another year unless cancelled until 6 weeks before ending.*

Ich bin berechtigt, innerhalb von 14 Tagen ohne Angabe von Gründen diese Bestellung zu widerrufen. Die Frist ist durch rechtzeitiges Absenden gewahrt. *I know that I may cancel this subscription within a fourteen-day period (day of postmark) without giving reasons.*

Abonnement senden an: Volker Weege, Kutschergasse 42, 1180 Wien, Fax 00431 979 28 94, eMail: v.weege@webway.at, www.souvenirworld.li



Seit 66 Jahren im Dienst
 der österreichischen
 Gemeinden

www.oebz.info

Bisherige Wintersaison 2013/14: -4,0% bei den Nächtigungen und um 1,4% weniger Gäste

In der bisherigen Wintersaison 2013/14 (November 2013 bis März 2014) nahm die Zahl der **Nächtigungen** laut vorläufigen Ergebnissen von Statistik Austria um 4,0% auf 57,54 Mio. ab. Die sinkenden Nächtigungszahlen ausländischer (-4,5%; 44,60 Mio.) wie auch inländischer Gäste (-2,2%; 12,94 Mio.) trugen zu diesem Ergebnis bei. Im Vergleich zu den Nächtigungen wies die Zahl der **Ankünfte** in der laufenden Wintersaison eine geringere Abnahme von 1,4% auf 14,65 Mio. auf. Inländische Gäste verzeichneten einen leichten Zuwachs (+0,9% auf 4,33 Mio.), ausländische Gäste besuchten Österreich um 2,4% weniger oft als noch in der Vorjahresperiode (-2,4% auf 10,32 Mio.). Der Trend zu einer immer kürzeren Aufenthaltsdauer der Gäste, die in der bisherigen Wintersaison bei 3,9 Nächtigungen liegt, bleibt somit aufrecht.

In der bisherigen Wintersaison 2013/14 fielen die Rückgänge bei den wichtigsten Herkunftsmärkten deutlich aus: Der nächtigungsstärkste Herkunftsmarkt Deutschland verzeichnete ebenso eine Abnahme der Nächtigungen (-8,1%; 22,06 Mio.) wie die Niederlande (-1,7%; 5,28 Mio.) und das Vereinigte Königreich (-5,0%; 1,81 Mio.; siehe Tabellen 1 und 2).

Die Zahl der Nächtigungen in Hotels und ähnlichen Betrieben entwickelte sich in allen Kategorien rückläu-

fig: In 2-/1-Stern-Betrieben waren die höchsten relativen Abnahmen zu beobachten (-5,7%), in 3-Stern-Hotels -4,3% und in 5-/4-Stern Hotels lagen die Abnahmen bei 2,7%. 80% aller Nächtigungen fanden in Hotels und ähnlichen Betrieben bzw. in gewerblichen Ferienwohnungen statt.

Da die Karwoche im Vorjahr im März, heuer aber im April lag, kann eine abschließende Bewertung der aktuellen Wintersaison 2013/14 erst mit Vorliegen des April-Ergebnisses getroffen werden.

März 2014: Osterferienverschiebung lässt Nächtigungen um 7,1% sinken

Im März 2014 wurden hohe Abnahmen sowohl bei den Ankünften (-6,3% auf 3,30 Mio.) als auch bei den Nächtigungen (-7,1% auf 13,12 Mio.) registriert, was vor allem auf die Verschiebung der Karwoche von März (2013) auf April (2014) zurückzuführen ist. Besonders Gäste aus Deutschland (-14,9%), dem Vereinigten Königreich (-20,9%) und der Ukraine (-14,9%) nächtigten im März 2014 weniger oft in Österreich. Zwei- bzw. dreistellige Zuwächse wiesen die Nächtigungen niederländischer (+33,6%) und belgischer Gäste auf (+143,1% aufgrund der Verschiebung der Krokusferien von Februar im Jahr 2013 auf März im heurigen Jahr; siehe Tabellen 3 und 4).

Tabelle 1: Vorläufige Ankunftsergebnisse der Beherbergungsstatistik im November 2013 bis März 2014

Gliederungsmerkmale	Ausländische Gäste		Inländische Gäste		Insgesamt	
	Absolut	Veränderung	Absolut	Veränderung	Absolut	Veränderung
	in 1.000	in %	in 1.000	in %	in 1.000	in %
In allen Unterkunftsarten						
In Österreich insgesamt	10.315,1	-2,4	253,7	0,9	38,6	-1,4
Ausgewählte Herkunftsländer						
Deutschland	4.910,7	-5,9	-307,9			
Niederlande	914,1	-1,6	-14,9			
Schweiz und Liechtenstein	475,8	-0,3	-1,4			
Vereinigtes Königreich	363,5	-5,7	-22,0			
Italien	349,5	-0,2	-0,7			
In gewerblichen Beherbergungsbetrieben¹⁾						
In Österreich insgesamt	8.695,7	-1,6	139,9	1,4	55,9	-0,7

Q: STATISTIK AUSTRIA, Beherbergungsstatistik. Erstellt am 29.4.2014. 1) Hotels und ähnliche Betriebe, gewerbliche Ferienwohnungen, Campingplätze, Jugendherbergen und -erholungsheime, Kurheime, Schutzhütten und sonstige gewerbliche Beherbergungsbetriebe

Tabelle 2: Vorläufige Übernachtungsergebnisse der Beherbergungsstatistik im November 2013 bis März 2014

Gliederungsmerkmale	Ausländische Gäste		Inländische Gäste		Insgesamt	
	Absolut	Veränderung	Absolut	Veränderung	Absolut	Veränderung
	in 1.000	in %	in 1.000	in %	in 1.000	in %
In allen Unterkunftsarten						
In Österreich insgesamt	44.663,0	-4,5	-2.917,7	12.935,4	-2,2	-291,8
Ausgewählte Herkunftsländer						
Deutschland	22.055,0	-8,1	-1.943,9			
Niederlande	5.263,9	-1,7	-91,4			
Schweiz und Liechtenstein	1.857,9	-0,8	-15,0			
Vereinigtes Königreich	1.812,8	-5,0	-95,4			
Tschechische Republik	1.287,9	0,4	5,1			
In gewerblichen Beherbergungsbetrieben¹⁾						
In Österreich insgesamt	34.581,2	-4,9	-1.448,9	11.746,8	-1,6	-178,9

Q: STATISTIK AUSTRIA, Beherbergungsstatistik. Erstellt am 29.4.2014. 1) Hotels und ähnliche Betriebe, gewerbliche Ferienwohnungen, Campingplätze, Jugendherbergen und -erholungsheime, Kurheime, Schutzhütten und sonstige gewerbliche Beherbergungsbetriebe

Tabelle 3: Vorläufige Ankunftsergebnisse der Beherbergungsstatistik im März 2014

Gliederungsmerkmale	Ausländische Gäste		Inländische Gäste		Insgesamt	
	Absolut	Veränderung	Absolut	Veränderung	Absolut	Veränderung
	in 1.000	in %	in 1.000	in %	in 1.000	in %
In allen Unterkunftsarten						
In Österreich insgesamt	2.491,7	-6,6	-169,7	895,1	-5,6	-53,1
Ausgewählte Herkunftsländer						
Deutschland	1.196,5	-14,7	-206,2			
Niederlande	218,5	28,8	48,9			
Tschechische Republik	96,4	0,3	0,3			
Belgien	95,7	49,4	31,6			
Schweiz und Liechtenstein	93,2	-7,7	-7,8			
In gewerblichen Beherbergungsbetrieben¹⁾						
In Österreich insgesamt	1.988,3	-6,7	-142,8	851,1	-4,5	-40,1

Q: STATISTIK AUSTRIA, Beherbergungsstatistik. Erstellt am 29.4.2014. 1) Hotels und ähnliche Betriebe, gewerbliche Ferienwohnungen, Campingplätze, Jugendherbergen und -erholungsheime, Kurheime, Schutzhütten und sonstige gewerbliche Beherbergungsbetriebe

Tabelle 4: Vorläufige Übernachtungsergebnisse der Beherbergungsstatistik im März 2014

