

Tourismus-Satellitenkonto Oberösterreich 2015

Ergebnisse des regionalen Tourismus-Satellitenkontos
für Oberösterreich (RTSAOÖ)

Erstelldatum: April 2017

Oberösterreich Tourismus GmbH

Mag. Brigitte Reisenauer

Destinations- und Office-Services

Marktforschung & Statistik

Freistädter Straße 119, 4041 Linz, Austria

Tel.: +43 732 72 77-136

E-Mail: brigitte.reisenauer@oberoesterreich.at

INHALTSVERZEICHNIS:

1. Einleitung	3
2. Ergebnisse des regionalen Tourismus-Satellitenkontos für Oberösterreich (RTSAOÖ)	4
2.1. Direkte Effekte laut RTSAOÖ – Gesamtausgaben.....	4
2.1.1. Touristischer Konsum nach Produkten.....	5
2.2. Direkte Wertschöpfung des Tourismus laut RTSAOÖ.....	7
2.3. TSA-Erweiterungen	7
2.3.1. Direkte und indirekte Wertschöpfung des Tourismus	7
2.3.2. Direkte und indirekte Wertschöpfung der Freizeitwirtschaft.....	8
2.3.3. Direkte und indirekte Wertschöpfung der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Oberösterreich: Gesamtbetrachtung.....	9

Quelle:

Statistik Austria, Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung (WIFO):

Ein Tourismus-Satellitenkonto für Oberösterreich. Ökonomische Zusammenhänge, Methoden und Hauptergebnisse 2015. Wien, April 2017

Oberösterreich Tourismus GmbH hat das ausschließliche Werknutzungsrecht an den Inhalten der gegenständlichen Dokumentation. Jede Vervielfältigung und Verbreitung bedarf der ausdrücklichen, schriftlich zu erteilenden Zustimmung der Oberösterreich Tourismus GmbH. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung der Oberösterreich Tourismus GmbH reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Es wird darauf hingewiesen, dass alle Angaben in der gegenständlichen Unterlage trotz sorgfältiger Bearbeitung ohne Gewähr erfolgen und eine Haftung des Autors bzw. der Oberösterreich Tourismus GmbH ausgeschlossen ist.

1. Einleitung

Tourismus und Freizeitwirtschaft spielen in der oberösterreichischen Volkswirtschaft eine bedeutende Rolle. Seit der Einführung des „Tourismus-Satellitenkontos“ (TSA) für Oberösterreich im Jahr 2003 steht ein wirkungsvolles Messinstrument zur Verfügung, das die gesamte (monetäre) Größenordnung der heimischen Tourismus- und Freizeitwirtschaft bzw. deren Verflechtung mit anderen Wirtschaftszweigen erfasst und Entwicklungen aufzeigt.

Das „Tourismus-Satellitenkonto für Oberösterreich – Ökonomische Zusammenhänge, Methoden und Hauptergebnisse“ wird von Statistik Austria und dem Österreichischen Institut für Wirtschaftsforschung (WIFO) im Auftrag der Oberösterreich Tourismus GmbH errechnet.

WIFO und Statistik Austria sind stets bestrebt, die Methodik dem aktuellen Stand der Wissenschaft und der aktuellen Datenlage anzupassen und damit die Qualität der Ergebnisse zu verbessern. Das vorliegende RTSAOÖ zum Berichtsjahr 2015 wurde darum an die von den internationalen Organisationen (UN, UNWTO, OECD, Eurostat) überarbeiteten Methodik-Grundlagen für nationale TSAs in Form des "Recommended Methodological Framework (RMF) 2008" angepasst¹. Um die Vergleichbarkeit der Daten im Zeitverlauf zu gewährleisten, wurde die gesamte Zeitreihe ab dem Basisjahr 2003 gemäß RMF 2008 adaptiert.

Zudem fand mit dem Einsatz des Schätzmodells ASCANIO² eine weitere qualitative Verbesserung hinsichtlich der regionalen Wertschöpfungsberechnung statt: Es handelt sich um ein regionales Wirtschaftsmodell, das die Verflechtungen zwischen den Wirtschaftssektoren auf der Ebene der österreichischen Bundesländer abbildet. In methodischem Einklang mit dem TSA für Österreich werden nun jährlich variable Wertschöpfungsmultiplikatoren geschätzt. Bisher hatten die Berechnungen zur direkten und indirekten Wertschöpfung auf einem über die Zeit konstanten Multiplikator beruht.

