



OECD-Tourismustrends und -politik 2020



■ Allgemeines

In dieser Ausgabe der *OECD Tourism Trends and Policies* für das Jahr 2020 werden touristische und tourismuspolitische Entwicklungen in 51 OECD-Mitgliedstaaten und Partnerländern analysiert. Der Bericht zeigt die Notwendigkeit ganzheitlicher und kohärenter Ansätze bei der Gestaltung von Tourismuspolitik sowie die Bedeutung der Tourismuswirtschaft auf. Er enthält statistische Daten in Bezug auf Inlands-, Incoming- und Outgoing-Tourismus, Unternehmen und Beschäftigung sowie den inländischen touristischen Konsum. Unter Heranziehung von Praxisbeispielen aus verschiedenen Ländern werden tourismuspolitische Schwerpunktthemen, Reformen und Entwicklungen untersucht. Themenbezogene Kapitel erörtern die Frage, wie Tourismusunternehmen auf den digitalen Wandel vorbereitet werden können, und stellen neue Wege vor, den Tourismus nachhaltiger und inklusiver zu gestalten. Der Bericht wurde in Zusammenarbeit mit der Europäischen Union erstellt.*

■ Über die OECD

Die Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) bietet Regierungen ein Forum, in dem sie Erfahrungen austauschen, Lösungsansätze für neue Herausforderungen suchen und die politische Entscheidungsfindung mitgestalten können, um ein besseres Leben zu ermöglichen. Ziel der OECD ist es, auf eine Politik hinzuwirken, die den wirtschaftlichen und sozialen Wohlstand der Menschen weltweit mehr.

■ Über den Tourismusausschuss der OECD

Der Tourismusausschuss der OECD wurde 1948 gegründet und dient als Dialogforum sowie zur Beobachtung politischer Maßnahmen und struktureller Veränderungen, die die Entwicklung des Inlandstourismus und internationalen Tourismus betreffen. Er setzt sich aktiv für ein Handeln auf gesamter Regierungsebene ein, um das nachhaltige Wachstum der Tourismuswirtschaft zu fördern.

Folgen Sie uns auf Twitter unter [@OECD_local](https://twitter.com/OECD_local)

© OECD 2020

Dieses Dokument sowie die darin enthaltenen Karten berühren weder den völkerrechtlichen Status von Territorien noch die Souveränität über Territorien, den Verlauf internationaler Grenzen und Grenzlinien sowie die Namen von Territorien, Städten oder Gebieten.

Die statistischen Daten für Israel werden durch die zuständigen israelischen Behörden eigenverantwortlich zur Verfügung gestellt. Der völkerrechtliche Status der Golanhöhen, Ostjerusalems und israelischer Siedlungen im Westjordanland wird durch den Gebrauch dieser Daten durch die OECD nicht berührt.

*Dieses Dokument wurde mit finanzieller Unterstützung der Europäischen Union erstellt. Die in diesem Bericht dargestellten Ansichten repräsentieren in keiner Weise den offiziellen Standpunkt der Europäischen Union.

Zusammenfassung

Der Fremdenverkehr ist ein wichtiger Wachstumsmotor, weltweit wie auch auf lokaler Ebene. Im OECD-Durchschnitt steuert er direkt 4,4 % zum BIP, 6,9 % zur Beschäftigung und 21,5 % zu den Dienstleistungsexporten bei. Sein kontinuierliches Wachstum bietet zudem gute Aussichten für eine nachhaltige und inklusive Entwicklung. Damit dieses Wachstum den Menschen und den Unternehmen vor Ort stärker zugutekommt, sind jedoch integrierte, zukunftsgerichtete Strategien erforderlich.

Tourismustrends

Der Tourismus hat seit sechs Jahrzehnten kontinuierlich zugenommen und bleibt einer der bedeutendsten Wirtschaftszweige der Welt. Er ist ein wichtiger Teil des expandierenden Dienstleistungssektors, bringt Einnahmen und Devisen, schafft Arbeitsplätze, kurbelt die regionale Entwicklung an und hilft der lokalen Bevölkerung. Die Tourismusexporte sind ein bedeutender Wirtschaftsfaktor. Sie haben einen größeren Effekt auf die inländische Wirtschaft als andere Exportsektoren. Jeder US-Dollar, den internationale Touristen in den OECD-Ländern ausgeben, generiert im Durchschnitt schätzungsweise 89 Cent inländische Wertschöpfung (im Vergleich zu 81 Cent für die Exporte insgesamt).

Die Fremdenverkehrsergebnisse übersteigen weltweit weiterhin die langfristigen Wachstumsprognosen. 2019 wurde ein Rekordwert von 1,5 Milliarden internationalen Touristenankünften verzeichnet. Aufgrund der starken Expansion der letzten Jahre liegt das Wachstum des Tourismus in den OECD-Ländern seit 2014 über dem Weltdurchschnitt. Die OECD-Länder gehören zu den beliebtesten Tourismusdestinationen der Welt. Mehr als die Hälfte der weltweiten Touristenankünfte (56,9 %) und Fremdenverkehrseinnahmen (61,1 %) entfallen auf den OECD-Raum. Neben dem internationalen Fremdenverkehr spielt in den meisten OECD-Ländern auch der Inlandstourismus eine wichtige Rolle. 75 % der Tourismusausgaben stammen von Gebietsinländern.

Die kurzfristigen Aussichten sind zwar durchwachsen – hauptsächlich aufgrund ungewisser Wirtschaftsperspektiven und externer Schocks, z. B. Gesundheitsrisiken und Extremwetterereignisse –, langfristig dürfte der Fremdenverkehr jedoch weiter wachsen.

Wichtigste Ziele für die Politik

Der Tourismussektor ist sehr dynamisch und die Wachstumstrends sind insgesamt positiv. Die zuständigen Stellen entwickeln zunehmend Strategien, die darauf abzielen, den wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Nutzen des Tourismus zu maximieren und die mit einem ungeplanten und unkontrollierten Wachstum verbundenen Belastungen zu reduzieren. Die Politik räumt diesen Anliegen inzwischen hohe Priorität ein. So werden beispielsweise Anstrengungen unternommen, um Übertourismus zu vermeiden, weniger besuchte Regionen stärker an den wirtschaftlichen und sonstigen

Vorteilen des Tourismus zu beteiligen, neue Produkte zur Verlängerung der Saison zu entwickeln und Anreize für eine höhere Produktivität, bessere Ressourcennutzung und stabilere Beschäftigung zu setzen. Um sicherzustellen, dass diese Strategien den gewünschten Effekt haben, bemühen sich die Länder, die Koordinierungs- und Umsetzungsmechanismen zu verbessern, das Destinationsmanagement zu reformieren, die Regulierung zu modernisieren, digitale Lösungen einzuführen, den Dialog mit der Zivilgesellschaft zu intensivieren und den Privatsektor in die Politikgestaltung einzubeziehen.

