
666/J XXV. GP

Eingelangt am 19.02.2014

Dieser Text wurde elektronisch übermittelt. Abweichungen vom Original sind möglich.

Anfrage

des Abgeordneten Mag. Hauser
und weiterer Abgeordneter

an den Bundesminister für Wirtschaft, Familie und Jugend
betreffend „Was kostete der Österreich Werbung der Austria Tourismus Day im
Austria Tirol House und warum fehlen dort Tiroler Regionen?“

„Tirol & ÖOC - Gemeinsamer Auftritt in Sotschi - Die lange olympische Geschichte Tirols wird um ein Kapitel reicher: Unter dem Motto ‚Bringing the Alps to Sochi‘ bringt Tirol alpines Lebensgefühl zu den Olympischen Spielen 2014 nach Sotschi. Als ‚Exklusiver Premium Partner‘ des Österreichischen Olympischen Comités (ÖOC) sorgt das Wintersportland Nummer 1 der Alpen für gelebte Gastfreundschaft und typische Kulinarik im Austria Tirol House. Gleich neben der Bahnstation im Zentrum des Mountain Clusters in Rosa Khutor gelegen (unter anderem finden dort die Alpin- und Freestylebewerbe der Olympischen Winterspiele statt, Anmerkung), präsentiert sich Tirol den internationalen Gästen aus Sport, Wirtschaft und Politik ... Neben Partnern aus der Wirtschaft tragen insbesondere die Partnerregionen Innsbruck, Ischgl, Seefeld und das Zillertal zur alpinen Stimmung und Tiroler Gastlichkeit in Russland bei. ... Bringing the Alps to Sochi‘ - so lautet das Motto der Tirol Werbung und ihren Partnern für die Olympischen Winterspiele in Sotschi“, ist auf den Internetseiten sochi.tirol.at zu lesen.

„Viele Tiroler Regionen, darunter ganz Osttirol, spielen im Tirol House keine Rolle. Aus Sicht der unterfertigten Abgeordneten sollte aber jede Tiroler Region im Tirol House vertreten sein. Wenn alle Tiroler Regionen mit einer kurzen Werbebotschaft und der Internetadresse präsent wären - zum Beispiel: Osttirol hat super Schneesverhältnisse – www.osttirol.com - , könnte die Entwicklung im Tourismus, dass größere Regionen immer stärker werden und kleinere kleiner werden, durchbrochen werden.

In diesem Zusammenhang richten die unterfertigten Abgeordneten an den Bundesminister für Wirtschaft, Familie und Jugend folgende

Anfrage:

1. Wer ist der Initiator des Austria Tirol House und wie hat sich die Österreich Werbung daran beteiligt?

Dieser Text wurde elektronisch übermittelt. Abweichungen vom Original sind möglich.

2. Welche Bundesländer sind als Partner dabei, welche sonstigen Partner und Unternehmungen sind beteiligt?
3. Wie schauen die Partnerschaften aus?
4. Was zahlen die jeweiligen Partner bzw. Unternehmungen dafür?
5. Wie hoch sind die Gesamtkosten für das Austria Tirol House?
6. Wie setzen sich die Gesamtkosten zusammen (mit der Bitte um detaillierte Auflistung)?
7. Wie erfolgt die Bewerbung des Austria Tirol House und wie hoch sind die Kosten dafür?
8. Wie hoch sind die Kosten für die Homepage und deren Betreuung?
9. Wie hoch ist der Anteil an den Gesamtkosten, den die Österreich Werbung übernommen hat?
10. Wie viel hat der Österreich-Werbung der Tourism Day der Österreich Werbung gekostet, der gemeinsam mit dem Salzburger Land und der Kärnten Werbung im Austria Tirol House gefeiert worden ist, und bei dem auf das Urlaubsland Österreich aufmerksam gemacht werden sollte?
11. Wie wurde beim Tourism Day auf das Tourismusland Österreich aufmerksam gemacht?
12. Wie hoch ist der Anteil an den Kosten, den die Tirol Werbung übernommen hat?
13. Fließen oder flossen für das Austria Tirol House öffentliche Mittel?
14. Wenn ja, von wem und wie viel?
15. Welche Regionen sind beteiligt?
16. Was zahlen die jeweiligen Regionen dafür?
17. Warum sind nicht alle Tiroler Regionen im Austria Tirol House präsent?
18. Wieso sind nicht alle Tiroler Regionen mit einer kurzen Werbebotschaft und der Internetadresse präsent?
19. Wer war für die Akquisition der Regionen, Partner und Unternehmungen zuständig?