Gliederungsmerkmale	Ausländische Gäste		Inländische Gäste		Insgesamt	
	Absolut	Veränderung	Absolut	Veränderung	Absolut	Veränderung
	in 1.000	in %	in 1.000	in %	in 1.000	in %
In allen Unterkunftsarten						
In Österreich insgesamt	10.525,5	-5,9	-659,0	2.594,3	-11,7	-343,8
Ausgewählte Herkunftsländer						
Deutschland	5.515,4	-14,9	-955,7			
Niederlande	1.243,3	33,6	312,7			
Belgien	576,8	143,1	339,5			
Tschechische Republik	379,8	-5,0	-20,0			
Vereinigtes Königreich	368,1	-20,9	-97,3			
In gewerblichen Beherbergungsbetrieben¹⁾						
In Österreich insgesamt	8.140,4	-6,5	-565,9	2.426,0	-10,0	-269,8

Q: STATISTIK AUSTRIA, Beherbergungsstatistik. Erstellt am 29.4.2014. 1) Hotels und ähnliche Betriebe, gewerbliche Ferienwohnungen, Campingplätze, Jugendherbergen und -erholungsheime, Kurheime, Schutzhütten und sonstige gewerbliche Beherbergungsbetriebe



Tabelle 5: Vorläufige Ankunftsergebnisse der Beherbergungstatistik im Jänner bis März 2014

Gliederungsmerkmale	Ausländische Gäste			Inländische Gäste			Insgesamt		
	Absolut	Veränderung		Absolut	Veränderung		Absolut	Veränderung	
	in 1.000	in %	in 1.000	in 1.000	in %	in 1.000	in 1.000	in %	in 1.000
In allen Unterkunftsarten									
In Österreich insgesamt	7.165,6	-4,9	-369,2	2.715,4	0,1	2,7	9.881,0	-3,6	-366,5
Ausgewählte Herkunftsländer									
Deutschland	3.428,9	-9,7	-368,3						
Niederlande	729,5	-2,6	-19,5						
Schweiz und Liechtenstein	321,4	-1,4	-4,6						
Vereinigtes Königreich	261,8	-7,8	-22,1						
Tschechische Republik	252,4	2,3	5,7						
In gewerblichen Beherbergungsbetrieben¹⁾									
In Österreich insgesamt	5.863,1	-4,1	-250,7	2.515,3	0,7	17,5	8.378,4	-2,7	-233,2

© STATISTIK AUSTRIA, Beherbergungstatistik, erstellt am 29.4.2014. 1) Hotels und ähnliche Betriebe, gewerbl. Ferienwohnungen, Campingplätze, Jugendherbergen und -erholungsheime, Kurheime, Schutzstätten und sonstige gewerbl. Beherbergungsbetriebe

Bisheriges Kalenderjahr 2014: Weniger ausländische Gästeankünfte und -nchtigungen

Im bisherigen Kalenderjahr 2014 (Jänner bis März) wurden sowohl bei den Ankünften als auch bei den Nchtigungen

Tabelle 6: Vorläufige Übernachtungsergebnisse der Beherbergungstatistik im Jänner bis März 2014

Gliederungsmerkmale	Ausländische Gäste			Inländische Gäste			Insgesamt		
	Absolut	Veränderung		Absolut	Veränderung		Absolut	Veränderung	
	in 1.000	in %	in 1.000	in 1.000	in %	in 1.000	in 1.000	in %	in 1.000
In allen Unterkunftsarten									
In Österreich insgesamt	33.845,7	-7,3	-2.626,0	8.724,9	-3,9	-354,1	42.570,6	-4,5	-2.980,0
Ausgewählte Herkunftsländer									
Deutschland	15.596,3	-11,9	-2.241,7						
Niederlande	4.291,5	-3,8	-155,7						
Vereinigtes Königreich	1.421,2	-7,0	-107,0						
Schweiz und Liechtenstein	1.405,5	-3,0	-28,8						
Tschechische Republik	1.028,7	0,1	1,0						
In gewerblichen Beherbergungsbetrieben¹⁾									
In Österreich insgesamt	25.846,8	-6,8	-1.855,8	7.905,8	-3,1	-249,7	33.852,6	-4,9	-2.135,9

© STATISTIK AUSTRIA, Beherbergungstatistik, erstellt am 29.4.2014. 1) Hotels und ähnliche Betriebe, gewerbl. Ferienwohnungen, Campingplätze, Jugendherbergen und -erholungsheime, Kurheime, Schutzstätten und sonstige gewerbl. Beherbergungsbetriebe

Abnahmen von -3,6% (9,88 Mio.) bzw. -6,5% (42,57 Mio.) registriert. Hohe Nchtigungs-rückgänge zeigten sich bei aus-

ländischen Gästen insgesamt (-7,2%), vor allem deutsche Gäste blieben aus (-11,9%; 16,60 Mio.; siehe Tabellen 5 und 6).

Kärnten Werbung: Tourismus wehrt sich gegen Kürzungen

ÖHV (Wien): Bereits 2010 wurde das Budget der Kärnten Werbung von 12,7 Mio. Euro auf 10 Mio. Euro gekürzt. Jetzt sollen mit den Geldern der Betriebe Budgetlöcher gestopft werden. Die Tourismusverbände, die sich dagegen wehren würden, werden aus den Gremien der Kärnten Werbung ferngehalten.

Das Budget der Kärnten Werbung wird zu 100 % von den Betrieben finanziert. Im Gegensatz zu Tirol oder Salzburg trägt das Land keinen Euro dazu bei, und will sich jetzt aus den Geldern der Betriebe bedienen, wehrt sich die Vorsitzende der ÖHV Kärnten, Heidi Schaller, gegen die Kürzung des Budgets der Kärnten Werbung. Das könne nur der Fall sein, wenn die Beiträge der Betriebe gesenkt werden.

Budget der Kärnten Werbung: Nein zu Halbierung gegenüber 2009!

Diese „Strategie“ der Landesholding läuft darauf hinaus, Marktanteile und Wertschöpfung zu verschenken. Das ist weder im Sinne der Hotellerie noch des Landes. Um dem entgegenzuwirken, fordert Schaller mehr Mitsprache für die Tourismusverbände – wie von der Politik versprochen und in anderen Ländern längst gelebt: „Uns wurde viel von einer neuen Kultur der Entpolitisierung versprochen. Wo bleibt die Umsetzung?“ Die Tourismusverbände warten seit Jänner auf eine Antwort, wann sie Anteile der Landesholding übernehmen können. Die Zeit drängt, denn die Verbände sind als Garant

für eine wirtschaftliche und zukunftsorientierte Tourismuspolitik unverzichtbar: „Der Beweis ist erbracht, man sieht, was sonst passiert.“ Die Zweckentfremdung der Beiträge würde darauf hinauslaufen, dass das Budget der Kärnten Werbung gegenüber 2009 halbiert wird.

Tourismus schafft auch in der Krise Arbeitsplätze

Dabei trägt der Tourismus mehr als 17 % zur Kärntner Wertschöpfung bei – im Vergleich zu anderen Branchen auch in der Krise sehr stabil: 650 Arbeitsplätze haben Kärntens Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe seit 2008 geschaffen. Das ist ein Plus von 5 %. Dem steht der Verlust von 2004 Arbeitsplätzen in der Gesamtwirtschaft gegenüber: „Weit mehr Arbeitsplätze wären verloren gegangen, hätten die Tourismusbetriebe den Karren nicht aus dem Dreck gezogen. Der letzten Kärntner Konjunkturlokomotive den Boden unter den Füßen

wegzuziehen wäre sehr kurz-sichtig“, warnt Schaller vor übereilten Handlungen.