Die staatlichen Stellen stehen im Tourismusmanagement derzeit vor zwei entscheidenden Herausforderungen: die Vorteile des digitalen Wandels nutzen und die Nachhaltigkeit der Tourismuspolitik sicherstellen.

Der technologische Fortschritt konfrontiert die Unternehmen und Politikverantwortlichen in der Tourismusbranche mit völlig neuen Gegebenheiten. Die raschen Entwicklungen in den Bereichen Sharing Economy, mobile Zahlungssysteme, virtuelle und erweiterte Realität, Blockchain und künstliche Intelligenz werden sich wahrscheinlich auf Produkte, Geschäftsmodelle, Dienstleistungen und Kundenentscheidungen auswirken. Um die Chancen zu maximieren und die Verbraucher zu schützen, sind u. U. strategische Überlegungen, neue Vorschriften und staatliche Eingriffe erforderlich. Der Staat muss geeignete Rahmenbedingungen schaffen, damit alle Unternehmen am digitalen Wandel des Fremdenverkehrs teilhaben können.

Die Regierungen setzen sich aktiv für eine Tourismusedwicklung ein, die klare wirtschaftliche Vorteile bringt, aber zugleich der Bevölkerung, den Unternehmen und den Beschäftigten in den Urlaubsorten sowie den Reisenden selbst stärker zugutekommt. Der Erfolg des Fremdenverkehrs kann nicht mehr nur an der Zahl der Touristenankünfte, den Arbeitsplätzen und den Einnahmen gemessen werden. Die Politik legt zunehmend Wert darauf, dass die lokale Bevölkerung stärker vom Tourismus profitiert, was sich auch bereits bemerkbar macht.

Wichtigste Erkenntnisse für die Politik

Für eine integrierte, zukunftsgerichtete Tourismuspolitik eintreten

- Kohärente, zukunftsgerichtete Ansätze für die Gestaltung der Tourismuspolitik und -programme entwickeln, die auf langfristigen Strategien und flexiblen Aktionsplänen basieren.
- Koordinierung und Umsetzung verbessern um sicherzustellen, dass die auf nationaler Ebene vereinbarten Maßnahmen in den nachgeordneten Gebietskörperschaften konsequent umgesetzt werden. Die Bevölkerung und die Unternehmen vor Ort einbeziehen, damit sie vollauf von der Dynamik der Tourismuswirtschaft profitieren können.

Tourismusunternehmen auf die digitale Zukunft vorbereiten

- Den digitalen Wandel des Tourismus aktiv begleiten, wobei es gilt, eine digitale Denkweise zu fördern, die regulatorischen Rahmenbedingungen zu modernisieren und KMU in die Lage zu versetzen, an digitalen Ökosystemen teilzuhaben.
- Anreize für Investitionen in neue Technologien, Kompetenzen und Innovationen setzen, KMU in der Tourismusbranche unterstützen, die Vorteile des digitalen Wandels zu nutzen, und „intelligente“ Tourismusdestinationen fördern.
- Digital erweiterte Geschäftsmodelle, Wertschöpfungsketten und Ökosysteme im Fremdenverkehrssektor fördern, insbesondere durch Datenanalysen und andere unterstützende Technologien, die Optimierung von Geschäftspraktiken und die Bereitstellung einfach zugänglicher digitaler Infrastrukturen, Instrumente und Lösungen.

Touristischen Erfolg stärker auf nachhaltiges Wachstum ausrichten

- Die ökologischen und soziokulturellen Säulen der Nachhaltigkeit stärker betonen, um den Nettonutzen für die lokale Bevölkerung zu erhöhen, zur Verwirklichung der SDG beizutragen und den Klimawandel zu bekämpfen.
- Sicherstellen, dass die Wachstumsförderung im Tourismussektor in die kommunale, regionale und nationale Wirtschaftsentwicklung eingebunden ist und in enger Zusammenarbeit mit der Wirtschaft und der Zivilgesellschaft erfolgt.
- Nachhaltigkeitsprinzipien stärker in allen Bereichen der Tourismuspolitik und -praxis berücksichtigen, um den Übergang zu einem grünen, emissionsarmen und klimaresilienten Tourismus zu unterstützen.
- Den Zugang zu vergleichbaren und zeitnahen Daten sichern, um die Entscheidungsfindung zu erleichtern und Art und Umfang des für die einzelnen Destinationen geeigneten Fremdenverkehrswachstums besser planen zu können.

Kapitel 1. Entwicklungen und politische Schwerpunktthemen im Bereich Tourismus

Dieses Kapitel widmet sich aktuellen Trends im Tourismussektor und damit verbundenen tourismuspolitischen Entwicklungen. Grundlage ist eine Erhebung, durch die statistische Daten und politische Rahmenbedingungen in den Mitgliedstaaten und Partnerländern der OECD erfasst wurden. Das Kapitel skizziert die sozioökonomische Bedeutung des Tourismus und beleuchtet die Rolle von Regierungen bei der Förderung einer nachhaltigen und integrativen Tourismusindustrie. Unter Heranziehung von Praxisbeispielen aus unterschiedlichen Ländern werden tourismuspolitische Schwerpunktthemen, Reformen und Entwicklungen analysiert.

Die statistischen Daten für Israel werden durch die zuständigen israelischen Behörden eigenverantwortlich zur Verfügung gestellt. Der völkerrechtliche Status der Golanhöhen, Ostjerusalems und israelischer Siedlungen im Westjordanland wird durch den Gebrauch dieser Daten durch die OECD nicht berührt.

Der Tourismus ist ein Wirtschaftszweig, der von großer lokaler und globaler Bedeutung ist und mit dem reale Aussichten auf ein beständiges und inklusives Wirtschaftswachstum verbunden sind. Die Branche generiert Deviseneinnahmen, treibt die regionale Entwicklung voran, sichert die Existenz zahlreicher Unternehmen und unterschiedlicher Arbeitsplätze und unterstützt die lokale Bevölkerung. Die aktuelle Datenlage deutet weltweit auf ein anhaltend starkes Wachstum der Branche hin. Dieses Kapitel beleuchtet die Führungsrolle von Regierungen bei der Optimierung der mit dem Tourismus verbundenen Potenziale und Minimierung der einhergehenden Kosten.