Nachfolgend finden sich Auszüge der aktuellen Studie für die Hauptergebnisse 2015.

¹ Das überarbeitete TSA-Konzept RMF 2008 unterscheidet etwa auf der Angebotsseite zwischen Konsumprodukten ("tourismuscharakteristische" und "andere") sowie (neu) Nichtkonsumprodukten ("wertvolle Waren" wie z.B. Edelmetalle, Steine, Schmuck, Kunstwerke etc.).

² Das Modell ASCANIO wurde am WIFO entwickelt und umfasst alle neun österreichischen Bundesländer.

2. Ergebnisse des regionalen Tourismus-Satellitenkontos für Oberösterreich (RTSAOÖ)

2.1. Direkte Effekte laut RTSAOÖ – Gesamtausgaben

Laut dem regionalen TSA für Oberösterreich erreichten die Gesamtausgaben für Urlaubs- und Geschäftsreisen, Verwandten- bzw. Bekanntenbesuche und Aufenthalte in Wochenendhäusern und Zweitwohnungen im Berichtsjahr 2015 rund 3,49 Mrd. Euro. Sie machen damit – wie in den beiden Jahren davor – 9,1% der bundesweiten Aufwendungen aus. Im Vergleich zum Vorjahr stiegen die Gesamtaufwendungen um + 2,9%.

Von den Aufwendungen fielen 71,8% auf inländische Reisende, 27,7% auf ausländische Besucher und 0,4% auf Ausgaben im Zuge des Aufenthaltes in Wochenendhäusern und Zweitwohnungen.

Rund 64% der Ausgaben der inländischen Besucher in Oberösterreich stammten von Tagesbesuchern (sowohl zu Freizeit- als auch zu Geschäftszwecken), der Rest von Nächtigungsgästen. Der Anteil der Tagesbesucher an der inländischen Tourismusnachfrage fiel damit in Oberösterreich wesentlich höher aus als in Gesamtösterreich (38%), was auf die hohe Bedeutung des Inländer-Tagestourismus in Oberösterreich hinweist.

Bei den Aufwendungen der ausländischen Gäste lag der Anteil der Tagesbesucher für Oberösterreich mit 52,1% noch deutlicher über dem bundesweiten Vergleichswert von 15,6%.

Übersicht 1: Hauptergebnisse des Tourismus-Satellitenkontos für Oberösterreich

Touristische Nachfrage	Österreich		Oberösterreich		
	Mio. €	Anteil in %	Mio. €	Anteil in %, bezogen auf OÖ Österreich	
2015					
Ausgaben ausländischer Besucher	18.043	46,92	968	27,73	5,4
Übernachtende Touristen	15.234	39,62	463	13,27	3,0
Tagesbesucher	2.809	7,31	504	14,46	18,0
Ausgaben inländischer Besucher	20.295	52,78	2.506	71,83	12,3
Urlaubsreisende	17.131	44,55	2.120	60,77	12,4
Übernachtende Touristen	10.586	27,53	750	21,49	7,1
Tagesbesucher	6.544	17,02	1.371	39,28	20,9
Geschäftsreisende	3.164	8,23	386	11,06	12,2
Übernachtende Touristen	2.009	5,22	159	4,56	7,9
Tagesbesucher	1.155	3,00	227	6,51	19,7
Ausgaben in Wochenend- häusern und Zweitwohnungen	116	0,30	15	0,44	13,2
Gesamtausgaben	38.454	100,00	3.489	100,00	9,1

Quelle: Statistik Austria, WIFO. Urlaubs- und Geschäftsreisen

Nach dem Reisezweck betrachtet, wurden im Jahr 2015 von den inländischen Besuchern in Oberösterreich 84,6% für Urlaubsaufenthalte und 15,4% für Geschäftsreisen aufgewendet.

Im Jahr 2016 dürften nach Schätzung die regionalen touristischen Gesamtausgaben um + 2,9% auf ein Volumen von 3,59 Mrd. Euro gestiegen sein.

2.1.1. Touristischer Konsum nach Produkten

Im Rahmen des regionalen Tourismus-Satellitenkontos für Oberösterreich lassen sich die touristischen Aufwendungen der Besucher im Bundesland auch nach ihrer Produktstruktur analysieren, wobei diese gemäß RMF 2008 „Recommended Methodological Framework“ (siehe Seite 3) in Konsum- und Nichtkonsumprodukte unterteilt werden. Erstere umfassen tourismuscharakteristische und andere Konsumprodukte, unter die Nichtkonsumprodukte fallen wertvolle Waren wie z. B. Edelmetalle, Steine, Schmuck oder Kunstwerke.

