

II 2709 der Beilagen zu den stenographischen Protokollen des XI. Nationalrates  
XI. Gesetzgebungsperiode

Präc.: 27. Juni 1969 No. 1337/3

### A n f r a g e

der Abgeordneten Haberl, [REDACTED], Horejs, Frühbauer 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 Werbemaßnahmen.

Um mit den Kostensteierungen 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 ÖFVV-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 ?