Zukunft des Tourismus ist Zukunft von Arbeitsplätzen

Im Gegenteil sollte die Landesholding verstärkt in Tourismusinfrastruktur und -forschung investieren: „Wenn wir mehr Wertschöpfung im Land wollen, müssen wir den Fokus auf die Branchen legen, die hier Abgaben und Lohnnebenkosten zahlen und Arbeitsplätze schaffen. Und das ist nun einmal der Tourismus“, so Schaller. Denn auch andere Branchen profitieren von den Gästebesuchen: Die Tourismusbetriebe vergeben 80 % ihrer Investitionsaufträge an Betriebe im Umkreis von 90 km. „Sparen ist gut, aber wenn, dann am richtigen Platz“, fordert Schaller Perspektiven für Kärntens Tourismus ein. Unterstützung fordert sie von der Gewerkschaft: „Hier geht es um Arbeitsplätze in Kärnten.“

Bunte Ortsmotive für Glas- und Porzellanprodukte

Teil 2: Oberösterreich, Salzburg, Tirol (Rest folgt)



B4000F
4000 Oberösterreich



B4040F
4040 Linz



B4060F
4060 Leonding



B4082F
4082 Aschach an der Donau



B4121F
4121 Altenfelden



B4161F
4161 Ulrichsberg



B4173F
4173 Sankt Veit im Mühlkreis



B4182F
4182 Waxenberg



B4240F
4240 Freistadt



B4272F
4272 Weitersfelden



B4284F
4284 Tragwein



B4292F
4292 Kefermarkt



B4360F
4360 Grein



B4364F, 4364 Sankt Thomas
am Blasenstein



B4372F
4372 Sankt Georgen am Walde



B4400F-2
4400 Christkindl



B4400F-3
4400 Steyr



B4400F
4400 Steyr



B4400SW
4400 Christkindl



B4461F
4461 Laussa



B4470F
4470 Enns



B4540F
4540 Bad Hall



B4550F
4550 Kremsmünster



B4573F
4573 Hinterstoder



B4580F
4580 Windischgarsten



B4580SW
4580 Windischgarsten



B4645F
4645 Grünau im Almtal



B4702F
4702 Wallern an der Trattnach



B4780F
4780 Schärding



B4800F
4800 Attnang-Puchheim



B4802F
4802 Ebensee



B4810F
4810 Gmunden



B4813F
4813 Altmünster



B4820F-2
4820 Bad Ischl



B4820F
4820 Bad Ischl



B4824F
4824 Gosau



B4843F
4843 Ampfwang im Hausruckwald



B4861F
4861 Schörfling am Attersee



B4863F
4863 Seewalchen am Attersee



B4880F, 4880 Sankt Georgen im Attergau



B4882F
4882 Oberwang



B4890F
4890 Frankenmarkt



B4910F
4910 Ried im Innkreis



B5000F
5000 Salzburg



B5020F-2
5020 Salzburg



B5020F
5020 Salzburg



B5090F
5090 Lofer



B5241F
5241 Maria Schmoln



B5280F
5280 Braunau am Inn



B5310F
5310 Mondsee



B5322F
5322 Hof bei Salzburg



B5330F
5330 Fuschl am See



B5340F
5340 Sankt Gilgen



B5340SW
5340 Sankt Gilgen



B5350F
5350 Strobl



B5360F-2, 5360 St. Wolfgang im Salzkammergut



B5360F, 5360 St. Wolfgang im Salzkammergut



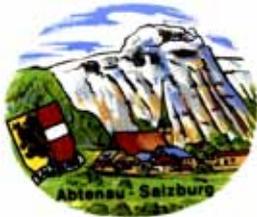
B5422F
5422 Hallein



B5440F-2
5440 Golling an der Salzach



B5440F
5440 Golling an der Salzach



B5441F
5441 Abtenau



B5442F
5442 Rußbach am Paß Gschütt



B5500F
5500 Bischofshofen



B5542F-2
5542 Flachau



B5542F
5542 Flachau



B5570F
5570 Mauterndorf



B5580F
5580 Tamsweg



B5600F
5600 Sankt Johann im Pongau



B5602F
5602 Wagrain



B5611F
5611 Großarl



B5612F
5612 Hüttschlag



B5622F
5622 Goldegg



B5622SW
5622 Goldegg



B5630F
5630 Bad Hofgastein



B5652F
5652 Dienten am Hochkönig



B5661F
5661 Rauris



B5671F, 5671 Bruck an der
Großglocknerstraße



B5672F, 5672 Fusch an der
Großglocknerstraße



B5700F
5700 Zell am See



B5710F
5710 Kaprun



B5730F
5730 Mittersill



B5741F, 5741 Neukirchen am
Großvenediger



B5753F-2
5753 Saalbach-Hinterglemm



B5753F
5753 Saalbach-Hinterglemm



B5761F, 5761 Maria Alm am
Steinernen Meer



B6000F
6000 Tirol



B6020F-2
6020 Innsbruck



B6020F-3
6020 Innsbruck



B6020F
6020 Innsbruck



B6080F
6080 Igls



B6094F
6094 Axams



B6100F
6100 Seefeld in Tirol



B6130F
6130 Schwaz



B6150F
6150 Steinach am Brenner



B6152F
6152 Trins

**Zu beziehen bei Horowitz & Weege GmbH.
Email: office@horowitz-weege.at, Tel.: +43 1 478 18 88, Fax: DW 52**

FPÖ-Haider: SPÖVP-Koalition gegen Abgabebefreiung von Trinkgeldern – Arbeitnehmerfrotzelei feiert fröhliche Urständ

Trotz Spindelegger-Ankündigung beharrt Koalition auf Sozialversicherungspflicht bei Trinkgeldern

Die Probe aufs Exempel machte der freiheitliche Tourismussprecher und Obmann des parl. Tourismusausschusses, NAbg. Mag. Roman Haider und forderte per Antrag, die Einberechnung von Trinkgeldern in die Sozialversicherungsbemessungsgrundlage zu streichen. Bestärkt fühlte er sich durch Finanzminister Spindelegger, der sich in seiner Budgetrede Ende April noch für eine solche Abgabebefreiung von Trinkgeldern ausgesprochen hatte. „Leider war weder ein gemeinsamer Antrag im Tourismusausschuss zu diesem Thema möglich, noch hat man sich im Sozialausschuss einigen können. Lieber konterkariert man den eigenen Finanzminister und Vizekanzler“, kann sich Haider über das Verhalten von SPÖ und ÖVP nur wundern. Haider's Antrag wurde im Sozialausschuss abgelehnt und wird wohl auch kommende Woche im Nationalratsplenum dasselbe Schicksal erleiden.

Während ortsübliche Trinkgelder bereits seit 2005 von der Einkommensteuer befreit sind, werden Trinkgelder nach wie vor je nach Branche in Form von Pauschalen von bis zu 80 Euro monatlich in die Bemessungsgrundlage für die Berechnung der Sozialversicherungsbeiträge mit

einbezogen. „Das bedeutet, die betroffenen Arbeitnehmer werden dazu genötigt, Sozialversicherungsbeiträge zu entrichten, unabhängig davon, ob sie tatsächlich Trinkgelder in dieser Höhe erhalten haben, oder nicht. Diese Regelung trifft besonders Niedriglohnbranchen, für die Trinkgelder eine bedeutende Einnahmequelle darstellen“, so Haider. „Die Ankündigung des Finanzministers, sich für eine Abgabebefreiung bei Trinkgeldern einzusetzen, kann leider nur als Farce verstanden werden, wenn sie nicht einmal von seinen eigenen Parteikollegen mitgetragen wird“, so der Tourismusausschussvorsitzende.

„Der kurze Lichtblick hinsichtlich einer Entlastung einkommensschwacher Berufe ist schon wieder verfliegen, noch ehe er sich richtig manifestieren konnte. Kein Wunder, wenn sich viele Österreicher bei derartigen Praktiken gefrotzelt fühlen“, so Haider. „Der Finanzminister möge zukünftig zuerst die Zustimmung seiner Partei ergattern, bevor er das nächste Mal mit großen Forderungen hausieren geht und die Bevölkerung mit leeren Worten nur weiter frustriert“, so der Tourismusobmann abschließend.

Tourismus im Waldviertel

Dass der Tourismus im Waldviertel konsequent auf die Qualitätsschiene setzt, macht sich offenbar bezahlt: So ist nach einer Studie der Österreichischen Hotelierversammlung (ÖHV), die dem NÖ Wirtschaftsprescribedienst vorliegt, die Zahl der Nächtigungen in den Vier- und Fünf-Sterne-Hotels des Waldviertels von 2011 auf 2012 um 7,1 Prozent von 467.000 auf 500.000, die Zahl der Ankünfte sogar um 16,7 Prozent von 96.000 auf mehr als 112.000 gestiegen. Im Waldviertel gibt es 25 Beherbergungsbetriebe der Vier- und Fünf-Sterne-Kategorie.

