

Businessplan Komitee 232

1 Titel und thematischer Aufgabenbereich

1.1 Titel

de: Tourismus-Dienstleistungen
en: Tourism services

1.2 Thematischer Aufgabenbereich

Normung der Anforderungen an die Bereitstellung von Tourismus- und Freizeitdienstleistungen sowie an die damit verbundenen Qualifikationen und Kompetenzen der in der Tourismusbranche tätigen Dienstleister. Spiegelgremium zu entsprechenden CEN und ISO TCs.

2 Markt, Umfeld und Ziele des Komitees/Workshops

2.1 Marktsituation

2.1.1 Grundsätzliche Informationen über den Markt

"Tourismus" wird als die Tätigkeit von Personen definiert, die zu Orten außerhalb ihrer gewohnten Umgebung für einen Aufenthalt, der nicht länger als ein Jahr dauert, für Freizeitaktivitäten, zu Geschäftszwecken, für Gesundheits- oder kosmetische Zwecke oder aus anderen Gründen reisen.

Über 93.000 Betriebe der Tourismus- und Freizeitwirtschaft beschäftigen knapp 315.000 Mitarbeiter.¹ Die direkte und indirekte Wertschöpfung der gesamten österreichischen Tourismus- und Freizeitwirtschaft belaufen sich in der Regel auf knapp € 60 Mrd., das sind rd. 13 % des BIP.² Die Einnahmen aus dem Tourismus von Gästen aus dem Ausland betragen rund 23 Mrd. jährlich.³ Umgelegt auf die Zahl der Einwohner nimmt Österreich in Europa damit Platz 4 bei den Touristischen Einnahmen pro Kopf ein.⁴ Aufgrund der COVID-19 Pandemie unterlagen diese Kenndaten gewissen Schwankungen in den letzten Jahren.

Der Begriff der „Sharing Economy“ umschreibt Wirtschaft über digitale Plattformen und deckt ein breites Spektrum ab, das vom unentgeltlichen Teilen ungenutzter Wirtschaftsgüter bis zu gewinnorientierter gewerblicher Wirtschaft reicht. Präzise Daten zur Erfassung dieses Phänomens gibt es derzeit nicht. Unbestritten ist jedoch, dass sie einen enormen Expansionscharakter hat. Allein die Plattform „Airbnb“ hat über 5 Millionen Anbieter und über 7,7 Millionen Unterkünfte in über 100.000 Städten im Angebot. 150 Millionen Nutzer verzeichneten zuletzt über

¹ Wirtschaftskammer Österreich, Mitgliederstatistik 2023

² Statistik Austria, WIFO

³ OeNB

⁴ UN Tourism

1 Milliarde Buchungen.⁵ Damit hat die Plattform seit der Gründung 2007 einen Marktanteil von rund geschätzt 30% erobert.

2.1.2 Interessensträger des Themas

Zu den Interessensträgern des Themas gehören u.a.:

- Behörden (wie z.B. Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft) und Landesregierungen
- gesetzliche Interessensvertretungen
- öffentliche Servicestellen (wie z.B. Österreich-Werbung)
- Anbieter von Dienstleistungen in den Bereichen Tourismus und Freizeitwirtschaft, wie z. B. Beherbergungsbetriebe, Gastronomiebetriebe, Campingplätze, Reiseveranstalter, Konferenz- und Freizeitveranstalter, Fremdenführer, Bäder und Gesundheitsbetriebe, Schönheitssalons, Tätowierstudios, kulturelle Freizeitattraktionen, Tanzschulen, Pistenbetreiber u. dgl.;
- Vermittler von touristischen Dienstleistungen und von Freizeitdienstleistungen, wie z.B. Reisebüros;
- Konsumenten, Konsumentenschutzorganisationen;
- Tourismuswissenschaft und -forschung;

2.1.3 Marktstruktur

Der Tourismus in Österreich wird von KMUs getragen. Keine andere Sparte hat einen so hohen Anteil (89 %) von Kleinstunternehmen (-9 Mitarbeiter) bzw. einen so geringen Anteil (0,1 %) von Großunternehmen (250 Mitarbeiter und mehr).⁶ Die Betriebe der Tourismus- und Freizeitwirtschaft decken ein breites Spektrum an Aktivitäten ab und sind fast ausschließlich in privater Hand. Der große Wettbewerb zwischen vielen kleinen Anbietern führt zu geringen Margen und hohem Unternehmerrisiko.

Größte Herausforderung der Branche ist es, den Personalbedarf auf Grund der stetig steigenden Gästezahlen und der kurzfristigen Buchungsentscheidungen adäquat zu decken. Die stagnierende demographische Entwicklung in Österreich macht Personal aus dem Ausland unverzichtbar.

Die Tourismusbetriebe sind stark lokal geprägt. Die Wertschöpfung aus dem Tourismus schafft neue Arbeitsplätze im Inland, verteilt sich auf viele weitere Branchen und erzielt damit eine breite Einkommensstreuung im gesamten Bundesgebiet. Die Vorleistungen und Zulieferungen für das Beherbergungs- und Gaststättenwesen kommen zu 89% aus der Region, nur 11% werden von weiter importiert.