Übersicht 2: Touristischer Konsum nach Produkten in Oberösterreich

	Österreich		Oberösterreich		
	Mio. €	Anteil in %	Mio. €	Anteil in %, bezogen auf ÖÖ Österreich	
2015					
A. Konsumgüter	38.030	98,90	3.423	98,11	9,0
A.1 Tourismuscharakteristische Dienstleistungen	31.216	81,18	2.553	73,15	8,2
Beherbergung	10.829	28,16	441	12,63	4,1
Hotels und andere Unterkünfte ¹⁾	10.701	27,83	425	12,19	4,0
Zweitwohnungen/-häuser ²⁾	128	0,33	15	0,44	11,9
Restaurant- und Gaststättendienste	10.667	27,74	1.267	36,31	11,9
Personentransport	6.186	16,09	420	12,03	6,8
Eisenbahn	1.182	3,07	82	2,35	6,9
Straßenverkehr ³⁾	657	1,71	57	1,64	8,7
Wasserverkehr	41	0,11	2	0,06	4,9
Luftverkehr	4.047	10,52	255	7,31	6,3
Miete von Transportmitteln	259	0,67	24	0,68	9,1
Reisebüros bzw. -veranstalter	120	0,31	8	0,22	6,5
Kultur-, Unterhaltungs- und sonst. Dienstleistungen	3.415	8,88	417	11,96	12,2
Kultur	1.863	4,85	258	7,40	13,9
Sport und Unterhaltung	1.551	4,03	159	4,56	10,3
A.2 Andere Konsumprodukte (inkl. österreich-spezifische Güter und Dienstleistungen) ⁴⁾	6.813	17,72	871	24,96	12,8
B. Wertvolle Waren ⁵⁾	425	1,10	66	1,89	15,5
Gesamtausgaben	38.454	100,00	3.489	100,00	9,1

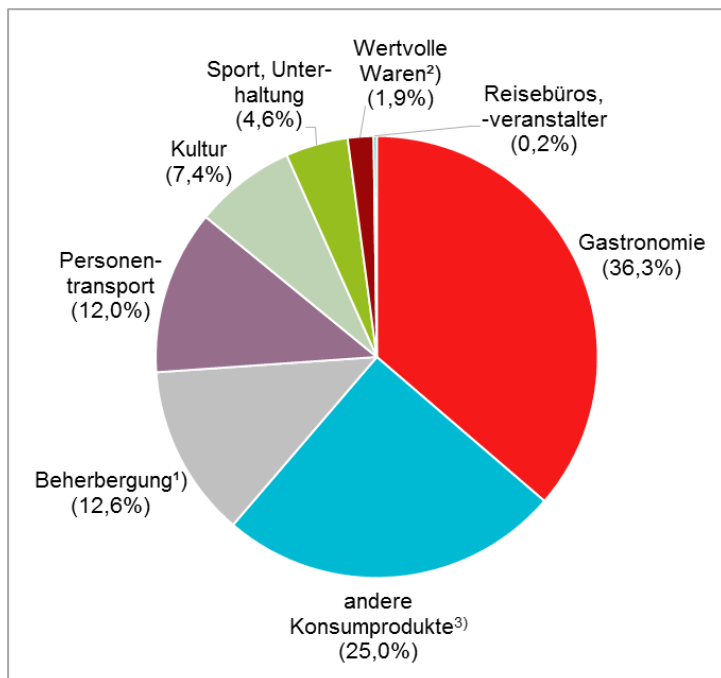
Quelle: Statistik Austria. Urlaubs- und Geschäftsreisen. 1) Einschließlich Verwandten- und Bekanntenbesuche. 2) Aufwände bzw. "fiktive" Miete. – 3) Z.B. Straßenbahn, Schnellbahn, Autobus, Taxi. – 4) Darunter fallen alle Ausgaben für tourismusverwandte und nicht-tourismusspezifische Waren und Dienstleistungen (z.B. Einzelhandel; Dienstleistungen wie Massage, Friseur etc.). – 5) Waren mit hohem, bleibendem Wert, die nicht in erster Linie für Zwecke der Produktion oder des Konsums verwendet werden (z.B. Edelmetalle, Steine, Schmuck, Kunstwerke etc.).

