
Presse.

Vorarlberg Tourismus GmbH

Pressekonferenz am 20. Mai 2021

Veränderungen fordern Stärkung der Tourismusgesellschaft des Landes

Nach Jahren steigender Ankünfte und Nächtigungen hat gerade die Pandemie die vielfältige Bedeutung des Tourismus auch für Einheimische aufgezeigt, sei es als Arbeitgeber oder Impulsgeber für andere Branchen – von Handwerk oder Handel bis zum Image des Landes über die Grenzen hinaus. Gleichfalls wurde sichtbar, wie schnell sich eine erfolgreiche Entwicklung ändern kann. Der aktuelle Prüfbericht des Landesrechnungshofs untersucht, welche Grundlagen die Vorarlberg Tourismus GmbH mitbringt, um die zukünftigen Herausforderungen zu bewältigen, erklärt Direktorin Brigitte Eggler-Bargehr. Die Erkenntnisse aus der Prüfung der Jahre 2017 bis 2019 kommen angesichts der anstehenden Überarbeitung der Tourismusstrategie genau zur richtigen Zeit.

Die Vorarlberg Tourismus GmbH ist landesweit für die Führung und Weiterentwicklung der Tourismusmarke Vorarlberg, für die Vermarktung des Urlaubslandes sowie für Dienstleistungen wie Marktforschungen oder digitale Services zuständig. Im Prüfzeitraum waren durchschnittlich knapp 17 Vollzeitbeschäftigte angestellt, das Jahresbudget lag bei rund fünf Mio. Euro. Eine wichtige Funktion kommt ihr bei der Koordination und Vernetzung im Tourismussystem zu. Denn auf Bundes-, Landes- oder regionaler Ebene gibt es zahlreiche Akteure, die ähnliche Aufgaben erfüllen. Sie arbeiten auf Augenhöhe mit Fokus auf ihre jeweilige Tourismusregion. So bestehen in Vorarlberg beispielsweise sechs selbstständige Destinationen, die teilweise mit der Vorarlberg Tourismus GmbH gemeinsam Angebote entwickeln und Services nützen.

Neue Anforderungen und Digitalisierung meistern

Schon vor der Pandemie musste die Vorarlberg Tourismus GmbH auf wandelnde Anforderungen reagieren. Als Beispiele nennt die Direktorin des Landes-Rechnungshofs die zunehmende Digitalisierung oder verändertes Urlaubsverhalten. Dies hat intern zur Verlagerung von Aufgaben geführt – der Anteil klassischer Marketingaktivitäten sank, digitale Serviceleistungen nahmen zu. Die Antwort der Gesellschaft war u.a. ein neues Organisationsmodell, welches eine agile und themenorientierte Arbeitsweise fördert. Zudem wurden digitale Kompetenzen aufgebaut. Die selbst entwickelte Systemlösung V-Cloud, eine von allen Partnern vielfältig nutzbare Informationsplattform für Tourismusinhalte, ist ein Beispiel dafür. Die Prüfer bemängeln allerdings, dass der Fokus stark auf der technischen Entwicklung lag und potenziellen Anwendern Vorteile und Nutzen nicht ausreichend dargelegt wurden. Egger-Bargheer empfiehlt weiters eine effektivere Berichterstattung: „Der Aufsichtsrat ist über strategisch wichtige Vorhaben wie dieses Projekt regelmäßig zu informieren. Denn nur so kann er Entwicklungen frühzeitig lenken.“ Sie fordert daher, die dazu notwendigen Voraussetzungen wie eine Kostenrechnung für größere, mehrjährige Projekte, eine Kostenplanung oder ein Projektcontrolling zu schaffen und zudem die aufgezeigten Verbesserungen bei internen Regelungen umzusetzen. Geänderte Anforderungen liegen auch der Zusammenarbeit mit den Destinationen zu Grunde, etwa bei der Marktbearbeitung. Im neu ausgerichteten Netzwerk kofinanziert die Vorarlberg Tourismus GmbH Projekte der Destinationen, welche einen Beitrag zur Stärkung der Tourismusmarke leisten. Dabei werden für innovative Vorhaben höhere Beiträge geleistet. Allerdings hinterfragt die Direktorin die Wirkung des angestrebten Lenkungseffekts und regt eine Evaluierung an. „Diese Form der Mitfinanzierung bietet nur wenig Anreize, denn unabhängig vom Finanzierungsanteil eines Projekts bleibt die maximal mögliche Gesamtförderung für jede Destination gleich“, argumentiert Egger-Bargheer.