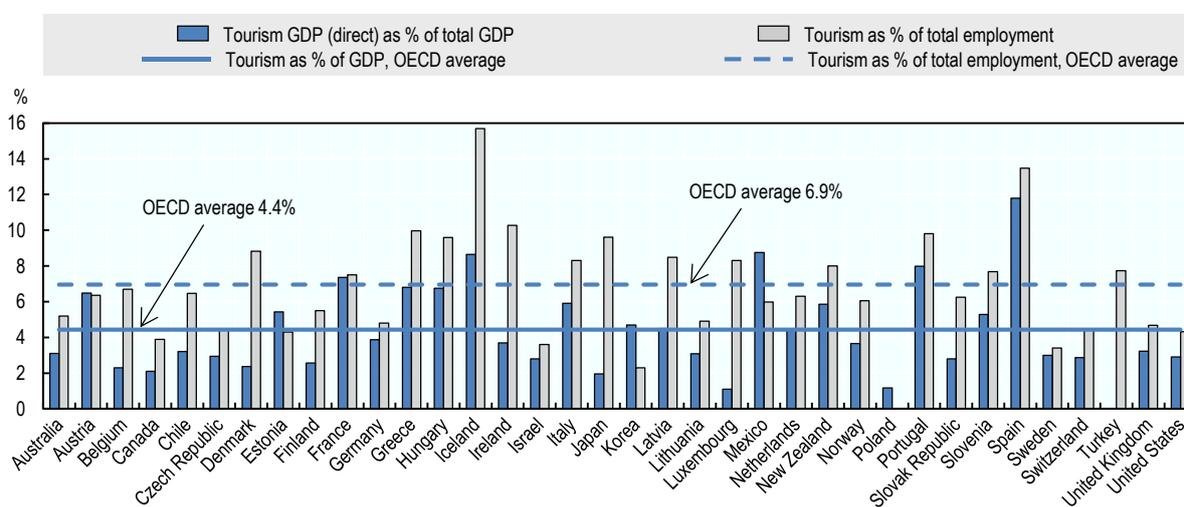
Die nachhaltige Entwicklung und die digitale Umgestaltung des Tourismussektors sind zentrale Herausforderungen für die Politik. Die politischen Entscheidungsträger sind sich darin einig, dass zur Bearbeitung dieser und anderer Themen koordinierte Maßnahmen auf gesamter Regierungsebene und eine enge Zusammenarbeit mit der Wirtschaft erforderlich sind. In der Praxis besteht weiterhin die Herausforderung, die Entwicklungen in den Tourismusdestinationen vor Ort auf die auf nationaler Ebene beschlossenen politischen Strategien abzustimmen.

Aktuelle Entwicklungen

Als Schlüsselsektor einer wachsenden Dienstleistungsökonomie bildet der Tourismus einen bedeutenden Wirtschaftszweig in den Mitgliedstaaten und Partnerländern der OECD. Der Tourismus trägt direkt mit durchschnittlich 4,4% zum Bruttoinlandsprodukt, 6,9% zur Beschäftigung (Abbildung 1.1) und 21,5% zum Dienstleistungsexport in die OECD-Länder bei.

Abbildung 1.1. Direkter Beitrag der Tourismusbranche in OECD-Ländern

In % des BIP und der Beschäftigung, 2018 bzw. letztes verfügbares Jahr



Anmerkung: Der BIP-Wert für Frankreich bezieht sich auf den inländischen touristischen Konsum.

Im Falle von Chile, Dänemark, Deutschland, Finnland, Griechenland, Israel, Italien, Kanada, Lettland, Litauen, Mexiko, Neuseeland, den Niederlanden, Portugal, Schweden, der Schweiz, Ungarn, dem Vereinigten Königreich und den Vereinigten Staaten bezieht sich das BIP auf die Bruttowertschöpfung (BWS).

Die BIP-Daten für Korea und Spanien enthalten indirekte Effekte.

Quelle: OECD Tourism Statistics (Datenbank).

Tabelle 1.1. Internationale Touristenankünfte in OECD- und Partnerländern, 2014-18

	Art des Indikators	2018	Durchschnittliche jährliche Wachstumsrate 2014-2018	Wachstumsrate 2017-2018
		In Tausend	%	
Australien	Besucher	9 072	7,8	6,0
Österreich	Touristen	30 816	5,1	4,6
Belgien	Touristen	6 700	1,2	6,1
Kanada	Touristen	21 153	6,3	2,4
Chile	Touristen	5 723	11,7	-11,3
Tschechische Republik	Touristen	14 283	7,6	4,5
Dänemark	Touristen	12 749	5,6	2,6
Estland	Touristen	3 226	2,5	-0,6
Finnland ¹	Touristen	5 631	5,0	12,4
Frankreich	Touristen	89 322	1,6	3,0
Deutschland	Touristen	38 748	4,2	3,9
Griechenland	Besucher	33 072	8,0	9,7
Ungarn	Touristen	14 905	10,1	5,7
Island	Touristen	2 344	23,8	5,4
Irland	Touristen	9 273	8,0	6,3
Israel	Touristen	4 121	8,9	14,1
Italien	Touristen	61 567	6,1	5,7
Japan	Besucher	31 192	23,5	8,7
Korea	Besucher	15 347	2,0	15,1
Lettland	Touristen	1 946	1,4	-0,2
Litauen	Touristen	2 825	8,2	11,9
Luxemburg	Touristen	1 018	-0,6	-2,7
Mexiko	Touristen	41 313	8,9	5,1
Niederlande	Touristen	18 780	7,8	4,8
Neuseeland	Touristen	3 686	7,4	3,7
Norwegen	Touristen	5 688	4,1	-2,7
Polen	Touristen	19 623	5,2	7,5
Portugal ¹	Touristen	22 817	11,9	7,5
Slowakische Republik	Touristen	2 256	11,2	4,3
Slowenien	Touristen	4 425	13,4	10,9
Spanien	Touristen	82 808	6,2	1,1
Schweden	Touristen	10 750	-6,8	-3,5
Schweiz	Touristen	11 715	6,3	5,2
Türkei	Touristen	45 768	3,5	21,7
Vereinigtes Königreich	Touristen	36 316	2,7	-3,5
Vereinigte Staaten	Touristen	79 746	1,5	3,3
Brasilien	Touristen	6 621	0,7	0,5
Bulgarien	Besucher	12 368	7,1	6,7
Kolumbien	Besucher	4 282	10,6	7,7
Costa Rica	Touristen	3 017	4,5	1,9
Kroatien	Touristen	16 645	9,4	6,7
Ägypten ³	Touristen	5 168	-26,8	-42,5
Indonesien ¹	Touristen	13 396	10,4	3,5
Kasachstan	Besucher	8 789	8,5	14,1
Malta	Touristen	2 599	11,4	14,3
Marokko	Touristen	12 289	4,6	8,3
Peru	Touristen	4 419	8,3	9,6
Rumänien	Besucher	11 720	8,5	7,3

	Art des Indikators	2018	Durchschnittliche jährliche Wachstumsrate 2014-2018	Wachstumsrate 2017-2018
		In Tausend	%	
Russische Föderation	Besucher	24 551	-0,9	0,7
Serbien	Touristen	1 711	13,6	14,2
Südafrika	Touristen	10 472	2,3	1,8
EU-28			5,4	4,1
OECD-Mitglieder			5,5	5,0
Welt⁴		1 407 000	5,3	5,4

Anmerkungen: Weitere Informationen finden sich in den Länderprofilen.

