

Anfrage

**der Abgeordneten Josef Schellhorn, Kollegin und Kollegen
an den Bundesminister für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft**

betreffend Zukunft der Tourismusstrategie

Die im Jahr 2010 veröffentlichte Tourismusstrategie ist mit Ende 2014 ausgelaufen. Der Umsetzungsgrad der angeführten Ziele, der mit den identifizierten Erfolgsfaktoren in Verbindung stehenden Vorschläge und der im Rahmen von vier Experten-Workshops („Wirtschaftliche Rahmenbedingungen“, „Infrastruktur“, „Tourismus-Marketing“ und „Tourismus-Förderungen“) erarbeiteten Empfehlungen für sofortige und zukünftige Maßnahmen, ist nach unseren Schätzungen nicht sehr hoch.

Seit mehr als eineinhalb Jahren gibt es somit kein übergeordnetes Leitbild oder abgestimmte Richtung für die zukünftige Entwicklung eines der zentralen Wirtschaftszweige des Landes. In einem Interview mit der Fachzeitschrift T.A.I. vom 25.03.2016 erklärte Vizekanzler Mitterlehner auf die Frage, wann mit einer neuen Tourismusstrategie zu rechnen ist:

T.A.I.: Wie sieht es mit der Tourismusstrategie aus, die 2014 ausgelaufen ist? Im Vorjahr gab es vom Expertenbeirat Anregungen bezüglich deren Überarbeitung, was aber mangels Tourismuskonferenz untergegangen ist. Wird es eine neue Tourismusstrategie geben?


Mitterlehner: „Sie wird anhand von Leitthemen neu erarbeitet und den politischen Bereich des Bundes betreffen. Es wird aber keine Komponenten mehr mit Forderungen geben, die von der Politik nicht beeinflussbar sind, an denen man uns aber – wie bei der letzten Strategie – festnagelt. Die Richtigkeit der Tourismusstrategie hat sich aber durchaus bewährt und ist auch international herzeigbar.“


Aus diesem Grund stellen die unterfertigten Abgeordneten nachstehende


Anfrage:

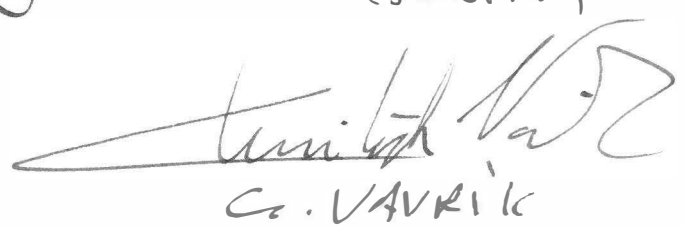
1. Wie viele der in Summe sieben Ziele wurden zur Gänze erreicht?
 - a. Welches Ziel im Detail wurde umgesetzt und welche Maßnahmen wurden hierfür gesetzt?
 - b. Welche Ziele im Detail wurden nicht umgesetzt und warum nicht?
2. Wie viele der in Summe 35 Vorschläge wurden zur Gänze umgesetzt?
 - a. Welche Vorschläge im Detail wurde umgesetzt und welche Maßnahmen wurden hierfür gesetzt?
 - b. Welche Vorschläge im Detail wurden nicht umgesetzt und warum nicht?
3. Wie viele der in Summe 129 Expertenmaßnahmen wurden zur Gänze umgesetzt?
 - a. Welche Expertenmaßnahme im Detail wurde umgesetzt und welche Schritte wurden hierfür gesetzt?
 - b. Welche Vorschläge im Detail wurden nicht umgesetzt und warum nicht?

4. Wann ist mit der Fertigstellung der neuen Tourismusstrategie zu rechnen?
5. Sind externe Experten in den Erstellungsprozess miteingebunden?
 - a. Wenn ja, welche?
 - b. Wenn nein, warum nicht?
6. Nachdem die neue Tourismusstrategie keine Komponenten mit Forderungen, die von der Politik nicht beeinflussbar sind, enthalten soll, gibt es klare Komponenten mit Forderungen, die von der Politik beeinflussbar sind und an denen der Erfolg und der Umsetzungsgrad der erarbeiteten Strategie messbar ist?
 - a. Wenn ja, wie schauen diese aus (exemplarisch)?
 - b. Wenn nein, warum nicht und wie will man den Erfolg und die Umsetzung messen?
7. Wie aus der oben stehenden Aufgliederung ersichtlich, ist der Großteil der Vorschläge und Experten-Empfehlungen noch offen. Diese haben aus heutiger Sicht ihre Geltung dennoch nicht verloren. Fließen diese in die neue Tourismusstrategie mit ein?
 - a. Wenn ja, werden diese an direkt von der Politik beeinflussbare Komponenten geknüpft?
 - b. Wenn nein, warum nicht?
8. Auf wie viele Jahre wird die neue Strategie angelegt sein?
9. Fließen die im Rahmen des letzten Expertenberichtes „Österreich Tourismus auf dem Weg in die Zukunft“ erarbeiteten Vorschläge in die neue Tourismusstrategie mit ein?
 - a. Wenn ja, in welcher Form?
 - b. Wenn nein, warum nicht?
10. Am 13.08.2013 hat der Ministerrat das Nation-Branding-Konzept für Österreich beschlossen. Bis dato wurde es noch nicht umgesetzt. Finden die Erkenntnisse und geplanten Vorhaben Einzug in die neue Tourismusstrategie?
 - a. Wenn ja, in welcher Ausformung?
 - b. Wenn nein, warum nicht?
11. Gibt es einen Zeithorizont für die Umsetzung des Nation-Branding-Konzeptes?
 - a. Wenn ja, wie sieht dieser aus und was für budgetäre Mittel werden dafür veranschlagt?
 - b. Wenn nein, warum nicht?

 (ACH)

 (Scholz)

 N. Seidel
(SCHERER)

 C. VAVRIL