Die tourismuscharakteristischen Güter und Dienstleistungen bildeten 2015 mit rund 73,2% und einem Volumen von 2,55 Mrd. € (+ 3,5% zum Vorjahr) den Schwerpunkt im Tourismus Oberösterreichs, wobei davon knapp die Hälfte (49,6%) auf die Gastronomie entfiel. Das Gewicht des Sektors am touristischen Gesamtkonsum erreichte 36,3% und erhöhte sich zudem gegenüber 2014 um + 0,5 Prozentpunkte. Bundesweit lag das Gewicht der Restaurant- und Gaststättendienste mit 27,7% deutlich unter dem Oberösterreich-Wert. (Übersicht 2, Seite 5 und Grafik 1)

Von den weiteren tourismuscharakteristischen Produkten wiesen die Beherbergung, der Personentransport sowie die Kultur-, Unterhaltungs- und sonstigen Dienstleistungen eine jeweils ähnliche Gewichtung von jeweils rund einem Achtel der gesamten Tourismusaufwendungen in Oberösterreich auf. (Übersicht 2, Seite 5 und Grafik 1)

Die anderen Konsumprodukte stellten 2015 mit rund 25,0% und einem Volumen von 871 Mio. Euro (+ 1,2% zu 2014) die zweitgrößte Ausgabenposition der Oberösterreich-Besucher dar. Bundesweit machten die tourismusverwandten und nicht-tourismusspezifischen Einkäufe und Dienstleistungen dagegen nur 17,7% des touristischen Gesamtkonsums aus. Das überdurchschnittliche regionale Gewicht von 12,8% an der österreichweiten Aufwandsposition betont einmal mehr die Bedeutung des Einkaufstourismus im Zuge von Tagesreisen in Oberösterreich. (Übersicht 2, Seite 5 und Grafik 1)

Grafik 1: Touristischer Konsum nach Produkten in Oberösterreich



Quelle: Statistik Austria. Urlaubs- und Geschäftsreisen. – 1) Einschließlich der Aufwendungen im Zuge von Verwandten- und Bekanntenbesuchen sowie von Aufenthalten am Zweitwohnsitz. – 2) Wertgegenstände wie Edelmetalle, Steine, Schmuck, Kunstwerke etc. – 3) Tourismusverwandte und nicht-tourismusspezifische Waren und Dienstleistungen (z.B. Einzelhandel; Dienstleistungen wie Massage, Friseur etc.).

In der Kategorie der Nichtkonsumprodukte wurden für wertvolle Waren laut RTSAOÖ 1,9% bzw. 66 Mio. € (+ 1,2%) der gesamten Tourismusaufwendungen in Oberösterreich ausgegeben, im Bundesdurchschnitt waren es 1,1%. In dieser Ausgabenkategorie erzielte Oberösterreich im Vergleich zu den anderen Detailpositionen mit 15,5% am bundesweiten Vergleichswert das höchste regionale Gewicht. (Übersicht 2, Seite 5 und Grafik 1, Seite 6)

2.2. Direkte Wertschöpfung des Tourismus laut RTSAOÖ

Die direkten Wertschöpfungseffekte des Tourismus in Oberösterreich (ohne Freizeitwirtschaft) machten 2015 rund 1,86 Mrd. Euro aus. Das sind um + 2,3% mehr im Vergleich zu 2014 und entspricht einem Anteil am oberösterreichischen Bruttoregionalprodukt von 3,2% (unveränderter Wert seit 2013).

Der für Oberösterreich gemessene Anteil der direkten Tourismuswertschöpfung an der gesamten Wirtschaftsleistung fällt im Vergleich zum bundesweiten Wert von 5,9% geringer aus. Dies ist jedoch auf das beträchtliche Volumen des oberösterreichischen Bruttoregionalproduktes (58,14 Mrd. Euro) auch aus anderen Branchen zurückzuführen, welches im Bundesländervergleich nur von Wien übertroffen wird.

Übersicht 3: Die volkswirtschaftliche Bedeutung der direkten Effekte des Tourismus in Oberösterreich

Tourismus-Satellitenkonto – Direkte Wertschöpfung laut TSA	Österreich		Oberösterreich		
	Mio. €	Anteil am BIP in %	Mio. €	Anteil am BRP in %	Anteil an Österreich in %
	2015				
Einschließlich Dienst- und Geschäftsreisen	20.180	5,9	1.857	3,2	9,2
Ohne Dienst- und Geschäftsreisen	18.899	5,6	1.658	2,9	8,8

Quelle: Statistik Austria, WIFO.