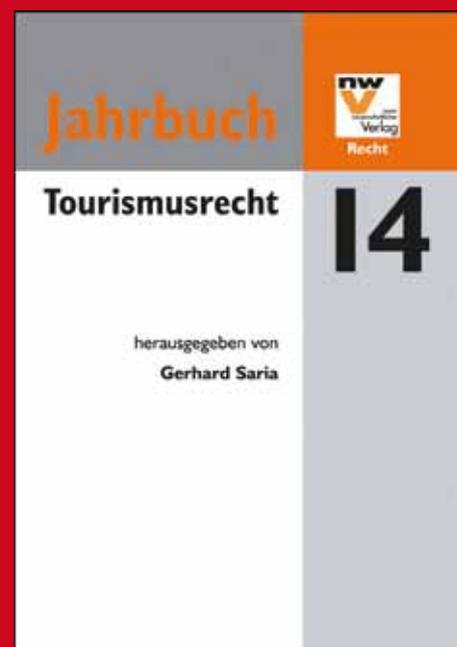
Auch die Gesamtumsatzerlöse aus dem Beherbergungs- und Gaststättenwesen klettern weiter leicht nach oben. Nach Berechnung der ÖHV sind sie in der Tourismusdestination Waldviertel von 2011 auf 2012 um 1,6 Prozent von 169,5 auf 172,2 Millionen Euro gewachsen. Dabei stiegen die Erlöse aus der Beherbergung von 45,8 auf 46,5 Millionen Euro, die Erlöse aus der Verabreichung von Speisen und Getränken von 103,4 auf 105 Millionen Euro.

Im Waldviertel gab es 2012 insgesamt 618 Beherbergungs- und Gaststättenbetriebe mit 3.800 Beschäftigten - um 2,6 Prozent mehr als im Jahr davor. (mm)

Gerhard Saria (Hg.): „Tourismusrecht – Jahrbuch 2014“

Das Jahrbuch Tourismusrecht 2014 wurde von ausgewiesenen in- und ausländischen Kennern des Reiserechts aus Wissenschaft und Praxis gestaltet. Es gibt einen umfassenden Überblick über die wichtigsten Entwicklungen im österreichischen und internationalen Tourismusrecht und bildet so einen unentbehrlichen Behelf für alle mit Fragen des Tourismusrechts befassten Juristen und juristischen Laien.

Ass.-Prof. Dr. Gerhard SARIA ist Assistenzprofessor am Institut für Unternehmens- und Wirtschaftsrecht der Rechtswissenschaftlichen Fakultät der Universität Wien. ISBN 978-3-7083-0960-6 226 Seiten, broschiert, € 42,80.



Sommerurlaub 2004–2013: Um ein Drittel mehr Reisen; Top-Reisedestinationen sind Österreich, Italien und Kroatien; Kurzreisen im Trend

Die Anzahl der Sommerurlaubsreisen der Österreicherinnen und Österreicher stieg laut Statistik Austria in den letzten zehn Jahren um fast ein Drittel. So unternahm die österreichische Bevölkerung ab 15 Jahren im Sommer 2013 (Juli bis September) 6,75 Mio. Urlaubsreisen und damit um 30,9% mehr als im Sommer 2004 (5,16 Mio.). 56,7% machten im Sommer 2013 mindestens eine Urlaubsreise, im Sommer 2004 lag die Reisetilnahme noch bei 50,0%. Auch Sommerreisen folgen dem allgemeinen Trend, häufiger aber dafür kürzer zu verreisen: In den vergangenen zehn Jahren stieg die Anzahl der Kurzurlaubsreisen mit 1 bis 3 Nächtigungen jährlich durchschnittlich um 7,4% (2013: 2,74 Mio.), während die Haupturlaubsreisen mit 4 oder mehr Nächtigungen im selben Zeitraum um nur 1,5% zunahmen (2013: 4,01 Mio.; siehe Tabelle).

Reiseziel Österreich gewinnt weiter an Bedeutung, Italien beliebteste Auslandsdestination

Wenngleich im Sommer mehr Urlaubsreisen ins Ausland als ins Inland durchgeführt werden, liegt das eigene Land als beliebtestes Sommer-Reiseziel im Trend (+48,8% bei Inlandsurlaubsreisen seit 2004). Im Sommer 2013 wurden 48,5% der Urlaubsreisen in Österreich (3,27 Mio.) verbracht, was einer Zunahme von 5,8 Prozentpunkten gegenüber 2004

entspricht. Dabei legten Kurzurlaubsreisen zu inländischen Destinationen in den letzten zehn Jahren wesentlich stärker zu (+83,9%) als Haupturlaubsreisen (+15,9%).

Urlaubsreisen ins Ausland stiegen zwischen Som-

Kroatien (+2,8 Prozentpunkte) und Spanien (+0,1 Prozentpunkte) an Bedeutung. Für Griechenland wurden Anteilsrückgänge festgestellt (-1,4 Prozentpunkte), ebenso für die Türkei (-0,7 Prozentpunkte).

An zweiter Stelle standen im Sommer 2013 Erholungsurlaube (18,0%), gefolgt von Reisen zu Verwandten und Bekannten (15,0%) und Aktivurlauben (14,9%); darüber hinaus spielen Kultur- und Besichtigungsaufenthalte bzw. Städtereisen im Sommer eine bedeutende Rolle (11,8%).

Bei rund zwei Drittel der Sommerurlaubsreisen 2013 (65,7%) wurde mit dem Pkw gereist, wobei sich der Anteil seit 2004 (69,8%) zugunsten von Flugreisen (2004: 15,8%; 2013: 17,6%) und Zug- bzw. Busreisen (2004: 12,4%; 2013: 14,4%) verringerte. Betrachtet man nur die Auslandsreisen, so waren im Sommer 2013 knapp die Hälfte Pkw-Reisen (51,4%), während es im Jahr 2004 noch 59,9% waren. Bei 34,2% der Auslandsurlaubsreisen im Sommer 2013 wurde mit dem Flugzeug gereist, im Sommer 2004 lag der Anteil bei 27,5%.

Die Organisation der Urlaubsreisen wurde im Sommer 2013 zum überwiegenden Teil privat und damit ohne die Unterstützung eines Reisebüros durchgeführt (71,3% der Urlaubsreisen insgesamt; 59,7% der Auslandsreisen). Seit Sommer 2004 ist der Anteil der selbst organisierten Sommerurlaube jedoch gesunken (2004: 80,0% der Urlaubsreisen insgesamt; 67,6% der Auslandsreisen). Dementsprechend nahmen die via Reisebüro bzw. Reiseveranstalter teilweise bzw. vollständig organisierten Urlaubsreisen zu, insgesamt von 19,8% auf 28,7%, bei Auslandsreisen von 32,0% auf 40,3%.