Rolle der Gesellschaft in Strategieumsetzung festigen

Die Tourismusstrategie 2030 wird derzeit vom Land und der Wirtschaftskammer Vorarlberg als Eigentümer der Landestourismusgesellschaft gemeinsam erarbeitet, wobei die bisherigen Kernwerte Gastfreundschaft, Regionalität und Nachhaltigkeit weiterhin im Fokus stehen. Die Analyse des Landes-Rechnungshofs unterstreicht die Erkenntnis der Strategiepartner, dass gerade die Vielzahl aller Akteure im Tourismussystem eine professionelle Steuerung verlangt. Das heißt, dass die Umsetzung des Strategieprozesses aktiv und fortlaufend begleitet werden muss. Dies war in der Strategieumsetzung 2020 nur anfänglich u.a. über eine externe Beratung gegeben. Eine bei der Vorarlberg Tourismus GmbH vorgesehene Stelle zur Gesamtkoordination wurde nicht realisiert. Für die Umsetzung der aktuell weiterzuentwickelnden Strategie 2030 ist eine aktive und fortlaufende Begleitung sicherzustellen. Dafür wird eine bei der Landestourismusorganisation angesiedelte Stabstelle als zweckmäßig erachtet. Egger-Bargehr legt Wert darauf, dass das Unternehmen diese Funktion stärker wahrnehmen kann und ergänzt: „Keineswegs sollen zusätzliche Schnittstellen oder eigene Strukturen geschaffen werden.“ Darüber hinaus sind aussagekräftige Indikatoren festzulegen, mit denen das Erreichen angestrebter Ziele gemessen und überprüft werden kann. Neben der Tourismusmarke gibt es nunmehr auch die Marke Vorarlberg, welche den gesamten Wirtschaftsstandort des Landes umfasst. Eine zielgerichtete und abgestimmte Ausrichtung der beiden Marken ist wichtig, Doppelgleisigkeiten sind unbedingt zu vermeiden.

Mitverantwortung der Wirtschaftskammer auch bei Finanzierung

Eigentümer der Vorarlberg Tourismus GmbH sind das Land Vorarlberg zu 75 und die Wirtschaftskammer Vorarlberg zu 25 Prozent. Finanziert wird die Gesellschaft überwiegend durch Zuschüsse beider Eigentümer, die Finanzierungsanteile entsprechen jedoch nicht dem Beteiligungsverhältnis. Im Prüfzeitraum kamen 98 Prozent der Zuschüsse vom Land und nur 2 Prozent von der Wirtschaftskammer. Ein Ungleichgewicht zeigt sich auch in der Besetzung des beratenden Ausschusses. Sechs von acht Mitgliedern wurden von der Wirtschaftskammer nominiert. Der Landes-Rechnungshof erachtet dieses Gremium im Hinblick auf die vielseitigen Interessenlagen im Tourismus grundsätzlich als geeignet. „Im Sinne der gesamtheitlichen Betrachtung von Tourismus und Lebensraum ist aber eine themenspezifisch breite Einbindung auch anderer, nicht gewerblicher, Interessen zielführend“, erläutert die Direktorin. Sie empfiehlt dem Aufsichtsrat, die generelle Arbeitsweise dieses Ausschusses verbindlich festzulegen und ihn auch gezielt zu beauftragen, damit gewünschte Themen der Eigentümer entsprechend behandelt werden. Zudem sind höhere finanzielle Beiträge der Wirtschaftskammer, die auch ihrer Mitverantwortung als Eigentümerin entsprechen, anzustreben.

