

OECD *Multilingual Summaries*

OECD Tourism Trends and Policies 2014

Summary in German



Die komplette Publikation finden Sie unter: 10.1787/tour-2014-en

OECD-Tourismustrends und –strategien 2014

Zusammenfassung in Deutsch

Tourismus ist in den OECD-Ländern ein wichtiger Wirtschaftszweig, auf den direkt 4,7% des BIP, 6% der Beschäftigung und 21% der Dienstleistungsexporte entfallen.

Die Zahl der internationalen Touristenankünfte überstieg 2012 eine Milliarde und wird bis 2030 voraussichtlich 1,8 Milliarden erreichen. Die OECD-Länder spielen im weltweiten Tourismus eine führende Rolle. Auf sie entfallen etwa 57% der internationalen Ankünfte, wobei im Jahr 2012 ein Zuwachs von 3,6% verzeichnet wurde. In den vergangenen Jahren hat sich die Zunahme der internationalen Ankünfte im OECD-Raum allerdings verlangsamt und die Länder verlieren Marktanteile.

Große aufstrebende Tourismuswirtschaften verzeichnen ein rasches Wachstum mit Ergebnissen, die über jenen der OECD bzw. über den weltweiten Durchschnittswerten liegen, und verändern die Struktur des globalen Tourismusmarktes. Insbesondere China ist ein führender Wachstumsmotor und dürfte dies in den kommenden Jahren angesichts der erwarteten Expansion der chinesischen Wirtschaft auch bleiben.

Der Inlandstourismus spielt in der Fremdenverkehrswirtschaft eine maßgebliche Rolle und macht in den OECD-Ländern etwa 78% des Fremdenverkehrs aus. Zusammengenommen können Inlandstourismus und internationaler Fremdenverkehr die Beschäftigung fördern und auf lokaler Ebene zur Wertschöpfung beitragen. Für den Erfolg hoch entwickelter Tourismuswirtschaften in der globalen Tourismuswirtschaft ist eine aktive Tourismuspolitik unerlässlich.

Die Publikation „OECD Tourism Trends and Policies 2014“ bietet eine eingehende Analyse der Trends und Politikentwicklungen im Tourismus in 48 OECD-Mitglieds- und -Partnerländern. Gestützt auf eine Ländererhebung aus dem Jahr 2013 zeigt der Bericht wichtige Reformen der Organisation und der Governance im Tourismus auf. Zudem geht der Bericht auf Probleme ein, die an oberster Stelle der nationalen und internationalen Politikagenda stehen. Dazu zählen u.a. Reise- und Visaerleichterungen sowie der einem Wandel unterliegende Zusammenhang zwischen Besteuerung und Fremdenverkehr.

Durch eine stärkere Fokussierung auf die Wettbewerbsfähigkeit, das Kosten-Nutzen-Verhältnis und nachhaltiges Wachstum verändert sich die Rolle der Regierung im Rahmen der Tourismuspolitik. Die Fremdenverkehrspolitik wird zudem komplexer, da ein breiteres Spektrum von Maßnahmen den Tourismus beeinflusst bzw. vom Tourismus beeinflusst wird.

Die Länder suchen nach Möglichkeiten, wettbewerbsfähig zu bleiben und die mit dem Wachstum des Tourismus verbundenen wirtschaftlichen und sonstigen Nutzeffekte zu maximieren. Die Regierungen sind bemüht, Reisen so einfach und effizient wie möglich zu machen. Die Herausforderung besteht darin, reguläre Reisende zu fördern und zugleich wirtschaftliche, sicherheitsspezifische und andere nationale Politikprioritäten umzusetzen.

Durch die weltweite Finanz- und Wirtschaftskrise hat sich der Druck auf die öffentlichen Mittel zur Förderung der Fremdenverkehrsentwicklung, etwa in den Bereichen Marketing, Infrastruktur und Umweltschutz, erhöht. Über die Besteuerung des Fremdenverkehrs erhalten die Regierungen

Finanzmittel, die zur Förderung öffentlicher Investitionen beitragen, doch auch Steuervergünstigungen können helfen, das Wachstum des Tourismus anzukurbeln.