Tabelle: Urlaubsreisen¹⁾ in den Sommermonaten (Juli, August und September) 2004 bis 2013

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Anteil der Personen mit mindestens einer Urlaubsreise an der Gesamtbevölkerung ab 15 Jahren (in %)										
Inlandsreisen	35,0	35,3	37,1	37,9	39,4	39,2	39,1	39,7	40,3	42,2
Auslandsreisen	34,3	33,7	37,3	37,0	39,4	39,0	39,0	39,3	39,7	39,8
Insgesamt	35,0	35,3	37,4	37,5	39,4	39,3	39,2	39,5	40,0	41,0
Gezählt die Reisen (Absatz in 1.000)										
Kurzurlaubsreisen (1-3 Nächtigungen)	1.811,2	1.987,3	2.023,9	2.219,9	2.227,9	2.227,0	2.104,2	2.341,9	2.391,9	2.743,0
Haupturlaubsreisen (ab 4 Nächtigungen)	2.884,4	2.826,2	3.308,1	3.399,0	3.322,1	4.128,9	4.284,7	4.162,7	4.179,9	4.227,8
Insgesamt	4.707,8	4.813,5	5.332,0	5.618,9	5.549,9	6.353,1	6.488,9	6.504,6	6.571,8	6.970,8
Gezählt die Reisen (Anteil in %)										
Kurzurlaubsreisen (1-3 Nächtigungen)	37,2	36,4	36,8	36,3	36,4	37,9	34,2	36,1	36,3	40,6
Haupturlaubsreisen (ab 4 Nächtigungen)	60,0	60,0	60,0	60,7	60,6	62,1	65,8	63,9	63,7	59,4
In- und Auslandsreisen (Absatz in 1.000)										
Inland	2.198,0	2.392,3	2.397,7	2.700,0	2.942,4	2.220,0	2.623,3	2.990,9	2.879,0	3.273,0
Ausland	2.509,8	2.421,2	2.934,3	2.918,9	2.607,5	4.133,1	3.865,6	3.513,7	3.692,9	3.700,0
Insgesamt	4.707,8	4.813,5	5.332,0	5.618,9	5.549,9	6.353,1	6.488,9	6.504,6	6.571,8	6.970,8
In- und Auslandsreisen (Anteil in %)										
Inland	42,7	45,1	43,2	46,0	49,1	37,9	42,2	44,8	43,8	46,8
Ausland	57,3	54,9	56,8	54,0	50,9	62,1	57,8	55,2	56,2	53,2
Top-Auslandsreiseziele (Anteil in %)										
Italien	27,7	24,8	22,7	21,2	23,8	23,0	22,9	23,8	24,7	22,2
Kroatien	13,7	14,8	15,9	16,9	15,8	16,0	14,3	17,8	16,9	16,0
Deutschland	10,0	9,8	10,0	11,3	11,1	11,0	10,4	12,0	12,4	14,8
Griechenland	8,3	7,1	8,9	8,2	7,2	7,3	6,0	5,2	4,5	4,8
Spanien	4,7	4,0	5,0	4,9	5,0	4,3	5,3	6,7	6,1	4,9
Türkei	4,8	5,2	4,8	6,0	5,5	4,9	4,3	4,8	4,0	4,2
Fernreisen ²⁾	7,1	6,3	6,1	6,2	7,9	6,2	7,9	3,2	4,8	6,0
Sonstige Reiseziele	23,4	25,7	27,4	26,3	27,7	27,8	28,0	23,9	26,9	24,8

1) 0 bis 14 Jahre, AUSTRIA - 2) Urlaubsreisen mit mindestens einer Nächtigung - 3) Urlaubsreisen außerhalb Europas und der Türkei - 4) Nichtorganisierte Reisen wurden nicht aufgenommen.

mer 2004 und 2013 um 17,6% auf 3,48 Mio., wobei auch 2013 Italien, Kroatien und Deutschland die beliebtesten Sommerreiseziele der Österreicherinnen und Österreicher blieben (Anteil an den Auslandsreisen 2013: Italien 22,2%; Kroatien 16,5%; Deutschland 14,6%). Darüber hinaus waren 2013 Reiseziele in Griechenland (6,9%), Spanien (4,8%) und der Türkei (4,2%) beliebt, wobei sich die Anteile dieser Destinationen zwischen Sommer 2004 und 2013 unterschiedlich entwickelten. Während das beliebteste ausländische Reiseziel Italien in den vergangenen zehn Jahren Anteile verlor (-5,5 Prozentpunkte), gewannen Deutschland (+4,3 Prozentpunkte),

In die Ferne (Urlaubsreisen außerhalb Europas und der Türkei) wurde im Sommer 2013 weniger als noch im Sommer 2004 verreist; der Anteil der Fernreisen lag 2013 bei rund 6,0%, im Sommer 2004 waren es noch 7,1%.

Haupt-Reisemotiv „Strand- und Badeaufenthalte“ verliert an Bedeutung

Das wichtigste Reisemotiv der österreichischen Bevölkerung im Sommer 2013 waren nach wie vor Strand- und Badeaufenthalte (22,3% der Urlaubsreisen insgesamt), sie verloren jedoch im Vergleich zum Sommer 2004 an Bedeutung (-9,6 Prozentpunkte).

Neueröffnung der Tourismusinformation Mittelkärnten & E-Mobility-Verleih neu am Hauptplatz

Zentral und direkt am Gast präsentiert sich die neue Tourismusinformation der Region Mittelkärnten ab sofort am St. Veiter Hauptplatz – Nr. 23.

An den Öffnungszeiten, Montag bis Freitag 9.00 bis 17.00 Uhr, Juli und August zusätzlich Samstag 10.00 bis 14.00 Uhr, steht das Team dem Gast und jeden an der Region Interessierten tatkräftig zur Seite!

Tourismus-Obmann Gerhard Mock berichtet bei der Pressekonferenz am 09.04. über den Weg, den die Tourismusregion Mittelkärnten in den letzten Jahren beschreiten musste. „Es wurde intensiv an und in der Region gearbeitet. Mit der Erlebnisregion Hochosterwitz haben wir uns fusioniert und das neue Team arbeitet engagiert daran, die gesamte Region entsprechend zu pushen. Mit dem Ziel, dass sich die Gäste wohlfühlen.“ Mock ergänzt: „Die Region Mittelkärnten hat so viel schönes zu bieten, angefangen von den Museen bis hin zu den Pilgerwegen – hier gibt es nichts zu verstecken. Alles was sie noch braucht, sind mehr Gäste.“ Der Obmann ist aber zuversichtlich, dass dies durch die ambitionierte und qualitätsvolle Arbeit des Tourismus-Teams sowie einem abwechslungsreichen und stimmigen Programm-Angebot erreicht werden kann.

Der Geschäftsführer der Tourismusregion Mittelkärnten, Dr. Andreas Duller, freut sich über die Entwicklung der Region. „Mit dem Produkt E-Biken hatten wir letztes Jahr einen guten Start. Heuer haben wir uns für qualitativ sehr hochwertige Bikes – E-Moun-



tainbikes – entschieden und können damit garantieren, dass auch höhere Steigungen problemlos schaffbar sind.“ Neben dem E-Biken wird ab heuer auch stark die Thematik Pilgern und Wandern bearbeitet und angeboten: „Wir bieten ein-, zwei- und sogar eine vier-Tages-Tour an. Von der Unterkunft über Transport bis hin zu kleinen Give-Aways (Pilger-Schokolade von Craigher) wird alles aus einer Hand organisiert.“ Dr. Duller legt großen Wert auf die Qualität der touristischen Angebote, weshalb die Produkte auch Step-by-Step bearbeitet, aufbereitet und danach angeboten werden. „Der nächste Schritt soll in Richtung Golf gehen“, so Dr. Duller.

Im Zuge der Pressekonferenz wurde das Tourismus-Team auch mit dem offiziellen Pilger-Zertifikat ausgezeichnet. Roland Stadler, Pilgerbeauftragter für Österreich, überreichte Dr. Duller, Frau Kuntsche, Herrn Holzer und Frau Puhr das „Zertifikat Pilgerbegleitung“, nach erfolgreichem Absolvieren des Lehrganges.

Abwechslungsreiches Wochenprogramm & buchbare Packages

„Jeder Tag ein Sommertraum!“ Unter diesem Motto wird von April bis September ein abwechslungs- und ereignisreiches touristisches Wo-

chenprogramm angeboten. Von Wandern über E-Biken bis hin zu Pilgern ist so einiges möglich. Jedes „Abenteuer“ wird von einem ausgebildeten Guide begleitet, wodurch der Gast zusätzliche Infos zur Umgebung und den Sehenswürdigkeiten der Region erhält. Natürlich sind alle Touren auch individuell möglich! Anmeldung ist notwendig!