Touristen: Internationale Touristenankünfte (ohne Tagesgäste).

Besucher: Internationale Besucherankünfte (Touristen und Tagesgäste).

1. Die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate bezieht sich bei Finnland und Indonesien auf den Zeitraum 2015-18, bei Portugal auf 2016-18.

2. Datenlage 2014. Aufgrund einer geänderten Methodologie zur Erfassung der Ankunftsahlen sind keine aktuelleren Daten verfügbar.

Die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate bezieht sich auf den Zeitraum 2012-14. Die Wachstumsrate bezieht sich auf den Zeitraum 2013-14.

3. Datenlage 2016.

Die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate bezieht sich auf den Zeitraum 2014-16. Die Wachstumsrate bezieht sich auf den Zeitraum 2015-16.

4. Daten der UNWTO (World Tourism Barometer, Statistical Annex, Januar 2020).

Quelle: OECD Tourism Statistics (Datenbank).

StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/888934076210>

Seit mehr als sechs Jahrzehnten nimmt der Tourismus weltweit stetig zu. Infolge des starken globalen Wirtschaftswachstums und der Entstehung neuer volumenstarker Quellmärkte, insbesondere im Asien-Pazifik-Raum, stieg 2018 die Zahl der Ankünfte ausländischer Touristen weltweit um 5,6% gegenüber dem Vorjahr auf über 1,4 Milliarden an. Da dieser Anstieg die langfristige Wachstumsprognose übertrifft, wird die Marke von 1,8 Milliarden vermutlich bereits vor dem Jahr 2030 überschritten werden.

Vorläufigen Daten zufolge wurden 2019 weltweit rund 1,5 Milliarden internationale Touristenankünfte verzeichnet, was einem Anstieg von 3,8% gegenüber dem Vorjahr entspricht. Obwohl damit bereits das zehnte Jahr in Folge eine Zunahme der Touristenankünfte erzielt wurde, spiegelt das dennoch etwas gedämpfte Wachstum die aktuelle Konjunkturabschwächung, Unsicherheiten im Welthandel und eine zurückhaltende Verbraucherstimmung wider. Nach wie vor führen Frankreich, Spanien, die Vereinigten Staaten, China und Italien, die 2018 zusammen mehr als ein Viertel (27%) der internationalen Ankünfte verzeichneten, die Rangliste der Reiseziele an. Im Bereich des Outbound-Tourismus bleiben China, die Vereinigten Staaten, Deutschland, das Vereinigte Königreich und Frankreich bei den Ausgaben auf den vorderen Plätzen. Auf sie gemeinsam entfallen 43% der touristischen Ausgaben weltweit (UNWTO, 2020).

Die Mitgliedstaaten der OECD, die 2018 zusammen mehr als die Hälfte (56,9%) aller internationalen Ankünfte registrierten, spielen weiterhin eine zentrale Rolle in der globalen Tourismuswirtschaft. Die durchschnittliche Wachstumsrate für internationale Ankünfte betrug in diesen Ländern im Jahr 2018 5,0% – im Vergleich zu 7,4% im Vorjahr. Infolge eines starken Aufschwungs liegt die aus dem Vierjahreszeitraum gebildete durchschnittliche jährliche OECD-Wachstumsrate von 5,5% nach wie vor über dem globalen Mittelwert. Langfristig jedoch zeichnet sich bei den Besucherzahlen in OECD-Ländern im weltweiten Vergleich eine abnehmende Dynamik ab.

Tabelle 1.2. Internationale Reiseverkehrseinnahmen und -ausgaben in OECD- und Partnerländern, 2017-18

In Millionen USD

	Reiseverkehrseinnahmen		Reiseverkehrsausgaben		Reiseverkehrsbilanz	
	2017	2018	2017	2018	2017	2018
Australien	41 732	45 036	34 409	36 803	7 323	8 232
Österreich	20 410	23 087	10 654	11 973	9 757	11 114
Belgien	8 360	8 911	15 481	18 517	-7 121	-9 606
Kanada	20 329	26 346	31 845	34 455	-11 516	-8 109
Chile	3 383	2 956	2 304	2 333	1 079	623
Tschechische Republik	6 933	7 451	5 442	5 967	1 491	1 484
Dänemark	8 498	9 101	9 793	10 490	-1 294	-1 389
Estland	1 651	1 789	1 246	1 470	405	319
Finnland	3 383	3 662	5 573	6 080	-2 190	-2 419
Frankreich	58 708	65 452	42 672	47 837	16 036	17 615
Deutschland	39 759	42 955	88 843	95 533	-49 084	-52 578
Griechenland	16 487	18 987	2 147	2 586	14 340	16 401
Ungarn	6 174	6 924	2 449	2 648	3 725	4 276
Island	3 011	3 140	1 657	1 840	1 354	1 300
Irland	5 603	6 182	6 552	7 401	-949	-1 219
Israel	6 810	7 245	7 057	7 668	-247	-423
Italien	44 123	49 236	27 674	30 082	16 450	19 154
Japan	34 054	42 096	18 189	20 216	15 866	21 880
Korea	13 368	15 319	31 691	31 973	-18 324	-16 654
Lettland	944	1 058	724	779	221	279
Litauen	1 318	1 504	1 109	1 399	209	105
Luxemburg	4 546	4 993	2 984	3 222	1 562	1 771
Mexiko	21 336	22 526	10 840	11 230	10 496	11 297
Niederlande	17 092	18 869	21 923	22 822	-4 831	-3 953
Neuseeland	10 594	11 004	4 439	4 612	6 155	6 391
Norwegen	5 558	5 843	16 212	17 341	-10 654	-11 498
Polen	12 694	14 067	8 802	9 746	3 892	4 321
Portugal	17 523	19 878	4 611	5 504	12 912	14 374
Slowakische Republik	2 916	3 199	2 395	2 627	521	572
Slowenien	2 843	3 192	1 490	1 640	1 353	1 552
Spanien	75 143	81 473	22 100	26 785	53 044	54 688
Schweden	14 106	14 949	16 983	18 058	-2 877	-3 108
Schweiz	16 481	16 971	17 843	18 355	-1 363	-1 383
Türkei	22 478	25 220	4 823	4 595	17 655	20 625
Vereinigtes Königreich	47 539	48 602	64 997	69 028	-17 458	-20 426
Vereinigte Staaten	210 655	214 680	134 868	144 463	75 787	70 217
Brasilien	5 809	5 917	19 002	18 263	-13 192	-12 346
Bulgarien	4 045	4 416	1 684	1 857	2 361	2 559
Kolumbien	4 921	5 557	4 475	4 824	446	732
Costa Rica	3 656	3 773	1 044	982	2 612	2 791
Kroatien	10 320	11 127	1 369	1 693	8 952	9 435
Ägypten	7 775	11 615	2 160	2 667	5 615	8 948
Indonesien	13 139	14 110	8 289	8 772	4 850	5 338
Kasachstan	2 135	2 255	2 560	2 687	-424	-432
Malta	1 722	1 819	467	512	1 255	1 308
Marokko	7 494	7 775	1 793	2 007	5 701	5 768
Peru	3 710	3 947	2 214	2 669	1 496	1 278

