

Präsidentin des Nationalrates
Mag. Barbara PRAMMER
Parlament
1017 Wien

XXIV. GP.-NR
10012 /AB
14. Feb. 2012
zu 10154 /J

Wien, am 10. Februar 2012

Geschäftszahl:
BMWfJ-10.101/0418-IK/1a/2011

In Beantwortung der schriftlichen parlamentarischen Anfrage Nr. 10154/J betreffend „Klarstellungen zur Tourismusstrategie "Neue Wege im Tourismus", welche die Abgeordneten Heidrun Silhavy, Kolleginnen und Kollegen am 14. Dezember 2011 an mich richteten, stelle ich fest:

Antwort zu den Punkten 1 und 3 der Anfrage:

Die Evaluierung der Tourismusförderung wurde im September 2008 in Auftrag gegeben und im Oktober 2009 fertiggestellt. Die Ergebnisse der Evaluierung flossen in die Neuausrichtung der Tourismusförderung mit ein. Die neuen Tourismus- Förderungs-Richtlinien sind am 19. Jänner 2011 in Kraft getreten. Als Hauptzielsetzungen der Neuausrichtung sind hervorzuheben, dass die jährliche thematische Schwerpunktsetzung im Tourismus weiterhin Unterstützung durch die Schwerpunktaktionen im Tourismus findet, die Einführung der Förderpyramide klare Schnittstellen zu den Förderungen der Bundesländer schafft und eine Fokussierung des Förderungsmiteinsatzes auf touristisch bedeutsame Vorhaben erfolgt.



Antwort zu Punkt 2 der Anfrage:

Wer Förderungswerber sein kann, wird in den Tourismus-Förderungs-Richtlinien festgelegt und maßgeblich durch die KMU-Definition der Europäischen Kommission bestimmt. Förderungswerber können grundsätzlich physische oder juristische Personen sowie sonstige Gesellschaften des Unternehmensrechts sein, die ein Unternehmen des Tourismus oder der Freizeitwirtschaft rechtmäßig selbständig betreiben oder zu betreiben berechtigt sind, als KMU im Sinne der KMU-Definition der Europäischen Kommission gelten, über eine Betriebsstätte in Österreich verfügen und im Rahmen ihrer Mitgliedschaft bei der Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft der Wirtschaftskammer Österreich der Gewerbeordnung unterliegen.

Gebietskörperschaften kommen als Förderungswerber nicht in Betracht. Hinsichtlich der Beteiligung von Gebietskörperschaften bzw. Körperschaften öffentlichen Rechts an Förderungswerbern gelten die Bestimmungen der KMU-Definition der Europäischen Kommission. Darüber hinaus kommen juristische Personen, an denen Gebietskörperschaften zu mehr als 50% beteiligt sind, als Förderungswerber nicht in Betracht.

Antwort zu den Punkten 4 bis 10 der Anfrage:

Die saisonalen Schwankungen im österreichischen Tourismus sind relativ groß. Ziel muss es daher sein, die Auslastung in den schwächeren Monaten zu erhöhen. Die in den letzten Jahren erfolgte thematische Fokussierung auf wetterunabhängige Tourismusangebote wie Kultur-, Gesundheits- und Geschäftstourismus dient der Verwirklichung dieses Ansatzes.

Bundesseitig können Anreize für Investitionen in Infrastrukturmaßnahmen geschaffen werden, die zu Saisonverlängerungen beitragen. In den neuen TOP-Tourismus-Förderungsrichtlinien wurde eine Differenzierung hinsichtlich der Förderungsintensität bei der Tourismusinfrastruktur eingeführt. Investitionen in

die Sommerinfrastruktur werden dabei mit einem höheren Zuschuss bzw. Zinsenzuschuss gefördert. In den letzten Jahrzehnten wurde deutlich mehr in Wintertourismusangebote investiert, was auch die Zuwächse im Winter erklärt.

Die Kriterien für Förderungen sind in den Richtlinien geregelt; spezielle Anforderungen an Ganzjahresdestinationen gibt es nicht.

Auch die 2011 geschaffene Förderinitiative "Bund-Länder-Innovationsmillion" unterstützt Initiativen zur Saisonverlängerung. Sie richtet sich an Kooperationen von Unternehmen aus der Tourismus- und Freizeitwirtschaft, aber auch mit ihnen zusammenarbeitende andere Unternehmen und Organisationen. Leuchtturm-Projekte bekommen die Chance, innovative Ideen entlang der gesamten touristischen Wertschöpfungskette umzusetzen. Somit können innovative Kooperationen von Tourismusbetrieben mit branchenfremden Partnern unterstützt werden.

Als Beispiele dienen zwei im Rahmen der "Bund-Länder-Innovationsmillion" 2011 ausgewählte Leuchtturmprojekte. Das Projekt "Ganzjahresdestination Hohe Tauern Health" (Salzburg) hat die Entwicklung neuer buchbarer Ganzjahresproduktketten für die Zielgruppe Asthmatiker und Allergiker durch den Ausbau der zwischen- und überbetrieblichen Kooperation zum Inhalt. Das Projekt "Wanderdestination Information & Vermarktung Bad Kleinkirchheim" verfolgt das Ziel, die Region Bad Kleinkirchheim als "Premium-Wanderdestination" zu positionieren.

Diese Förderinitiative wird in den Jahren 2012 und 2013 fortgeführt.

Antwort zu Punkt 11 der Anfrage:

Die Gemeinden sind zumeist indirekt über Tourismusverbände oder Marketingorganisationen sowohl auf Länder- als auch auf Bundesebene in den touristischen Entscheidungs- oder Beratungsgremien vertreten und leisten damit einen wesentlichen Beitrag zur erfolgreichen Umsetzung der Tourismusstrategie.