„Jeder Tag ein Sommertraum!“

- Montags: Wandern auf der Saualpe
- Dienstags: Wandern am Abenteuer Wasserweg
- Mittwochs: E-Bike Tour „Kultur trifft Kulinarik“
- Donnerstags: E-Bike Tour „Burg – See – Wein“
- Freitags: „Erwachen im Moor“
- Sonntags: Schnupperpilgern „Eine Reise zu sich selbst am Hemmapilgerweg“

Täglich mögliche Touren

- Mit dem E-Bike aufs Wörthersee – Schiff
- Mit dem E-Bike zur Burg Hochosterwitz
- Die Herzogstadt mit dem E-Bike erkunden

Auch All-Inklusiv-Packages, mit oder ohne E-Bike, Übernachtung und Programm, stehen zur Wahl, wir „schneiden“ für Sie Ihr individuelles Packages! Je nach Belieben und Zeit!

Infos zum Wochenprogramm und den Packages unter www.kaernten-mitte.at

E-Mobility Mittelkärnten NEU

Ab sofort stehen die E-Fahrzeuge am neuen Standort zur Verfügung, um die Region Mittelkärnten – und darüber hinaus – auf „eigenen Tritt“ zu erkunden. Alle zur Verfügung stehenden E-Mobile werden zentral und fachkundig vom Team des Tourismus Mittelkärnten gemanagt.

Unser Fuhrpark:

5 E-Citybikes, 10 neue E-Mountainbikes und 4 Renault Twizy (Tandem-Flitzer der Stadt St. Veit). Für größere Gruppen kann die Stückzahl der E-Bikes kurzfristig je nach Bedarf aufgestockt werden.

Unsere Preise (pro Tag):

E-Citybike € 20,-
E-Mountainbike € 25,-
Renault Twizy € 35,-

Die Verleihzeiten der E-Mobile richten sich nach den Öffnungszeiten des Tourismusregionsbüros.

Weekend-Special Juli/August:

Schnappen Sie sich Ihr E-Bike übers Wochenende! Einfach samstags während der Öffnungszeiten im Tourismusbüro vorbei schauen, E-Bike mitnehmen, Montag bis 09:00 Uhr retournieren und dafür nur € 29,- zahlen!



Technische Daten

eMotor:	Bosch Mittelmotor
Rahmengröße:	43, 48 bzw. 53 cm
Motorleistung:	400 Watt
Akku:	Lithium-Ionen
Ladezeit:	ca. 3,5 Stunden
Reichweite:	bis zu 100 km*
Höchstgeschwindigkeit:	25 km/h
Gangschaltung:	10 Gang-Schaltung
Bremsen:	Vorne + hinten Scheibenbremsen
Gewicht:	22 kg

Haider zu durchwachsenem Winterergebnis: Belastungen für Tourismusbetriebe reduzieren, Investitionen forcieren, Österreich Werbung besser ausstatten

Winter-Gästeszahlen belegen Wichtigkeit von Investitionen in Alternativangebote

„Der Rückgang der Nächtigungen im vergangenen Winter um 1,7 % muss uns zeigen, wie wichtig es ist, gerade jetzt die Unternehmer zum Investieren zu ermutigen, um so für Alternativangebote zu sorgen“, so der Freiheitliche Tourismussprecher und Vorsitzende des Tourismusausschusses im Parlament, NAbg. Mag. Roman Haider angesichts des Rückgangs der Nächtigungen auf 64,46 Millionen im vergangenen Winter.



Roman Haider

Foto: FPÖ

Ein Teil des Rückgangs ist sicherlich dem heuer sehr warmen Wetter geschuldet“, so Haider. Für die Schneelage im Winter und das Wetter könne man nichts. Man müsse sich aber unbedingt Alternativen für die Gäste überlegen. „Auch die Aufenthaltsdauer sinkt immer weiter; die Gäste geben weniger

aus und die Nachfrage nach höherpreisigen Angeboten geht auch zurück“, umreißt Haider die Problematik. Hier müsse dringend gegengesteuert werden. „Vielleicht sollte man sich daran erinnern, dass Menschen, die von weiter her kommen, auch länger bleiben. Es muss die Nachfrage auf zahlungskräf-

tigen Märkten angekurbelt und neue Märkte verstärkt bearbeitet werden. Daher ist es unerlässlich, die Österreich Werbung (ÖW) - wie von uns Freiheitlichen schon immer gefordert - mit genügend Geld auszustatten. Jeder Euro der hier investiert wird, kommt verdoppelt zurück“, erinnert Haider daran, dass die Mittel für die ÖW seit 12 Jahren gleichgeblieben sind und nicht einmal inflationsbereinigt wurden und fordert den Wirtschaftsminister auf, in diese Richtung tätig zu werden.

„Außerdem müssen alle Unternehmer ermutigt werden, trotz wirtschaftlich angespannter Zeiten zu investieren, um auch weiterhin attraktiv zu bleiben. Die Österreichische Hotel und Tourismusbank ist hier ein guter Partner, der nicht nur

mit zinsgünstigen Krediten und Garantien, sondern auch mit Rat zur Seite steht“, so Haider. Gerade jetzt bräuchten die Unternehmer die notwendigen Rahmenbedingungen, um wirtschaftlich weiter erfolgreich sein zu können. Lohnkosten müssten jetzt gesenkt werden und Belastungen gehörten jetzt reduziert, zeigt sich NAbg. Haider besorgt.

„Wenn wir den Tourismus nicht rasch entlasten, können die Unternehmen die geänderten Rahmenbedingungen nicht mehr abfedern. Hier ist die Politik gefragt, die den Bürokratiedschungel und die Schikanen abbauen und auch Abgaben reduzieren soll. Es ist an der Zeit, sämtliche Vorschriften zu durchforsten, um den Unternehmen das (Über-)Leben zu erleichtern.“, so Haider abschließend.

Haider: Warnungen werden wahr – Touristen aus Russland bleiben aus!

Österreich muss sich seiner neutralen Rolle besinnen und mit Russland vermitteln

„Bedauerlicherweise ist eingetroffen, wovon ich schon im März dieses Jahres gewarnt habe. Die Sanktionen gegen Russland schaden unserem Tourismus. Unsere Geschäftsleute beklagen Umsatzrückgänge, weil die österreichische Politik nicht vermittelt, sondern Öl ins Feuer gegen Russland gegossen hat“, be-

dauert der freiheitliche Tourismussprecher und Vorsitzende des parlamentarischen Tourismusausschusses NAbg. Roman Haider.

Im letzten Jahr sind eine halbe Million Gäste aus Russland in unser Land gekommen. Jetzt beklagen diverse Hoteliers schon einen

Rückgang von Nächtigungen bis über 20 Prozent von Gästen, die aus Russland stammen. Besonders betroffen ist die Wiener Innenstadt, wo Kaufleute Umsatzrückgänge bis zu 25 Prozent hinnehmen müssen. Hier kann die Regierung nicht einfach tatenlos wegsehen. Österreich muss sich seiner neutralen

Rolle besinnen und mit Russland vermitteln. Gerade jetzt müssen potentielle russische Gäste beruhigt werden. Ihnen muss die Gewissheit gegeben werden, dass sie bei uns sehr willkommen sind. Sanktionen und Säbelrasseln gegen Russland erweisen sich jedenfalls als Bumerang“, warnt Haider.

Porzellanprodukte mit Alt-Wien-Motiven



22203E Teller Porz. 24cm Schönbrunn
22202E Teller Porz. 19cm Schönbrunn
22201E Teller Porz. 15cm Schönbrunn



22203G Teller Porz. 24cm Panorama
22202G Teller Porz. 19cm Panorama
22201G Teller Porz. 15cm Panorama



22203H Teller Porz. 24cm Schönbrunn
22202H Teller Porz. 19cm Schönbrunn
22201H Teller Porz. 15cm Schönbrunn far.



22202A Teller Porz. 19cm Prater
22201A Teller Porz. 15cm Prater



22202F Teller Porz. 19cm Panorama far.



22232A Teller Porz. 10cm Prater



22232B Teller Porz. 10cm Rathaus



22232C Teller Porz. 10cm Panorama



22207 Serviettenständer Porz. 8x15,5cm
Panorama



22227 Glocke Porz. 8,5x5cm Panorama



22206A Aschenbecher 3 Ablage
Porz. 10cm Prater



22206B Aschenbecher 3 Ablage
Porz. 10cm Rathaus



22206C Aschenbecher 3 Ablage
Porz. 10cm Panorama



22206F Aschenbecher 3 Ablage
Porz. 10cm Panorama far.



