

II 1709 der Beilagen zu den stenographischen Protokollen des Nationalrates
XI. Gesetzgebungsperiode

Präs.: 27. Juni 1969

No. 1337/J

A n f r a g e

der Abgeordneten Haberl, [REDACTED], Horejs, Fröhbauer
und Genossen
an den Bundesminister für Handel, Gewerbe und Industrie
betreffend die schlechte Situation in der österreichischen
Fremdenverkehrswerbung.

Entgegen Erklärungen der Bundesregierung und des Bundesministers
für Handel, Gewerbe und Industrie liegt gemäß Pressemeldungen die
österreichische Fremdenverkehrswerbung im Argen.

Der Geschäftsführer des Vereins Österreichischer Fremdenverkehrs-
werbung legte die unbefriedigende Situation der österreichischen
Fremdenverkehrswerbung vor der Öffentlichkeit dar und wies
besonders auf die peinlichen Konsequenzen, die sich aus der
unbefriedigenden Finanzlage des Vereins ergeben, hin:

Auflassung von etwa fünf Zweigstellen in Spanien, Italien,
Schweiz, Deutschland und England, Auflassung von Gassenlokalen
in Berlin und Frankfurt, Reduktion von Umfang und Auflagenzahl
der Prospekte bzw. Auslaufen einzelner Prospekt-Sorten, Absage
von Veranstaltungen im Ausland und einer Anzahl anderer Werbe-
maßnahmen.

Um mit den Kostensteigerungen vor allem im Ausland Schritt halten
zu können, würde die Fremdenverkehrswerbung eine Aufstockung des
derzeitigen Etats schon für 1970 um zwölf Mill. S. benötigen. Darin
nicht enthalten ist der Nachholbedarf für die Angleichung der
Gehälter der Bediensteten in den ÖFVW-Zweigstellen an vergleichbare
Auslandsgehälter in der Höhe von 1,8 Mill. S. Ebenso im Rückstand
befindet sich das Gehaltsniveau im Inland, wo eine Besserstellung

- 2 -

in Form von Gehaltsregulierungen einen jährlichen Mehrbetrag von rund 2,8 Mill. S. erfordern würde.

Angesichts dieser Situation stellen die unterzeichneten Abgeordneten an den Herrn Bundesminister für Handel, Gewerbe und Industrie die nachstehenden

A n f r a g e n :

1.) Wie begründen Sie die schlechte Situation in der österreichischen Fremdenverkehrswerbung ?

2.) Vertreten Sie die Auffassung, daß die verminderte Werbung für den österreichischen Fremdenverkehr dessen Entwicklung nicht negativ beeinflußt, insbesondere in einer Zeit des zunehmenden Konkurrenzdrucks im internationalen Fremdenverkehr, der besonders durch eine starke Ausweitung der Fremdenverkehrswerbung durch Konkurrenzländer gekennzeichnet ist ?