Viele andere Branchen sind indirekt einbezogen wie insbesondere Personentransportunternehmen, die Landwirtschaft, das Baugewerbe und die Konstruktion, der Einzelhandel, das Handwerk, die Informationstechnologie oder die Finanzdienstleister.

2.1.4 Europäische und internationale Perspektiven

Bei weltweit steigenden Reisezahlen konnte Europa einen Marktanteil von knapp unter 50% stabil halten. Politische und Sicherheitsumstände sowie die COVID-19 Pandemie haben zu Schwankungen bei den Marktanteilen einzelner Länder und Kontinente geführt. Die steigende Zahl an Destinationen sowie das steigende Angebot an Nächtigungsmöglichkeiten haben stellenweise auch zu Überkapazitäten geführt. Die unregelmäßige Vermietung von Wohnraum an Touristen hat in manchen Städten zum spürbaren Verlust von Wohnraum und damit zu sozialen Spannungen geführt.

⁵ Statista, 2024

⁶ Wirtschaftskammer Österreich, Mitgliederstatistik 2023

2.2 Rahmenbedingungen

2.2.1 Politische Faktoren

Abgesehen von Covid-bedingten Einbrüchen hat vermehrte Reisefreiheit in den bevölkerungsreichsten Ländern zu größeren Reisesströmen geführt aber auch die kulturelle und weltanschauliche Komponente des Reisens sowie der Leistungserwartung verändert. Für die Branche haben sich neue Herausforderungen ergeben wie zum Beispiel Hygienestandards, Reisesicherheit, umweltfreundliche Anreise, Darstellung des nachhaltigen Angebotes. Geschäftsmodelle unter der Bezeichnung „Sharing Economy“ haben enorme Steigerungsraten zu verzeichnen. Die Meldepflichten und Kontrollmöglichkeiten müssen diesem rasanten Wachstum teilweise erst angepasst werden, um fairen Wettbewerb sicherzustellen.

2.2.2 Wirtschaftliche Faktoren

Billigreiseangebote (Flug, Bus, Bahn, Schiff) haben Reisen stimuliert, aber auch low-cost Angeboten im Umfeld die Tür geöffnet (all-inclusive oder Airbnb bzw. last-minute Buchungsplattformen und online Angebote aller Art). Zwischen internationalen Großanbietern, die Verluste über Ländergrenzen ausgleichen können, und privaten Wohnraumvermietern ohne nennenswerte Auflagen und damit wirtschaftlichem Vorteil, wird der Wettbewerb für KMUs zunehmend härter. Durch die Coronakrise sind Herausforderungen wie die Kurzfristigkeit der Buchungen und flexiblere Stornobedingungen zusätzlich noch verstärkt worden. Aktuelle Herausforderungen sind auch steigende Energiekosten, die hohe Inflation sowie der anhaltend hohe Bedarf an Arbeitskräften.

2.2.3 Gesellschaftliche Faktoren

Neben einem hohen Kostenbewusstsein sind Information und Verfügbarkeit von Leistungen rund um die Uhr Teil der Erwartungshaltung von Touristen geworden. Barrierefreiheit wird zu einem immer wesentlicheren Faktor, um Inklusion im Tourismus Rechnung zu tragen.

2.2.4 Umweltfaktoren

Umweltbewusstsein und Nachhaltigkeit spielen bei Reiseentscheidungen eine immer größere Rolle. Alle Landestourismusstrategien sind entsprechend ausgerichtet. Für die Betriebe stellt die Natur oft eine wesentliche Grundlage dar und es ist in ihrem ureigensten Interesse, diese zu erhalten. Auch der sparsame Umgang mit Ressourcen deckt sich mit dem wirtschaftlichen Interesse der Betriebe. Laut einer Studie des Umweltbundesamtes entfällt auf den Tourismus nur 1,6% des österreichischen Energieverbrauchs. Der Energieverbrauch pro Nächtigung ist zwischen 2008 und 2019 um 54% gesunken. Der Anteil erneuerbarer Energieträger liegt bei Gastronomie und Hotellerie bei deutlich über 50%. Die größte Umweltbelastung geht von der Anreise der Gäste aus. Hier werden immer stärker Alternativen der öffentlichen Anreise von den Betrieben ausgewiesen. Nachhaltigkeit ist ein deklariert wichtiger Faktor, zu dem das reale Buchungs- und Ausgabeverhalten aber nicht gleichermaßen korrespondiert.

2.2.5 Technische Faktoren

Das Informations- und Einkaufsangebot hat zu erhöhten Erwartungen und verschärftem Wettbewerb geführt. Buchungsplattformen und Bewertungsportale sind zu einem essenziellen Marktfaktor geworden. Die Digitalisierung ist zu einer Notwendigkeit für den Tourismusbetrieb geworden (notwendige Kommunikation mit dem Gast, Registrierungspflichten, Information zu Reisebedingungen, etc.). KI gewinnt zunehmend an Bedeutung.