Prioritäten der Tourismuspolitik

- Die Fremdenverkehrspolitik und -planung wird länderspezifischer und längerfristig. Zudem ist die Fremdenverkehrspolitik und -planung dynamischer und passt sich der Verringerung der Budgets, den Veränderungen in den Tourismusmärkten und dem demografischen Wandel an.
- Die Länder reformieren die Tourismus-Governance, um komplexe, interministerielle Herausforderungen besser zu meistern. Angesichts der mit dem Fremdenverkehr verbundenen Möglichkeiten in Bezug auf Arbeitsplatzschaffung, Förderung der Regionalentwicklung und Exporteinnahmen gibt es überdies Bemühungen, den Tourismus stärker in staatliche Wirtschaftspläne einzubeziehen.
- Die Länder führen neue Finanzierungsmodelle und Partnerschaften ein, um die Tourismusbudgets zu entlasten und, insbesondere im Bereich des Marketing, eine stärkere Kooperation und Einbeziehung der Wirtschaft zu fördern. Darüber hinaus wird die Überprüfung der Tätigkeiten der jeweiligen nationalen Fremdenverkehrsorganisation ausgeweitet, die Aufgaben und Programme zur Umsetzung der Politik werden rationalisiert und der Fokus stärker auf Quellmärkte, neue Technologien und soziale Medien verlagert.
- Zugleich wächst das Bewusstsein über die Bedeutung des Inlandstourismus und die damit verbundene Möglichkeit, in Zeiten der Unsicherheit über eine stabile Einnahmequelle zu verfügen. Zudem gibt es mehr Inklusion bei den Nutzeffekten durch die Förderung eines allen zugänglichen Sozialtourismus. Viele Länder treffen Maßnahmen, um den Inlandsmarkt zu stimulieren.

Reiseerleichterung, Tourismus und Wachstum

- Die G20-Länder haben die Bedeutung von Reisen und Tourismus als Instrument für Arbeitsplatzschaffung, Wirtschaftswachstum und Entwicklung erkannt und sich verpflichtet, Initiativen zur Erleichterung des Reisens zu entwickeln. Neuen Schätzungen zufolge hat Europa im Jahr 2012 aufgrund von Visabestimmungen 6,6 Millionen Reisende von sechs wichtigen Zielmärkten verloren, was einem direkten Beitrag zum BIP in Höhe 5,5 Milliarden Euro entspricht.
- Die Regierungen haben eine Reihe von Ansätzen zur Erleichterung des Reisens entwickelt. Diese reichen von der Straffung der Visabearbeitung und Änderungen der Visumpflicht über die Einführung anderer Arten der Reisegenehmigung bis hin zur Verbesserung der Grenzabfertigung, darunter E-Visa, Visumerteilung bei Ankunft, automatische Grenzabfertigung und „Trusted-Traveller-Programme“.

Besteuerung und Tourismus

- In den letzten Jahren kam es zu einer generellen Anhebung der tourismusbezogenen Steuern, Gebühren und Abgaben, darunter jene im Zusammenhang mit dem Flugreiseverkehr, jene mit Umweltfokussierung und Investitions- und Konsumanreize.
- Die Gründe für die spezifischen tourismusbezogenen Steuern sind von Land zu Land unterschiedlich. Sie tragen zum allgemeinen Steueraufkommen bei und fördern öffentliche Investitionen in die Fremdenverkehrsentwicklung. Andere verbreitete Verwendungszwecke sind u.a. die Deckung der durch die Abfertigung der Reisenden und den Umweltschutz anfallenden Kosten, die Förderung von Besucherausgaben, die Schaffung von Arbeitsplätzen sowie die Finanzierung von Werbemaßnahmen.
- Um den Tourismus anzukurbeln und die Beschäftigung in der Branche zu fördern, wurde in vielen Ländern der Verbrauchsteuersatz für tourismusbezogene Aktivitäten gesenkt, wobei der Fokus in erster Linie auf Hotels und Restaurants liegt. Außerdem wurden Systeme zur Mehrwertsteuererstattung für Touristen eingeführt, um Besucher zum Konsum anzuregen.
- Der Branche bereitet die große Anzahl der von den Reiseveranstaltern zu leistenden Abgaben Sorge. Ihnen zufolge handle es sich um regelmäßige, über der Inflation liegende Erhöhungen und es fehle eine klare Verknüpfung mit den Kosten der Dienstleistungserbringung, sodass viele Steuern über die erklärten Ziele hinaus angehoben würden.
- Die OECD wird weiterhin mit den Ländern zusammenarbeiten, um besser zu verstehen, wie sich tourismusbezogene Steuern auf die internationale Wettbewerbsfähigkeit und die Attraktivität von Reisezielen auswirken.