Factbox.

Vorarlberg Tourismus GmbH

Gesellschafter: Land Vorarlberg 75%, Wirtschaftskammer Vorarlberg 25%

Gewinn- und Verlustrechnung 2017 2018 2019 Veränderung in Tsd. € in %

Umsatzerlöse u. sonstige Erträge	708	663	728	3
Aufwendungen	-4.807	-4.792	-5.026	5
Werbung	-3.064	-2.909	-3.063	0
Personal	-1.443	-1.547	-1.610	12
Sonstige	-300	-336	-354	18
Betriebsergebnis	-4.099	-4.129	-4.299	5
Finanzergebnis und Steuern	2	-1	-3	-
Jahresfehlbetrag	-4.097	-4.130	-4.302	5
Zuschüsse Land	4.027	4.058	4.270	6
Zuschüsse WKV	85	86	87	3
Überdeckung	14	13	56	286
Ergebnisübernahme Land	-14	-13	-56	-
Bilanzergebnis	0	0	0	-

Bilanz

in Tsd. €

Bilanzsumme	2.079	2.323	2.473	23
Verbindlichkeiten gegenüber Land	-86	-99	-155	80

Personal

Vollzeitbeschäftigte per 31.12.*	16,3	16,6	15,1	-7
----------------------------------	------	------	------	----

Leistungen

Neuausgabe Vorarlberg Magazin	1	1	1**	-
Anzahl V-Card Verkäufe	7.418	7.351	9.989	35
Ø Verkaufspreis V-Card netto in €	35,37	38,96	39,28	11
V-Cloud Kosten in Tsd. €	108	196	181	68