Der Beitrag Oberösterreichs zur bundesweiten direkten touristischen Wertschöpfung lag 2015 bei 9,2% (2014: 9,3%).

2.3. TSA-Erweiterungen

2.3.1. Direkte und indirekte Wertschöpfung des Tourismus

Die volkswirtschaftliche Bedeutung des **Tourismus** bzw. dessen Beitrag zur gesamtwirtschaftlichen Wertschöpfung ist eine wichtige Kennziffer für die Wirtschaftspolitik. Zur Ermittlung dieser zentralen Größe sind die direkten Effekte laut TSA noch um die indirekten Wirkungen des Tourismus zu erweitern, die mit einer Schätzung bestimmt werden müssen.

Für 2015 konnten direkte und indirekte Wertschöpfungseffekte des Tourismus in Oberösterreich von 2,54 Mrd. Euro ermittelt werden (+ 2,9% zum Vorjahr). Der Beitrag des Tourismus zum oberösterreichischen Bruttoregionalprodukt belief sich auf 4,4% und erreichte denselben Wert wie 2014.

Übersicht 4: Die volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in Oberösterreich

TSA-Erweiterungen – Direkte und indirekte Wertschöpfung	Berichtsjahr	Österreich		Oberösterreich		
		Mio. €	Beitrag zum BIP in %	Mio. €	Beitrag zum BRP in %	Anteil an Österreich
Tourismus ¹⁾	2015	29.703	8,7	2.538	4,4	7,8 ²⁾
	2014	28.963	8,8	2.466	4,4	7,8 ²⁾

Quelle: Statistik Austria, WIFO. 2014 revidiert. – 1) Österreich ohne, Oberösterreich einschließlich Dienst- und Geschäftsreisen. 2) Bezugsgröße einschließlich Dienst- und Geschäftsreisen der Inländer in Österreich.

Ersten Schätzungen zufolge dürften im Jahr 2016 die tourismusindizierten direkten und indirekten Wertschöpfungseffekte in Oberösterreich um + 2,9% auf ein Volumen von 2,61 Mrd. Euro gestiegen sein. Damit leistete der Tourismus erneut einen Beitrag von 4,4% zum Bruttoregionalprodukt des Bundeslandes.

2.3.2. Direkte und indirekte Wertschöpfung der Freizeitwirtschaft

Zur Ermittlung der volkswirtschaftlichen Bedeutung der gesamten Tourismus- und Freizeitwirtschaft ist der **Freizeitkonsum** der Oberöreicher am Wohnort noch zusätzlich zu berücksichtigen.

Für das Jahr 2015 ergaben sich laut Schätzungen **direkte und indirekte Wertschöpfungseffekte des Freizeitkonsums der Oberöreicher in Oberösterreich von rund 3,52 Mrd. Euro** und damit um + 3,5% mehr als im Vorjahr.

Übersicht 5: Die volkswirtschaftliche Bedeutung der Freizeitwirtschaft in Oberösterreich

TSA-Erweiterungen – Direkte und indirekte Wertschöpfung	Berichtsjahr	Österreich		Oberösterreich		
		Mio. €	Beitrag zum BIP in %	Mio. €	Beitrag zum BRP in %	Anteil an Österreich
Freizeitkonsum der Inländer bzw. der Oberöreicher am Wohnort	2015	24.732	7,3	3.523	6,1	14,2
	2014	23.880	7,3	3.404	6,0	14,3

Quelle: Statistik Austria, WIFO. 2014 revidiert.

Der Beitrag zur regionalen Gesamtwirtschaft Oberösterreichs lag damit bei 6,1%, der Anteil an Gesamtösterreich beläuft sich auf 14,2%.

2016 dürfte die Gesamtwertschöpfung der Freizeitwirtschaft in Oberösterreich um + 3,3% auf 3,64 Mrd. Euro gewachsen sein und wieder 6,1% des Bruttoregionalproduktes erwirtschaftet haben.

2.3.3. Direkte und indirekte Wertschöpfung der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Oberösterreich: Gesamtbetrachtung

Die **Gesamtbetrachtung** der Aufwendungen für den Tourismus und den Freizeitkonsum am Wohnort verdeutlicht die beachtliche Dimension der gesamten Tourismus- und Freizeitwirtschaft:

- Die **direkten und indirekten Wertschöpfungseffekte der oberösterreichischen Tourismus- und Freizeitwirtschaft** erreichten 2015 (einschließlich der Dienst- und Geschäftsreisen) ein **Volumen von 6,06 Mrd. Euro**. Das entspricht einem Wachstum von + 3,2% zu 2014.

