

**5 Thesen zum
Tourismus im Burgenland**

Symposium

**“Der Gast im Burgenland”
Schwächen und Zukunftspotentiale**

8. Juni 2016

These 1: Der Tourismus im Burgenland besteht (noch) aus Insellösungen

- Sechs Gemeinden verbuchen seit Jahren rund **45% der burgenländischen Gäste-nächtigungen**
- Rund **80% aller Kultur-/Eventbesucher** entfallen auf **vier** Veranstaltungen
- Förderung des Thermen- und Gesundheitstourismus führt zu einem **Verdrängungswettbewerb** im Land

These 2: Der Tourismus mobilisiert (bei weitem) nicht alle Gästepotenziale

- Die **Tourismusedwicklung** rund um das Burgenland ist **auf Papier** dynamisch (2014 6,3 Millionen **Tagesgäste**), allerdings betreffen über 50% das **Outlet-Center Parndorf** (Einkaufscenter - Besucher!! – eine seltsame Zuordnung)
- 2015 waren **570.000 Besucher bei Kultur/Eventveranstaltungen**
- Dazu kommen 1,3 Millionen Übernachtungen in **touristischen Zweitwohnsitzen** (2014)

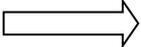
These 3: Konzentration auf Thermen zulasten der Internationalisierung

- Seit 1990 hat das Burgenland **ein Drittel** seiner damaligen Nächtigungen von Gästen aus dem Ausland **eingebüßt**
- Im Gegensatz dazu **steigen die Inländernächtigungen**, seit 2000 um 29%
- Der Anteil der ausländischen Gäste in den **Thermengemeinden** ist **gering**

These 4: Der burgenländische Tourismus braucht stärkere Standbeine

- Durch den Thermen- und Gesundheitstourismus wurden die Nächtigungen im Winter gesteigert, **2/3** entfallen immer noch **auf den Sommer**
- Sechs Thermengemeinden stellen fast **ein Drittel aller Betten**
- Im umliegenden Großraum besteht ein Potential von 10 Millionen Menschen für **Angebote in Natur, Kultur/Events, Kulinarik** (Saisonverlängerung)

These 5: Wertschöpfung aus Tourismus muss in der Wirtschaft ankommen

- 2010-2014 wurden über Förderprogramme rund **195 Millionen Euro an tourismusbezogenen Fördermitteln** ausgeschüttet, vor allem für **Wellness-/Thermenstandorte**.
  Weiterhin großer Investitionsbedarf!
- Im Vergleich zu anderen Regionen **enormer Einsatz von öffentlichen Mitteln**, gemessen am erzielten touristischen Effekt
- Der Erhalt der derzeitigen Marktposition kann **in Zukunft über öffentliche Mittel in diesem Ausmaß nicht finanziert** werden