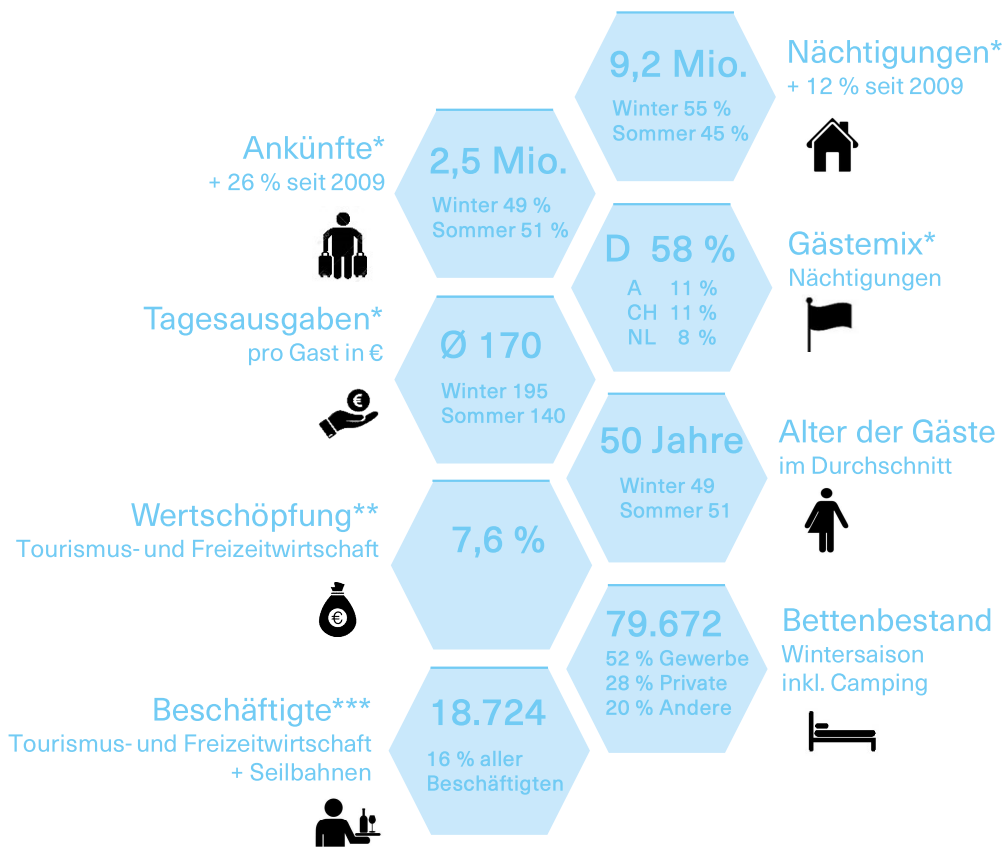
* ohne Geschäftsführer

** Druck Anfang 2020

Quelle: Vorarlberg Tourismus GmbH; Berechnungen Landes-Rechnungshof; Rundungsdifferenzen

Tourismuszahlen im Überblick

im Jahr 2019



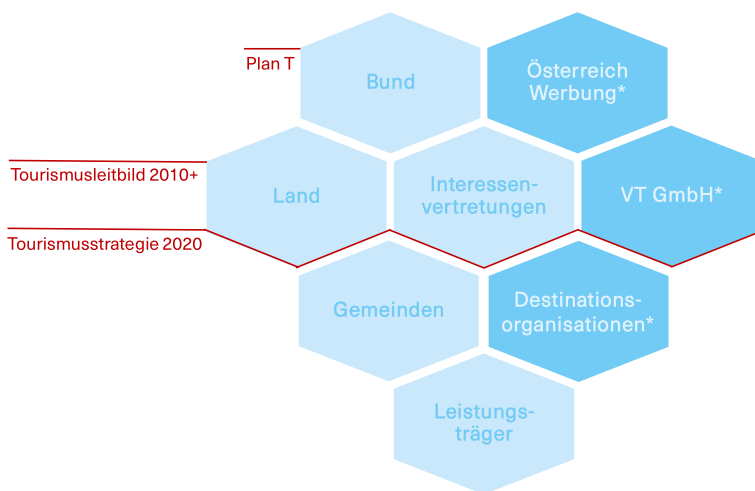
* Tourismusjahr 2019: November 2018 bis Oktober 2019

** Anteil am Bruttoregionalprodukt Vorarlberg 2012, direkte u. indirekte Effekte ohne Geschäftsreisen

*** Unselbständig Beschäftigte der gewerblichen Wirtschaft zum 31. Jänner 2019

Quelle: Landesstelle für Statistik, Wirtschaftskammer Vorarlberg, Tourismus-Monitor Austria, Management Center Innsbruck; Berechnung und Darstellung Landes-Rechnungshof

Wesentliche Akteure und Strategiepapiere



* Tourismusorganisationen

Quelle: Bundes- und landesweite Strategiepapiere; Darstellung Landes-Rechnungshof