	Reiseverkehrseinnahmen		Reiseverkehrsausgaben		Reiseverkehrsbilanz	
	2017	2018	2017	2018	2017	2018
Rumänien	2 522	2 752	3 468	4 282	-946	-1 529
Russische Föderation	8 945	11 486	31 058	34 271	-22 113	-22 785
Serbien	1 344	1 547	1 380	1 643	-36	-96
Südafrika	8 810	8 985	3 255	3 400	5 555	5 585
EU-28	438 637	479 083	750 885	813 859		
OECD	826 541	893 901	682 818	738 075		
Welt¹	1 352 000	1 462 000	1 352 000	1 462 000		

Anmerkung: Weitere Informationen finden sich in den Länderprofilen.

1. UNWTO (2020).

Quelle: OECD Tourism Statistics (Datenbank).

StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/888934076229>

Sechs OECD-Länder – Finnland, Israel, Korea, Litauen, Slowenien und die Türkei – verzeichneten 2018 in Bezug auf internationale Touristenankünfte zweistellige Jahreswachstumsraten. Eine Reihe anderer Staaten meldeten hingegen Rekordzahlen, darunter Australien, Griechenland, Irland, Kanada, Polen, die Slowakische Republik und Ungarn. Im Gegensatz dazu registrierten Chile, Estland, Lettland, Luxemburg, Norwegen und das Vereinigte Königreich rückläufige Besucherzahlen. Einen Überblick über die von den OECD-Mitgliedern und ausgewählten Partnerländern verzeichneten internationalen Touristenankünfte liefert Tabelle 1.1.

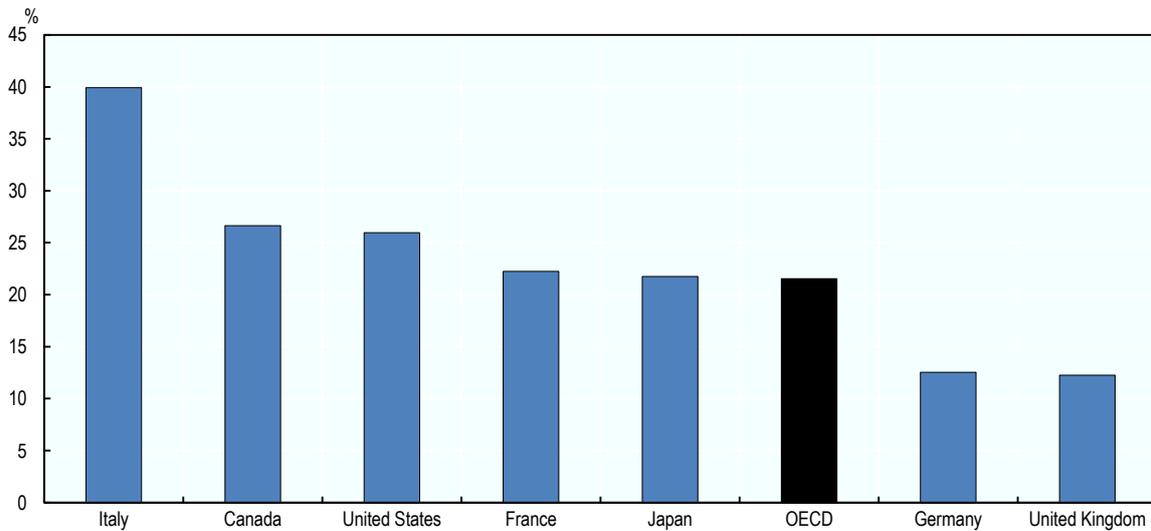
Weltweit erzielte der internationale Reiseverkehr 2018 Einnahmen in Höhe von 1 462 Milliarden USD – im Vorjahr waren es 1 352 Milliarden USD gewesen. Diese Zunahme um 4,8% entspricht der generellen Entwicklung bei den internationalen Touristenankünften (Tabelle 1.3). Seit der Jahrtausendwende haben sich die globalen Ausgaben im Reiseverkehr mehr als verdreifacht; 2018 betragen sie 1,5 Billionen USD und machten 7% der weltweiten Waren- und Dienstleistungsexporte aus (UNWTO, 2019b, 2020). Aktuelle Schätzungen der Welthandelsorganisation zufolge stellt der Tourismus den fünftgrößten Sektor im Dienstleistungshandel dar (WTO, 2019).

Der Anteil der OECD-Länder an den globalen Einnahmen (Exporte) bzw. Ausgaben (Importe) im Reiseverkehr lag 2018, ähnlich wie im Vorjahr, bei 61,2% bzw. 50,5%. 23 OECD-Länder verzeichneten 2018 eine positive Reiseverkehrsbilanz. Tabelle 1.2 bietet eine Übersicht über internationale Reiseverkehrseinnahmen und -ausgaben sowie die Reiseverkehrsbilanz in OECD-Staaten und ausgewählten Partnerländern.

Tourismusexporte sind von hoher Bedeutung für die Wirtschaft, da sie direkt und indirekt zur Wertschöpfung beitragen. Wie die Analyse des Handels auf Wertschöpfungsbasis zeigt, wirken sich touristische Ausgaben (gemessen anhand von Ausgaben durch Ausländer) stärker auf die Binnenwirtschaft aus als die Gesamtexporte. Auch in vorgelagerten Industrien und in anderen Ländern zeigen sie erhebliche Auswirkungen.

Gemäß aktueller Schätzungen anhand der Methode der OECD zur Erfassung des Handels auf Wertschöpfungsbasis (Trade in Value Added; TiVA) tragen 89% der Tourismusexporte – jedoch nur 81% der Gesamtexporte – zur inländischen Wertschöpfung in den OECD-Ländern bei (Abbildung 1.3); der restliche Anteil entfällt auf Wertschöpfung im Ausland (Importe). Mehr als ein Drittel der tourismusbedingten Wertschöpfung im Inland ist auf indirekte Effekte zurückzuführen, was die enge Verzahnung des Tourismus mit anderen Sektoren verdeutlicht (OECD, 2019a).