22240 Magnet Porz. 5x5cm Prater



22204 Mini Krug Porz. 5cm Panorama



22217 Flasche Porz. 12,5x7,5cm Panorama



22222A Häferl Italia Porz. 8,5cm Prater



22222B Häferl Italia Porz. 8,5cm Rathaus



22222C Häferl Italia Porz. 8,5cm Panorama



22214 Häferl rund Porz. 10cm Panorama



22221 Häferl beige Porz. 10cm Panorama



22205 Häferl rund Porz. 10cm Panorama



22205K Häferl kantig Porz. 10cm Panorama



22216 Häferl Voldeckor Porz. 9cm
Panorama



22220A Häferl relief 2 Ansicht Porz. 9cm
Panorama+Prater



22220B Häferl relief 2 Ansicht Porz. 9cm
Rathaus+Panorama



22226 Häferl Alfredo Porz. 9cm Panorama



22231A Häferl bauchig Porz. 9,5cm Prater



22231C Häferl bauchig Porz. 9,5cm
Panorama



22210 Krug Porz. 1/2l Panorama



22209 Krug Porz. 1/4l Panorama



22215 Krug Porz. 1/2l Panorama



22233 Beutel Porz. 8,5x8cm Panorama



22234 Beutel für Bleistift Porz. 11,5x10,5cm
Panorama



22239A Wanduhr Porz. 24cm Prater



22239E Wanduhr Porz. 24cm Schönbrunn



22239G Wanduhr Porz. 24cm Panorama

Zu beziehen bei Horowitz & Weege GmbH.

Email: office@horowitz-weege.at

Tel.: +43 1 478 18 88, Fax: DW 52

120 Städte im Touristencheck: Deutschland immer beliebter / 4,5 Mio. Übernachtungen mehr als 2012 / Auch Österreich & Schweiz legen zu

U.a. Berlin, München, Hamburg, Frankfurt am Main, Göttingen, Leipzig und Düsseldorf mit mehr Übernachtungen / Wien, Genf, Zürich, Salzburg & Lausanne mit Touristen-Plus

Berlin, München und Hamburg sind so beliebt wie nie bei Touristen und Reisenden. Allein 2013 konnten die 120 größten deutschen Städte über 132 Mio. Übernachtungen verbuchen. Das waren fast 6 Mio. Übernachtungen mehr als im Vergleichszeitraum 2012. Deutschlandweit verzeichnete man ein Plus von 4,5 Millionen auf über 411 Mio. Übernachtungen. Aber auch Österreich und die Schweiz legten in der Touristengunst zu. So konnte etwa Wien mit über 12,7 Mio. Übernachtungen eine Steigerung von 3,7% verzeichnen, Zürich immerhin noch 2,7% bei 2,8 Mio. Logiernächten. Dies ergab eine aktuelle Erhebung des Online-Reiseportals ab-in-den-urlaub.de (2,47 Mio. Nutzer im Monat).

Im Hinblick auf die Übernachtungen vor Ort konnte Berlin seine Spitzenposition weiter ausbauen. Die Hauptstadt verbuchte im Jahr 2013 insgesamt 26,9 Mio. Übernachtungen – das sind 2,0 Mio. (+8,2%) mehr als im Jahr zuvor. Damit setzt sich der positive Trend der vergangenen Jahre (2012: +11,3%, 2011: +7,5% bei Übernachtungen) weiter fort.

Auch in Deutschlands Touristenstadt Nummer zwei, München, kommen mehr Reisende denn je. Fast 12,9 Mio. Übernachtungen zählte man 2013 rund um die

Marienkirche – immerhin 528.000 (+4,3%) mehr als im Jahr 2012. Nicht nur europäische Gäste, Japaner oder Amerikaner findet man vor Ort. Immer beliebter wird die bayrische Landeshauptstadt auch bei wohlhabenden Arabern.



Berliner Märchenbrunnen

© ab-in-den-urlaub.de

Im Gegensatz zum fußballerischen Alltag herrscht in Hamburg im touristischen Bereich keine anhaltende Tristesse. Fast eine Mio. Übernachtungen mehr (+9,1%) konnte die Hansestadt 2013 verzeichnen und somit über 11,6 Mio. Gäste-Übernachtungen verbuchen. Besondere Anziehungskraft für in- und ausländische Besucher haben der Hafengeburtstag oder das „frech-fri-vole Leben“ auf St. Pauli.

Frankfurt am Main hält zwar unter Deutschlands Großstädten immer noch eher das Image eines reichen aber „architektonischen Schmuddelkindes“, dennoch gehört die Stadt mit fast 7,5 Mio. Übernachtungen in 2013 eindeutig zu Deutschlands Reise-Hot-Spots. Die Mainmetropole verzeichnete

einen Anstieg bei den Übernachtungen von 6%.

Einen Rückschritt in der Besuchergunst machte Köln 2013. Rund 5.500 Übernachtungen weniger zählte man rund um den Dom. Bei über 5 Mio. Logiernächten zwar nicht viel, doch etwa gegen-

über dem rheinischen Konkurrenten Düsseldorf (4,2 Mio. Übernachtungen) fast schon ein Niedergang. Denn ein paar Kilometer rheinabwärts, in der etwas ver-snobten Landeshauptstadt von NRW, verzeichnete man stattliche 189.000 Übernachtungen mehr (+4,7%).

Man verlässt sich seit Jahren in den rheinischen „Klüngel-Metropole“ auf den Dom als Besuchermagnet und die Bedeutung als Messestadt. Dies scheint auf die Dauer aber zu wenig zu sein.

Leipzig immer beliebter im Osten / Fast 9% mehr Übernachtungen

In ähnlichen Regionen wie Düsseldorf bewegt sich auch Dresden. Obwohl die sächsische Landeshauptstadt

kein UNESCO-Welterbetitel mehr besitzt, bleiben ihr die Touristen treu. Etwas mehr als 4 Mio. Übernachtungen zählte man im Jahr 2013 in „Elbflorenz“ – immerhin 2,3% mehr als im Vorjahr. Es folgen Stuttgart, Leipzig, Nürnberg, Hannover und Rostock. Dass man „klotzen“ muss, um Touristen zu gewinnen, beweist Leipzig. Neben schon vorhandenen Sehenswürdigkeiten (Gewandhaus, Thomas- und auch Nikolaikirche) lockt seit fast drei Jahren zudem die künstliche Tropenhalle „Gondwanaland“ im Leipziger Zoo die Besucher in die Stadt. Fast 2,7 Mio. Übernachtungen zählte man in der alten Messe-Metropole in 2013. Das sind 8,7% mehr als im Vorjahr. Ein Spitzenwert unter den Großstädten im Osten.

Positive Entwicklung in vielen Städten

Mittlerweile profitieren jedoch nicht nur die deutschen Metropolen vom Tourismusboom. So erlebten etwa Städte wie Neumünster (+26,2%), Frankfurt an der Oder (+20,7%), Neu-Ulm (+17,4%), Saarbrücken (+13,3%), Chemnitz (+13,2%), Reutlingen (+12,1%), Görlitz und Duisburg (beide +11,4%) einen wahren Touristenansturm im vergangenen Jahr. Ebenfalls eine positive Entwicklung gab es in Paderborn, Gelsenkirchen, Worms, Brandenburg an der Havel, Flensburg, Bochum, Hamm, Kempten, Würzburg, Heidelberg oder Jena. Diese Städte legten zwi-

schen 8,4% und 10,6% bei den Übernachtungen zu.

Weniger positiv fällt der Rückblick auf 2013 für Kassel aus. Die Stadt in Nordhessen erlebte einen Rückgang von fast 112.000 Übernachtungen (-11,8%). Die documenta im Jahr 2012 hatte für einen Besucheransturm gesorgt. Im Jahr darauf konnte Kassel den Besucher-Schnitt leider nicht halten und verbuchte „nur“ noch rund 835.000 Übernachtungen. Den größten prozentualen Rückgang gab es in Recklinghausen mit 23,8%. Absolut betrachtet, mussten neben Kassel auch Bamberg (-42.484) und Potsdam (-30.711) am meisten Federn lassen.

