

ENTSCHLIESSUNGSANTRAG

XXIII. GP.-NR

257 /A(E)

06. Juni 2007

der Abgeordneten Bucher, Mag. Trunk, ~~Obermayer~~, Dr. Moser, Mag. Hauser
und Kollegen

betreffend **notwendige Erhöhung des Budgets der Österreich Werbung**

Die Bedeutung der heimischen Tourismus- und Freizeitwirtschaft für die österreichische Volkswirtschaft lässt sich am einfachsten durch nachstehende Zahlen belegen:

Jeder fünfte Vollarbeitsplatz in Österreich wird durch die Tourismus- und Freizeitwirtschaft generiert. Die Zahl der Ankünfte in Österreich hat – bei einem Plus von 25,1 % seit 1996 – im Vorjahr erstmals die 30-Millionen-Marke überstiegen. Seit 1996 nahmen die Nächtigungen in Österreich 5,7 % zu. Dabei lag das Wachstum der ausländischen Nächtigungen mit einem Plus von 3,6 % deutlich unter diesem Wert.

In Kombination mit einer sinkenden Verweildauer muss ein Absinken der Marktanteile der heimischen Tourismuswirtschaft verhindert werden. Um dies zu gewährleisten, ist unter anderem das Marketingbudget der Österreich Werbung um jährlich mindestens 10 Mio. Euro zu erhöhen.

Vor dem Hintergrund der Belastung des Budgets der Österreich Werbung durch die erforderliche Expansion der Österreich Werbung in Märkte im Mittleren wie im Fernen Osten sowie auf dem europäischen Markt können dringend erforderliche Marketingmaßnahmen in vielen anderen Herkunftsländern nicht mehr im erforderlichen Ausmaß vorgenommen werden.

Absolut notwendig ist, dieses um 10 Mio. Euro pro Jahr aufgestockte Budget der Österreich Werbung mit der nominellen Entwicklung des Bruttoinlandsprodukts zu koppeln und kontinuierlich an diese anzupassen um auch weiterhin wettbewerbsfähig zu bleiben.

Eine Analyse auf Basis der relevanten Daten zeigt, dass im Zeitraum 2001 – 2006 das nominelle BIP in Österreich um 18,8% und der VPI um 9,2% angestiegen ist. Anders ausgedrückt war die Budgetkaufkraft auf Basis der konstanten Mitgliedsbeiträge im Jahr 2006 um 5,1 Mio. Euro geringer als 2001, wenn die Entwicklung des nominellen BIP als

Referenzgröße herangezogen wird. Auf VPI-Basis hat im Jahr 2006 der Verlust an Budgetkaufkraft (gegenüber 2001) 2,7 Mio. Euro betragen.


Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher folgenden

Entschließungsantrag:

Der Nationalrat wolle beschließen:

„Der Bundesminister für Wirtschaft und Arbeit wird aufgefordert, rechtzeitig in entsprechende Verhandlungen mit dem Bundesminister für Finanzen zu treten, um eine Erhöhung des Budgets der Österreich Werbung um jährlich 10 Mio. Euro ab 2008 zu gewährleisten sowie mittels Statutenänderung eine entsprechende Wertsicherung der Mitgliedsbeiträge sicherzustellen.“

In formeller Hinsicht verlangen die unterfertigten Abgeordneten die Zuweisung dieses Antrages an den Tourismusausschuss.



The image shows five handwritten signatures in black ink. From top left to bottom right, they are: a large, stylized signature; a signature that appears to be 'Gross'; a signature that appears to be 'Reich'; a signature that appears to be 'Reich'; and a signature that appears to be 'Reich'.