Abbildung 1.2. Anteil des Tourismus am Dienstleistungsexport, ausgewählte OECD-Länder, 2018



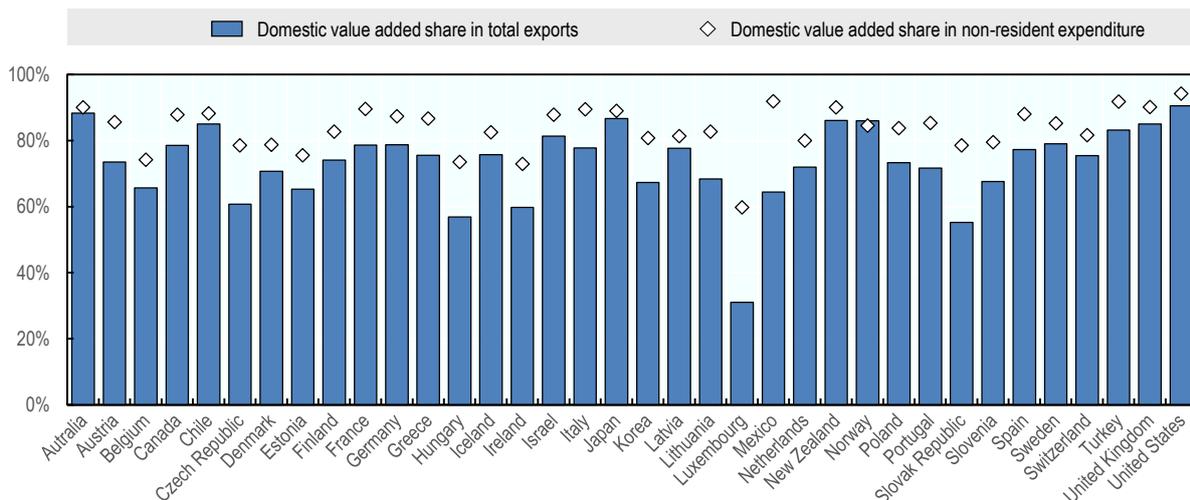
Quelle: OECD Trade in services by partner country (Datenbank), Auszug Januar 2020.

StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/888934076153>

Anders ausgedrückt: Pro US-Dollar an Tourismusexporten tragen 89 Cent zur inländischen Wertschöpfung bei; hiervon werden 56 Cent direkt erwirtschaftet, 34 Cent durch indirekte Effekte. Ebenso gilt, dass für jeden US-Dollar Mehrwert, den Tourismusexporte direkt erwirtschaften, zusätzlich 61 Cent indirekt in vorgelagerten Industrien generiert werden.

Abbildung 1.3. Wertschöpfung durch Tourismusaufgaben in OECD-Ländern

Verhältnis zwischen Inlandswertschöpfung und Exporten in Bezug auf Ausländerausgaben und Gesamtwirtschaft



Anmerkung: Ausgaben durch Ausländer sollen als Indikator für Tourismusaufgaben gelten.

Quelle: OECD Inter-Country Input-Output, 2018.

StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/888934076172>

Der inländische touristische Konsum entfällt zu durchschnittlich 75% auf den Inlandtourismus und zu 25% auf den Incoming-Tourismus. Dienstleistungen im Bereich Personenverkehr (21%), Beherbergung (19%) und Verpflegung (16%) machen zusammen weit mehr als die Hälfte des Gesamtkonsums aus (Abbildung 1.4).

Die Bedeutung des Inlandtourismus ist von Land zu Land sehr unterschiedlich. Mit einem Anteil von über 70% am inländischen touristischen Konsum ist er in Australien, Deutschland, Japan, Kanada, Mexiko, Norwegen, dem Vereinigten Königreich und den Vereinigten Staaten besonders bedeutsam. In anderen Ländern wie etwa Österreich halten sich Inländer- und Ausländerkonsum in etwa die Waage. Dagegen spielt der Incoming-Tourismus in Estland, Island, Polen, Portugal und Slowenien eine größere Rolle, wo der inländische Gesamtkonsum zu mehr als 60% durch den Ausländerreiseverkehr bedingt ist. Tabelle 1.3 bietet einen Überblick über den inländischen touristischen Konsum (Binnenreiseverkehr und Incoming-Tourismus) in ausgewählten OECD-Ländern.

Weltweit ist die Zahl der Touristenankünfte seit 2010 um fast 50% gestiegen – dies entspricht einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von über 5%. Die Attraktivität von Deviseneinnahmen und höhere Ausgaben durch ausländische Besucher haben viele Regierungen dazu veranlasst, verstärkt den Incoming-Tourismus zu fördern. Die Nachfrage profitiert dabei von einem günstigen wirtschaftlichen Umfeld, sinkenden Reisekosten, der fortschreitenden Globalisierung, der Liberalisierung und dem Ausbau des Luftverkehrs sowie der Ausbreitung digitaler Geschäftsmodelle und Plattformen, die den Verbrauchern leichter Zugang zu Reiseprodukten und vielen neuen Reisezielen gewähren (UNWTO, 2019a; WEF, 2019; IATA, 2019).

Prognosen zufolge wird sich der Wachstumskurs der Tourismusbranche fortsetzen. Allerdings ist zu erwarten, dass demographische Veränderungen, eine verbesserte Vernetzung, technische Innovationen sowie vermehrte Forderungen nach einer nachhaltigen und inklusiven Gestaltung des Wachstums das Erscheinungsbild des Tourismus bis zum Jahr 2040 bedeutend verändern werden, womit für die Destinationen neue Chancen und Herausforderungen einhergehen (OECD, 2018).

Aktuellen makroökonomischen Prognosen zufolge ist jedoch angesichts politischer Unsicherheiten und schwacher Handels- und Investitionsströme eine kontinuierliche Verschlechterung der Gesamtlage zu befürchten. Die globalen Aussichten sind instabil – so erwartet die OECD, dass die Wachstumsrate des Welt-BIP 2020-21 bei etwa 3% liegen wird, die niedrigste seit der globalen Finanzkrise. Im Bereich Handel und Investitionen vollziehen sich strukturelle Veränderungen, die durch Digitalisierung, Tertiärisierung sowie geopolitische Risiken bedingt sind. Zudem muss die Mehrheit der Unternehmen das große Produktivitätspotenzial digitaler Technologien noch besser ausschöpfen (OECD, 2019b).