Empfehlungen

- Es bedarf einer größeren Kohärenz zwischen staatlichen Maßnahmen, um den Fremdenverkehr und das Wirtschaftswachstum zu fördern. Maßnahmen in den Bereichen Innovation, Verkehr, Besteuerung, Dienstleistungsqualität und Visa haben Einfluss auf die Reisebereitschaft der Menschen und die Wettbewerbsfähigkeit von Urlaubsorten.
- Die Regierungen sollten angesichts des in vielen Ländern herrschenden Drucks auf die öffentlichen Finanzen stärkeres Augenmerk auf die Evaluierung der Fremdenverkehrspolitik legen. Eine genauere Überwachung, Evaluierung und Analyse existierender Steuern und Anreize etwa würde den Politikverantwortlichen Instrumente in die Hand geben, um evidenzbasierte Maßnahmen zur Förderung eines langfristig nachhaltigen Wachstums der Tourismusbranche umzusetzen.
- Auf Seiten der Regierungen und der Tourismusbranche gilt es, Kompetenzen zu entwickeln, um mit den Marktentwicklungen Schritt zu halten. Digitale und soziale Medien erfordern eine grundlegende Veränderung der Ansätze in Marketing, Werbung und Dienstleistungserbringung. Dazu zählen u.a. ein maßgeschneidertes Marketing für die einzelnen Konsumenten und das Erlernen der Kommunikation mit digital versierten Touristen.
- Angesichts der starken Abhängigkeit des Fremdenverkehrs vom Flugreiseverkehr sowie in Anbetracht der mit dem Klimawandel verbundenen Risiken bedarf es auf nationaler und internationaler Ebene einer engeren Abstimmung von Verkehrs- und Tourismuspolitik und nachhaltigen energiepolitischen Maßnahmen.
- Es sollten Maßnahmen ergriffen werden, die häufig bzw. reguläre Reisende mit niedrigem Risikoprofil identifizieren und ihnen ein freieres und effizienteres Reisen erleichtern, wobei knappe Ressourcen gezielt in Bereichen eingesetzt werden sollten, in denen sie zur Grenzsicherung und zur Deckung wirtschaftlicher, sicherheitsspezifischer und sonstiger Bedürfnisse am meisten gebraucht werden.

© OECD

Diese Zusammenfassung ist keine offizielle OECD-Übersetzung.

Die Wiedergabe dieser Zusammenfassung ist unter Angabe der Urheberrechte der OECD sowie des Titels der Originalausgabe gestattet.

Zusammenfassungen in Drittsprachen enthalten auszugsweise Übersetzungen von OECD-Publikationen, deren Originalfassungen in englischer und französischer Sprache veröffentlicht wurden.

Sie sind unentgeltlich beim Online-Bookshop der OECD erhältlich unter Bookshop www.oecd.org/bookshop

Wegen zusätzlicher Informationen wenden Sie sich bitte direkt an die OECD Rights and Translation Unit, Public Affairs and Communications Directorate unter: rights@oecd.org oder per Fax: +33 (0)1 45 24 99 30.

OECD Rights and Translation unit (PAC)

2 rue André-Pascal, 75116

Paris, France

Besuchen Sie unsere Website www.oecd.org/rights



Die komplette englische Fassung erhalten Sie bei OECD iLibrary!

© OECD (2014), *OECD Tourism Trends and Policies 2014*, OECD Publishing.

doi: 10.1787/tour-2014-en