Österreich und Schweiz

Eine satte Schippe an Touristen-Übernachtungen legten auch Städte in Österreich und der Schweiz drauf. Grenzübergreifend führt Wien das alpenländische Ranking mit 12,7 Mio. Übernachtungen in 2013 deutlich an. Die Donaumetropole verzeichnete gegenüber 2012 sogar eine Steigerung bei den Übernachtungen von über 450.000 (+3,7%). Besonders gern besucht u.a. der Stephansdom, Schloss Schönbrunn oder die Hofburg.

Platz zwei belegt Zürich mit über 2,8 Mio. Übernachtungen. Immerhin 75.000 mehr (+2,7%) als 2012 konnte das Schweizer „Finanzmekka“ verbuchen. Nicht nur der Zürichsee, auch die Altstadt, der Zoo und die weltbekannte Bahnhofstraße mit ihren Edel-Geschäften ziehen Touristen und Besucher an.

Platz drei geht an die „Mozartstadt“ Salzburg. Über 2,5 Mio. Übernachtungen zählte man vor Ort. Satte 65.000 mehr (+2,7%) als 2012. Selbst 220 Jahre nach seinem Tod locken das Musikgenie, aber auch die herrliche Landschaft und Salzburger Festspiele, nach wie vor viele Touristen an. Es folgen Genf mit 2,0 Mio. Übernachtungen (+4,2%), Innsbruck mit 1,4 Mio. (-0,1%) und Luzern 1,1 Mio. (+3,0%).

Den prozentual höchsten Anstieg verzeichnete St. Gallen (+10,4%). Mit etwas Abstand folgt Lausanne (+6,2%). Weniger Touristen und Übernachtungen mussten das oberösterreichische Wels (-4,6%), Linz (-2,3%), Villach in Kärnten und Chur in Graubünden (beide -2,1%) hinnehmen. Insgesamt zählte man 2013 in Österreich über 132 Mio. Übernachtungen (+1,6 Mio.), in der Schweiz 35,6 Mio. (+0,85 Mio) Logiernächte.

Supergünstige Städtereise-Trips finden Sie unter: www.ab-in-den-urlaub-deals.de. Beispiel: 3 Tage Kurzurlaub in Leipzig für nur 149 Euro statt 269 Euro für zwei Personen (mit Eigenreise). Oder für Romantik-Fans 3 Tage ins Salzburger Land für 197 Euro anstatt für 427 Euro.

Zur Erhebung: Die Tourismusstudie beruht auf Auskünften der Statistischen Landesämter in Deutschland, dem Statistischen Bundesamt, einzelner Städte, dem Bundesamt für Statistik Schweiz und der Bundesanstalt Statistik Österreich. Stand: 10.03.2014. Alle Angaben ohne Gewähr.

EU-Parlament will Kreditkarten-Gebühren deckeln

Brüssel (APA/dpa) – Das EU-Parlament will die Gebühren für Kreditkarten und andere Bankkarten deckeln. Die Abgeordneten stimmten für einen Vorschlag der EU-Kommission, die sogenannten Interbanken-Entgelte zu begrenzen. Diese Gebühren stellt die Bank eines Kunden der Bank eines Händlers in Rechnung, wenn der Verbraucher beim Händler per Karte zahlt. Die Pläne würden u.a. Anbieter wie Visa oder Mastercard treffen. Während Kreditkarten-Unternehmen daran verdienen, sieht die EU-Kommission darin Kosten in zweistelliger Milliardenhöhe jährlich für den Handel. Sie verteuern demnach die Preise von Produkten und werden letztlich den Kunden aufgebürdet.

Die von Land zu Land sehr unterschiedlich hohen Entgelte sollen nach dem Willen von Kommission und Parlament auf 0,3 Prozent des Zahlungsbetrags bei Kreditkarten und auf 0,2 Prozent oder 7 Cent für sogenannte Debitkarten begrenzt werden. Derzeit sind sie in einer Reihe von EU-Staaten deutlich höher. Für die Kartenanbieter könnten die Pläne aus Brüssel Einnahmeverluste in Milliardenhöhe bedeuten, die Kommission beziffert sie auf 730 Millionen Euro pro Jahr. In Kraft treten sollen die neuen Vorschriften dann binnen eines Jahres.

Dänisches „Noma“ wieder bestes Restaurant der Welt

Das dänische Lokal „Noma“ hat den Titel des besten Restaurants der Welt zurückerobert. Das ergab die jährliche Befragung von 900 Kritikern durch das britische Magazin „Restaurant“, die am Montag in London bekannt gegeben wurde. Das Kopenhagener Haus von Rene Redzepi führte wie bereits in den Jahren 2010, 2011 und 2012 die Liste der 50 besten Restaurants der Welt an. Auf Platz 16 kam diesmal das Steirereck in Wien.

Vergangenes Jahr war das „Noma“ durch das spanische „El Celler de Can Roca“ von der Spitze verdrängt worden. Redzepi bezeichnete sein Team bei der Entgegennahme der Auszeichnung am Montagabend als seine „Inspiration“. Er gestand, nicht „der einfachste Typ“ zu sein. Noch seien sie nicht am Ziel, betonte der Chefkoch. „Es gibt noch so viele Entdeckungen dort draußen, so viele Rezepte, die geschrieben werden wollen.“ Das in einem früheren Lagerhaus am Hafen untergebrachte Restaurant ist auf nordische Spezialitäten fokussiert, von Michelin wurde es mit zwei Sternen ausgezeichnet.

Das „Noma“ war allerdings vergangenes Jahr gezwungen, sich zu entschuldigen, nachdem dutzende Gäste über Tage unter Erbrechen und Durchfall litten. „El Celler de Can Roca“ rutschte in der diesjährigen Wertung wieder auf Platz zwei ab. Das Restaurant in Girona wird von drei Brüdern betrieben und ist für seine auf Parfüms basierenden Gerichte bekannt. Auf den folgenden Plätzen landeten Restaurants aus Modena, New York, London und San Sebastian.

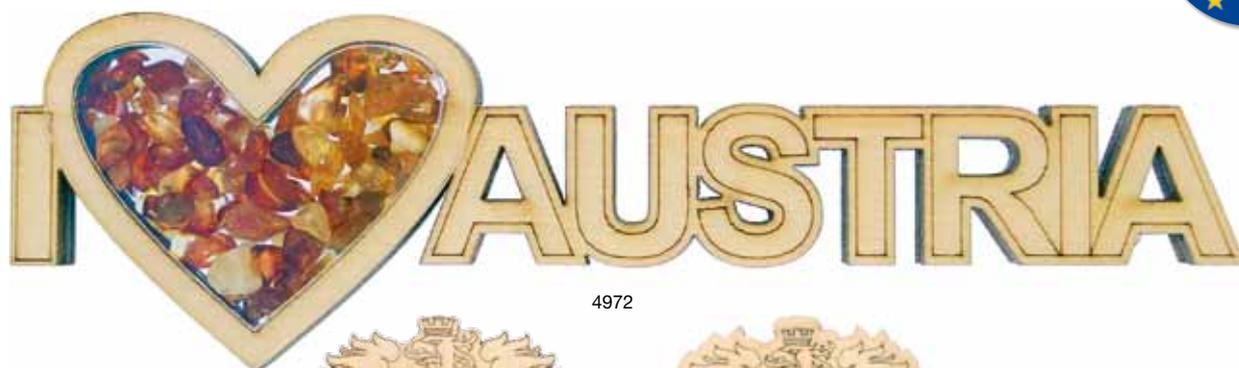
Die besten Adressen für Souvenirs:

www.souvenirworld.li · www.horowitz-weege.at

Online bestellen und Zeit sparen!

Aufhänger & Magnete aus Holz

Gefüllt mit echtem Bernstein



4972



4965



4966



4957



4970



4964



4967



4969



4971



4861



4890



4955



4862



0001



0003

Zu beziehen bei Horowitz & Weege GmbH.
 Email: office@horowitz-weege.at, Tel.: +43 1 478 18 88, Fax: DW 52