

1277/AB XX.GP

In Beantwortung der schriftlichen parlamentarischen Anfrage Nr. 1357/J betreffend der Initiative „Familienherbst“ der Österreich Werbung, welche die Abgeordneten Rossmann, Ing. Meischberger, Mag. Trattner und Kollegen am 3. Oktober 1996 an mich richteten und aus Gründen der besseren Übersichtlichkeit in Kopie beigelegt ist, stelle ich fest:

Antwort zu Punkt 1 der Anfrage:

Das Bundesministerium für wirtschaftliche Angelegenheiten, das im Direktorium der Österreich Werbung vertreten ist, war von der schwerpunktkampagne und den zugrundeliegenden Überlegungen informiert.

Antwort zu Punkt 2 der Anfrage:

Die schwerpunktkampagne wurde von der Österreich Werbung mit Fachleuten aus dem Sektor Familienhotels im Hinblick auf die Ertragschancen diskutiert. Aufgrund der geringen Auslastung in

den Herbstmonaten können freistehende Zimmerkapazitäten für Kinder verwendet werden, welche sonst freigeblieben wären. Durch die zusätzlich gewonnenen zahlenden Eltern aufgrund des Buchungsanreizes „Kinder unter 12 gratis zu beherbergen“ wird trotz des Gratiszimmers für Kinder ein positiver Beitrag zum Jahres-Betriebsergebnis erzielt. Da die erzielten Umsätze pro Buchungseinheit die variablen Kosten übersteigen, ist mit einem positiven Deckungsbeitrag zu rechnen.

Antwort zu Punkt 3 der Anfrage:

An der Schwerpunkt-kampagne haben sich mehr als 700 Betriebe freiwillig beteiligt, wobei anzunehmen ist, daß sich die Betriebe aufgrund ihrer positiven kalkulatorischen Überlegungen beteiligt haben.

Antwort zu Punkt 4 der Anfrage:

Die Österreich Werbung kann kraft ihres Statuts keine finanziellen Zuwendungen an Einzelbetriebe geben. Die Österreich Werbung stellte daher auch im Rahmen dieser Aktion keine direkte finanzielle Unterstützung an Betriebe bereit.

Bei Marketingmaßnahmen von Angebotsgruppen (Marketingkooperationen von eigenständigen Angebotsträgern, welche mit einem konkreten Angebot eine abgrenzbare Zielgruppe ansprechen, wie zB. Reiten, Tennis, Golf, Deutschkurse etc.) beteiligt sich die Österreich Werbung, sofern diese mit den Marketinggrundsätzen der Österreich Werbung übereinstimmen.

Maßnahmen im Rahmen der Kooperation mit Betriebsgruppen (Angebotsgruppen) bringen auch für Einzelbetriebe eine entsprechende Aufrechterhaltung und Verbesserung der Qualitätsstandards.

Antwort zu Punkt 5 der Anfrage:

Nein.

Antwort zu Punkt 6 der Anfrage:

Der Großteil der österreichischen „Familienhotels“ ist entweder an den Angebotsgruppen oder an den analogen Initiativen der Bundesländer beteiligt. Über die Angebotsgruppen und Bundesländer wurden Betriebe mit familienfreundlichem Angebot zur Beteiligung eingeladen. Durch breite Streuung der Einladung wurde versucht, möglichst allen geeigneten Betrieben eine Beteiligung anzubieten.

Antwort zu Punkt 7 der Anfrage:

Alle an den Angebotsgruppen und den Initiativen der Bundesländer beteiligten Betriebe hatten die Möglichkeit teilzunehmen, sofern die Mindestkriterien der Angebotsgruppen und der einzelnen Bundesländer eingehalten wurden.

Antwort zu Punkt 8 der Anfrage:

Die Richtlinie zur Teilnahme war konform zum Angebot „Kinder unter 12 gratis im eigenen Zimmer zu beherbergen“ und die Mindestkriterien der Angebotsgruppen und die der einzelnen Bundesländer waren einzuhalten.