Während sich in zahlreichen OECD-Ländern die Arbeitslosigkeit auf einem historischen Tiefstand befindet, bremsen das träge Lohn- und Produktivitätswachstum in vielen Branchen das Wirtschaftswachstum. Die Regierungen stehen unter Druck, dafür zu sorgen, dass die Chancen und Wahlmöglichkeiten des oberen Zehntels der Bevölkerung allen Bürgern offenstehen. Es besteht jedoch großer politischer Handlungsbedarf, um dieses Ziel zu erreichen. Als ein wichtiger Beschäftigungsmotor kann der Tourismus dazu beitragen, eine Vielfalt an Arbeitsplätzen für Menschen unterschiedlicher Altersgruppen und Qualifikationsniveaus zu schaffen – und dies nicht nur in großen Städten, sondern auch in abgelegenen ländlichen Gegenden, Küstenregionen oder anderen strukturschwachen Gebieten mit einem Mangel an Beschäftigungsalternativen. Der Anstieg der Beschäftigungszahlen, den das Gastgewerbe im Zeitraum von 1995 bis 2015 verzeichnete, lag mit 45% um etwa 30% höher als der durchschnittliche Zuwachs in der Gesamtwirtschaft; übertroffen wurde er nur vom Bereich „Grundstücks- und Wohnungswesen, Vermietung beweglicher Gegenstände, Erbringung von unternehmensbezogenen Dienstleistungen“ (OECD, 2019c).

Tabelle 1.3. Inländischer touristischer Konsum in OECD-Ländern, 2018 bzw. letztes verfügbares Jahr

	Bezugsjahr	Tourismusaufgaben im Inland	Tourismusaufgaben durch Inländer	Tourismusaufgaben durch Ausländer
		In Millionen USD (in jeweiligen Preisen)	Prozentualer Anteil	
Australien	2017	109 884	74%	26%
Österreich	2017	43 348	47%	53%
Belgien	2016	18 697	67%	33%
Kanada	2018	78 891	78%	22%
Chile	2018	9 875	62%	38%
Tschechische Republik	2017	12 205	42%	58%
Dänemark	2017	19 391	57%	43%
Estland	2014	2 245	12%	88%
Finnland	2016	12 617	69%	31%
Frankreich	2018	171 281	57%	43%
Deutschland	2015	293 020	85%	15%
Griechenland
Ungarn	2017	7 291	31%	69%
Island	2017	4 747	26%	74%
Irland	2007	9 278	46%	54%
Israel	2018	15 335	55%	45%
Italien	2015	124 635	57%	43%
Japan	2017	237 739	84%	16%
Korea
Lettland
Litauen	2017	2 439	40%	60%
Luxemburg
Mexiko	2018	167 448	83%	17%
Niederlande	2018	99 580	61%	39%
Neuseeland	2018	24 618	59%	41%
Norwegen	2017	21 352	70%	30%
Polen	2015	15 432	37%	63%
Portugal	2017	29 488	31%	69%
Slowakische Republik	2016	4 795	43%	57%
Slowenien	2017	4 719	30%	70%
Spanien	2015	139 605	53%	47%
Schweden	2018	38 737	57%	43%
Schweiz	2014	33 483	46%	54%
Türkei
Vereinigtes Königreich	2017	189 964	81%	19%
Vereinigte Staaten	2018	1 154 459	83%	17%
OECD-Durchschnitt			75%	25%

Anmerkung: Weitere Informationen finden sich in den Länderprofilen.

Umrechnung der Landeswährungen in USD auf Grundlage von OECD-Jahresdurchschnittskursen für jeweiliges Bezugsjahr.

Der touristische Konsum ergibt sich aus der Summe aus touristischen Ausgaben (monetäre Transaktionen) und weiteren Transaktionen.

Quelle: OECD Tourism Statistics (Datenbank).

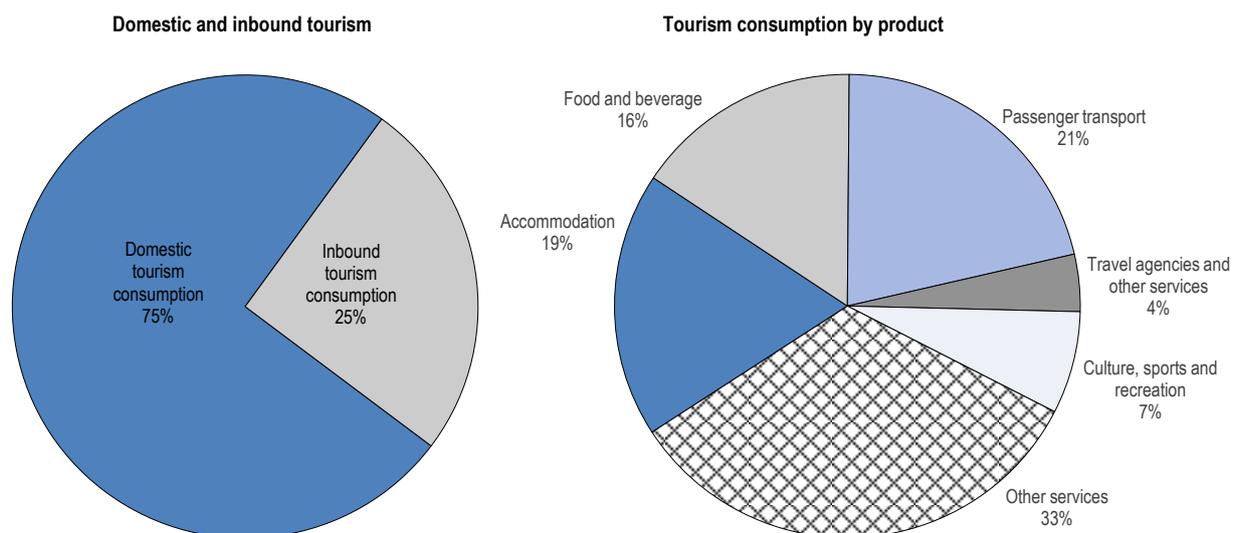
StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/888934076248>

Trotz ungewisser Aussichten für die nahe Zukunft ist zu erwarten, dass der Tourismussektor auf lange Sicht auf Wachstumskurs bleiben und zu einer zunehmend wichtigen Komponente aller OECD-Volkswirtschaften werden wird. Allerdings wird die Architektur der Branche die Auswirkungen

umfassender gesellschaftlicher, wirtschaftlicher, politischer, ökologischer und technologischer Entwicklungen zu spüren bekommen, womit neue, bisweilen unerkannte Herausforderungen, Bedrohungen und Chancen einhergehen werden. Um die politische Entscheidungsfindung zu erleichtern und die Zukunft des Tourismus zu gestalten, ist es wichtig, diesen Entwicklungen und ihren mannigfaltigen Auswirkungen auf den Grund zu gehen.

Abbildung 1.4. Inländischer touristischer Konsum, ausgewählte OECD-Länder

Nach Tourismusarten und -produkten, 2018 bzw. letztes verfügbares Jahr



Quelle: OECD Tourism Statistics (Datenbank).

StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/888934076191>

Die Digitalisierung steht beispielhaft für einen Prozess, der das Wachstum des Tourismus vorantreibt und den gesamten Wirtschaftszweig nachhaltig beeinflusst, indem er die Art des Reisens und der Erbringung von Dienstleistungen verändert. Kapitel 2 stellt die Frage, wie Tourismusbetriebe auf die digitale Zukunft vorbereitet werden können. Ziel ist eine allgemeine Bestandsaufnahme, die veranschaulichen soll, wie die Digitalisierung Geschäftsmodelle und -Prozesse im Tourismus verändert und wie sich mittelständische Reiseunternehmen in globale Wertschöpfungsketten und digitale Wirtschaftssysteme eingliedern.

Der kontinuierliche Anstieg der Besucherzahlen wirft die zentrale Frage auf, wie dieser zugunsten der Menschen, Regionen und Unternehmen zu gestalten ist. Oberste Priorität für Regierungen und zunehmend auch für die Gesellschaft ist ein besserer Schutz der Grundlagen, von denen die Tourismuswirtschaft abhängt. Diese Aufgabe ist für alle Destinationen bedeutsam, doch von besonderer Dringlichkeit ist sie in Regionen, die von Übertourismus betroffen sind. Kapitel 3 erörtert die Frage, wie Erfolg im Tourismus im Sinne eines nachhaltigen Wachstums neu gedacht werden kann. Ausführlich werden die Maßnahmen geschildert, die von Wirtschaft und Regierungen getroffen werden, um die Auswirkungen des Tourismus auf Destinationen besser zu verstehen, den Anstieg der Besucherzahlen besser zu bewältigen und eine nachhaltigere und inklusivere Entwicklung des Tourismus zu fördern.

Die Bewältigung dieser und weiterer Herausforderungen der Tourismusbranche verlangt einen umfassenden, zukunftsorientierten Ansatz bei der Erarbeitung und Umsetzung politischer Maßnahmen. Regierungen benötigen neue Daten, Analysen und Instrumente, die auf den sich schnell verändernden Tourismussektor abgestimmt sind. Auch die tourismuspolitischen Rahmenbedingungen müssen

angepasst werden, um die neuen Entwicklungen registrieren und auf sie reagieren zu können. Auf nationaler Ebene existieren in vielen Ländern bereits gut entwickelte Koordinierungsmaßnahmen sowie langfristige Strategien, die den ökonomischen und sozialen Nutzen des Tourismus maximieren und gleichzeitig dessen negative Umweltauswirkungen minimieren sollen. Nun stehen viele Regierungen vor der Aufgabe, auch auf subnationaler Ebene eine konsequente Umsetzung der auf nationaler Ebene beschlossenen Maßnahmen zu verfolgen und dabei sicherzustellen, dass die betroffenen Gemeinschaften und Regionen die Vorteile eines gut organisierten Tourismus in vollem Umfang nutzen und eine langfristige Perspektive auf Wohlstand haben können.

Quellenverzeichnis

- IATA (2019), IATA Annual Review 2019, <https://www.iata.org/en/publications/annual-review/>
- OECD (2019a), "Providing new OECD evidence on tourism trade in value added", OECD Tourism Papers, 2019/01, OECD Publishing, Paris. <http://dx.doi.org/10.1787/d6072d28-en>
- OECD (2019c), *OECD Employment Outlook 2019: The Future of Work*, OECD Publishing, Paris. <https://doi.org/10.1787/9ee00155-en>
- OECD (2019b), *OECD Economic Outlook, Volume 2019 Issue 2*, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/9b89401b-en>.
- OECD (2018a), *OECD Economic Outlook, Volume 2018 Issue 2*, OECD Publishing, Paris. https://doi.org/10.1787/eco_outlook-v2018-2-en
- OECD (2018b), *OECD Tourism Trends and Policies 2018*, Publishing Paris https://www.oecd-ilibrary.org/urban-rural-and-regional-development/oecd-tourism-trends-and-policies-2018_tour-2018-en
- UNWTO (2020), World Tourism Barometer, Volume 18, Issue 1, January 2020, <https://doi.org/10.18111/wtobarometereng>
- UNWTO (2019a), *International Tourism Highlights 2019*, Edition World Tourism Organization Madrid <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>
- UNWTO (2019b), World Tourism Barometer, Volume 17, Issue 4, November 2019, <https://doi.org/10.18111/wtobarometereng>
- WEF (2019), The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019, http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf
- WTO (2019), World Trade Statistical Review 2019, https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts2019_e/wts19_toc_e.htm

OECD Tourismstrends und politik 2020

In dieser Ausgabe werden touristische und tourismuspolitische Entwicklungen in 51 OECD-Mitgliedstaaten und Partnerländern analysiert. Der Bericht zeigt die Notwendigkeit ganzheitlicher und kohärenter Ansätze bei der Gestaltung von Tourismuspolitik sowie die Bedeutung der Tourismuswirtschaft auf. Er enthält statistische Daten in Bezug auf Inlands-, Incoming- und Outgoing-Tourismus, Unternehmen und Beschäftigung sowie den inländischen touristischen Konsum. Unter Heranziehung von Praxisbeispielen aus verschiedenen Ländern werden tourismuspolitische Schwerpunktthemen, Reformen und Entwicklungen untersucht. Themenbezogene Kapitel erörtern die Frage, wie Tourismusunternehmen auf den digitalen Wandel vorbereitet werden können, und stellen neue Wege vor, den Tourismus nachhaltiger und inklusiver zu gestalten.

Inhalt

Zusammenfassung

Teil I. Aktive Tourismuspolitik

Kapitel 1. Entwicklungen und politische Schwerpunktthemen im Bereich Tourismus

Kapitel 2. Touristische Unternehmen auf die digitale Zukunft vorbereiten

Kapitel 3. Wirtschaftlichen Erfolg im Sinne eines nachhaltigen Wachstums neu denken

II. OECD-Länderprofile

Australien, Österreich, Belgien, Kanada, Chile, Tschechische Republik, Dänemark, Estland, Finnland, Frankreich, Deutschland, Griechenland, Ungarn, Island, Irland, Israel, Italien, Japan, Korea, Lettland, Litauen, Luxemburg, Mexiko, Niederlande, Neuseeland, Norwegen, Polen, Portugal, Slowakische Republik, Slowenien, Spanien, Schweden, Schweiz, Türkei, Vereinigtes Königreich, Vereinigte Staaten

Teil III. Partnerländerprofile

Brasilien, Bulgarien, Kolumbien, Costa Rica, Kroatien, Ägypten, Indonesien, Kasachstan, Malta, Marokko, Peru, Rumänien, Russische Föderation, Serbien, Südafrika

Diese Veröffentlichung ist im Internet unter der Domain <https://doi.org/10.1787/6b47b985-en>.

Diese Publikation erscheint in der OECD iLibrary, in der sämtliche von der OECD veröffentlichten Bücher, Periodika und statistischen Datenbanken aufgeführt sind.

Weitere Informationen unter www.oecd-ilibrary.org pour plus d'informations.