Die Tourismus- und Freizeitwirtschaft trug damit – seit 2011 konstant – 10,4% zum Bruttoregionalprodukt bei.

- Der Anteil an der bundesweiten Wertschöpfung der Tourismus- und Freizeitwirtschaft Oberösterreichs machte 10,6% aus (unverändert seit 2012).

Übersicht 6: Die volkswirtschaftliche Bedeutung der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Oberösterreich

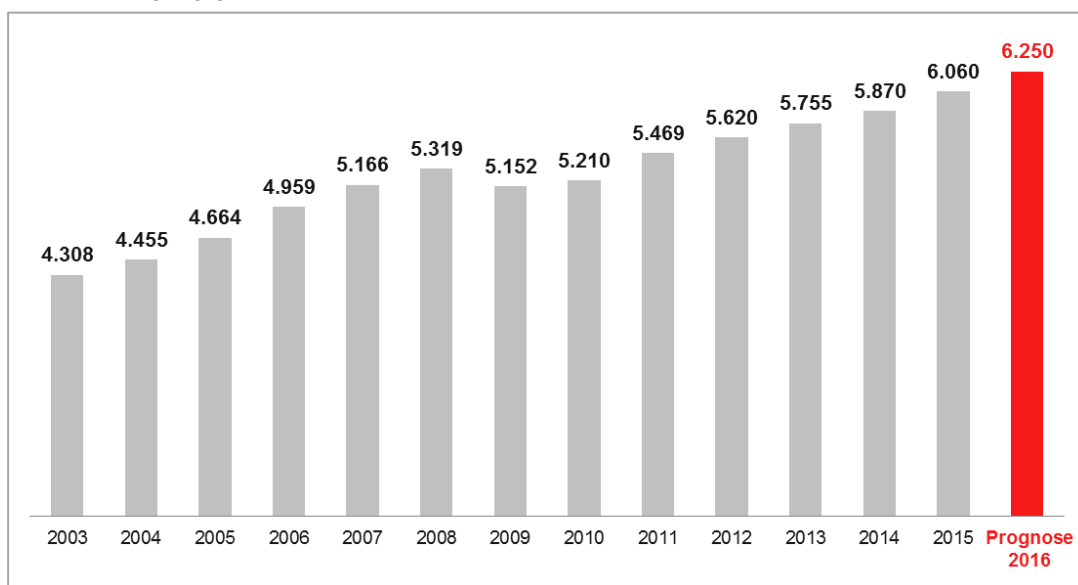
TSA-Erweiterungen – Direkte und indirekte Wertschöpfung	Österreich		Oberösterreich		
	Mio. €	Beitrag zum BIP in %	Mio. €	Beitrag zum BRP in %	Anteil an Österreich
2015					
Tourismus ¹⁾	29.703	8,7	2.538	4,4	7,8 ²⁾
Freizeitkonsum der Inländer bzw. der Oberöreicher am Wohnort	24.732	7,3	3.523	6,1	14,2
Tourismus- und Freizeitwirtschaft ins.¹⁾	54.436	16,0	6.060	10,4	10,6 ²⁾
2014 (revidiert)					
Tourismus ¹⁾	28.963	8,8	2.466	4,4	7,8 ²⁾
Freizeitkonsum der Inländer bzw. der Oberöreicher am Wohnort	23.880	7,3	3.404	6,0	14,3
Tourismus- und Freizeitwirtschaft ins.¹⁾	52.843	16,0	5.870	10,4	10,6 ²⁾

Quelle: Statistik Austria, WIFO. – 1) Österreich ohne, Oberösterreich einschließlich Dienst- und Geschäftsreisen. – 2) Bezugsgröße einschließlich Dienst- und Geschäftsreisen der Inländer in Österreich.

Für 2016 ist laut Schätzungen mit einem Anstieg der direkten und indirekten Wertschöpfungseffekte um + 3,1% auf rund 6,25 Mrd. Euro zu rechnen. Der Beitrag zum Bruttoregionalprodukt läge damit weiterhin bei 10,4%.

Insgesamt dürfte sich die Gesamtwertschöpfung von 2003 bis zum prognostizierten Jahr 2016 um + 45% steigern!

Grafik 2: Direkte und indirekte Wertschöpfung der T&F-Wirtschaft – Jahresvergleich und Prognose 2016
in Mio. Euro



Quelle: Statistik Austria, WIFO.