2.2.6 Rechtliche Faktoren

Österreichische Gesetze betreffend Hygiene, Gesundheit und Konsumentenschutz sind für Betriebe der gewerblichen Wirtschaft umfassend und lassen so gut wie keinen Regelungsbereich offen für nationale Normen. Bei Tätigkeiten, die im Rahmen der „Sharing Economy“ erbracht werden, sind Meldepflichten und damit Kontrollmöglichkeiten ausbaufähig. Naturschutz- und Nationalparkgesetze sind weitere relevante Regelungen im rechtlichen Umfeld.

2.2.7 Europäische und internationale Faktoren

Die EU hat zahlreiche Vorgaben für nationale Gesetzgeber getroffen insbesondere im Bereich des Reiserechts, so dass der Konsumentenschutz so gut wie lückenlos geregelt ist. Konsumenten ist aber oft nicht bewusst, dass sie außerhalb Europas mit geringeren Leistungsvorgaben und Sicherheiten konfrontiert sind. Außerhalb des Regelungsbereiches von EU-Recht besteht ein größerer Regelungsspielraum für Normen, der durch zahlreiche Projekte auf ISO-Ebene genützt wird.

2.3 Zielsetzungen und Strategie des Komitees/Workshops

2.3.1 Zielsetzungen des Komitees/Workshops

Die Triebfeder des Tourismus ist Individualität des Angebots. Die Motivation zur räumlichen Veränderung folgt dem Wunsch, etwas Anderes zu sehen bzw. zu erleben. Im Tourismus gibt es daher weltweit kein Bedürfnis nach Normen, aus denen ein Einheitsprodukt resultieren würde oder die eine Technisierung nach sich ziehen würden, denn das Schlüsselerlebnis ist die Begegnung Mensch-Mensch bzw. Mensch-Natur, die sich ebenfalls einer Norm entzieht.

Das abgeschwächte Bedürfnis der Branche nach Normierung für die gewerbliche Wirtschaft ergibt sich auch aus dem Umstand, dass zahlreiche Regelungen, insbesondere was den Konsumentenschutz anbelangt durch EU-Recht abschließend geregelt sind und in anderen Feldern wie Hygiene oder Lebensmittelrecht Österreich eine höhere Regelungsdichte als andere Länder aufweist. Normen als Füller von Regelungslücken haben in Österreich im Bereich der gewerblichen Wirtschaft kaum eine Grundlage.

Aufgrund dieser Umstände und der offensichtlichen internationalen Verflechtung des Tourismus sowie der Plattformwirtschaft liegt der Schwerpunkt folglich nicht bei nationalen, sondern weltweiten Normen der ISO. Schwerpunkt vom Komitee 232 ist daher die Auseinandersetzung mit internationalen Normprojekten insbesondere von ISO/TC 228 (Tourism Services) und des korrespondierenden CEN/TC 329 (Tourism Services) sowie ISO/TC 324 (Sharing Economy), für welches dem Komitee 232 die Rolle eines nationalen „Spiegelgremiums“ zukommt.

Bei den Normprojekten des ISO/TC 228 „Tourism and related services“ im Bereich „Diving Services“ (WG 1), „Accommodation“ (WG15) und „Online Travel Agencies“ (WG19) wirken auch nationale Experten aus dem Komitee 232 mit. Zu anderen Normprojekten werden in unterschiedlichen Stadien Positionen und Kommentare erarbeitet.

2.3.2 Strategie zur Zielerreichung

Die Strategie besteht aus dem folgenden Arbeitsprogramm:

- Teilnahme in den internationalen Projektkomitees ISO/TC 228 und 324 sowie deren Arbeitsgruppen
- Teilnahme an den Abstimmungen des CEN/TC 329 und 409
- Erarbeitung österreichischer Standpunkte für internationale und europäische Normen
- Entwicklung und Überarbeitung nationaler Normen
- Marktbeobachtung und Informationsaustausch

2.3.3 Risikoanalyse

Bei der Beurteilung internationaler Normen prüft das Komitee 232, ob diese bzw. deren Inhalte sich positiv auf die heimische Tourismus- und Freizeitwirtschaft auswirken.

Normen, die von KMUs nicht oder nur mit unverhältnismäßig großem personellem und finanziellem Aufwand erfüllt werden können, können aufgrund der österreichischen Betriebsstruktur nicht als förderlich beurteilt werden.

Die im ISO Guide 17 bzw. im CEN/CENELEC Guide 17 (Guidance for writing standards taking into account micro, small and medium-sized enterprises (SMEs) dargelegten Grundsätze werden befürwortet.

Die Vertreter im Komitee 232 fühlen sich bei Ihren Beurteilungen einem Interessenausgleich zwischen Betrieben unterschiedlicher Struktur verpflichtet, um solcher Art das größte Maß an sozialer Akzeptanz zu garantieren.

3 Arbeitsprogramm

<https://www.austrian-standards.at/de/standardisierung/komitees-arbeitsgruppen/nationale-komitees/committees/7378/details>