Leistungsübersicht

	Markenmanagement		Märkte & Kommunikation		Dienstleistungen für Tourismussystem		
	Marke führen und weiterentwickeln		Märkte bearbeiten, Kommunikation koordinieren		Service- und Unterstützungsleistungen anbieten		
SGF	Markenmanagement		Märkte & Kommunikation		Dienstleistungen für Tourismussystem		
Handlungsfelder, Leistungen	Markenagentur <ul style="list-style-type: none"> • Markenprofil stärken • Qualität sichern • Mit Externen abstimmen 	Tourismuskensystem mit Destinationen <ul style="list-style-type: none"> • Kooperation bei Corporate Design bieten • Markenprozesse unterstützen 	Marktbearbeitung <ul style="list-style-type: none"> • Marketing im Netzwerk • Internationalisierung 	Kommunikation <ul style="list-style-type: none"> • Botschaften mit Destinationen abstimmen 	Marktforschung <ul style="list-style-type: none"> • T- MONA • Länderstudien 	Datenmanagement <ul style="list-style-type: none"> • V-Cloud 	Digitale Services <ul style="list-style-type: none"> • Card-System • Eventserver
	Messgrößen	<ul style="list-style-type: none"> • Befragungen zur Marke • Anzahl Markenpartner • ... 		<ul style="list-style-type: none"> • Anzahl koordinierte Aktivitäten • Beobachtung digitale Präsenz • ... 		<ul style="list-style-type: none"> • Periodische Beteiligung an Marktstudien • Anzahl digitale Partner • ... 	

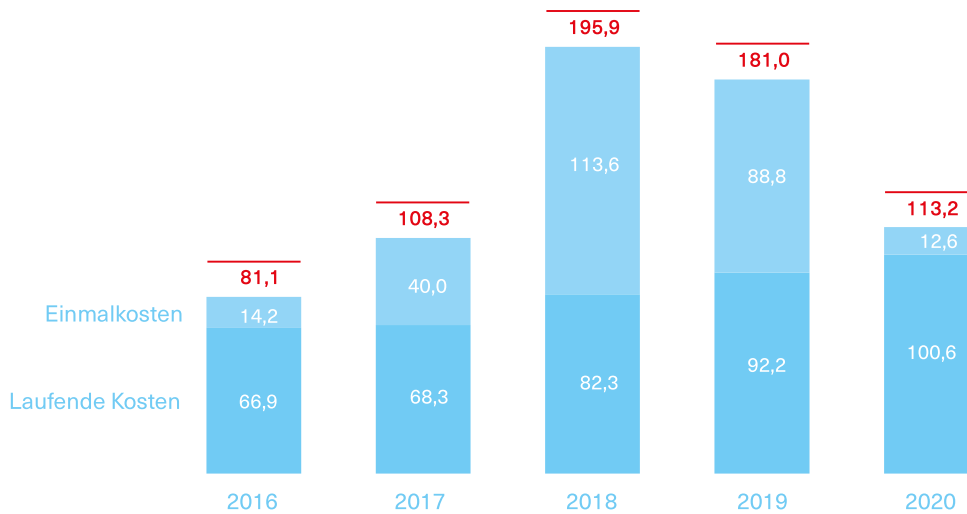
Hinweis: SGF = Strategische Geschäftsfelder

Quelle: Vorarlberg Tourismus GmbH; Darstellung Landes-Rechnungshof

V-Cloud Kosten

in den Jahren 2016 bis 2020

in Tsd. €



Quelle: Vorarlberg Tourismus GmbH; Berechnungen Landes-Rechnungshof; Rundungsdifferenzen

Finanzielle Entwicklung V-Card

in den Jahren 2017 bis 2019

in €

	2017	2018	2019
Nettoumsatz	262.400	286.400	392.400
Ausschüttung an Leistungspartner	-223.000	-243.400	-333.500
Provision an Verkaufsstellen	-13.100	-14.300	-19.600
Deckungsbeitrag VT GmbH	26.200	28.600	39.200
Kosten VT GmbH	-50.300	-48.800	-47.400
Unterdeckung VT GmbH	-24.000	-20.100	-8.200
Verkaufte Karten gesamt	7.418	7.351	9.989
Durchschnittspreis je Karte	35,37	38,96	39,28

Quelle: Vorarlberg Tourismus GmbH; Berechnungen Landes-Rechnungshof; Rundungsdifferenzen

Für Rückfragen

Dr. Brigitte Egger-Barghehr
Landes-Rechnungshof Vorarlberg
+43 5574 / 53069-30100
+43 664 / 88986837
brigitte.egger-barghehr@lrh-v.at
www.lrh-v.at