

**284/AB XXIII. GP**

---

**Eingelangt am 27.03.2007**

**Dieser Text wurde elektronisch übermittelt. Abweichungen vom Original sind möglich.**

BM für Wirtschaft und Arbeit

## **Anfragebeantwortung**

Präsidentin des Nationalrates  
Mag. Barbara PRAMMER

Parlament  
1017 Wien

Wien, am 22. März 2007

Geschäftszahl:  
BMWA-10.101/0014-IK/1a/2007

In Beantwortung der schriftlichen parlamentarischen Anfrage Nr. 304/J betreffend Fußball-Europameisterschaft 2008, welche die Abgeordneten Alexander Zach, Kolleginnen und Kollegen am 30. Jänner 2007 an mich richteten, stelle ich fest:

### **Antwort zu den Punkten 1 bis 3 der Anfrage:**

Diesbezüglich darf ich auf die Inhalte jener Pressekonferenz verweisen, die ich am 15. März 2007 gemeinsam mit Staatssekretär Dr. Lopatka und dem ABA-Geschäftsführer Dr. Siegl abgehalten habe und die ich nochmals zusammenfassend wie folgt darstelle:

Vor und während der Europameisterschaft 2008 soll der Wirtschaftsstandort Österreich in besonderes Rampenlicht gerückt werden. Es geht darum, die verstärkte Aufmerksamkeit für das Austragungsland Österreich wirtschaftlich zu nutzen und das Interesse ausländischer Investoren maßgeblich zu steigern. Österreich wird somit nicht nur als Tourismusland, sondern gerade auch als Wirtschaftsstandort beworben - mit all seinen kompetitiven Vorteilen wie etwa hochqualifizierten, motivierten Mitarbeitern, minimale Streikzeit, erstklassiger Osteuropakompetenz oder moderater Unternehmensbesteuerung.

Gemeinsam mit der ABA-Invest in Austria wird daher Standortmarketing in den Mittelpunkt gestellt, das die Assets der österreichischen Wirtschaft von High Tech Produkten bis zur klassischen Industrie und von Umwelttechnik bis zu Verkehrstechnologien umfasst und präzise auf die Kernzielgruppe der Entscheidungsträger ausgerichtet ist.

Dabei sind klassische PR-Maßnahmen mit Medienarbeit, einem Wirtschaftsgespräch mit der Auslands presse, Verteilung von Standort-Informationsmaterial und einer Pressereise "Sport und Standort" ebenso vorgesehen wie eine Standortkampagne im Inland vor und während der EM sowie eine Business Enquête zum Thema "Sport und Wirtschaft / Investitionsstandort Österreich" mit Top-Unternehmern aus den Veranstalterländern und bedeutenden Investoren in Österreich.

Auch die Österreich Werbung (ÖW) wird der EURO 2008 besondere Aufmerksamkeit zuwenden; dies nicht zuletzt deswegen, da Fußball-Touristen um ca. 50 % höhere Tagesausgaben als „normale“ Gäste haben. Rund € 196,3 Mio. zusätzlicher direkter und indirekter Wertschöpfung entstehen nur aus dem Bereich Tourismus. Daher soll vor allem die verstärkte Aufmerksamkeit für Österreich genutzt werden, um Österreich als Urlaubsland nachhaltig zu positionieren und die österreichische Tourismuswirtschaft zu stärken. Weltweit plant die ÖW 250 Marketingaktivitäten, die auf operativer Ebene mit den Ländern abgestimmt werden. Einige Beispiele für diese Aktivitäten sind:

- EURO 2008 on Tour (Roadshow durch neun Länder)

- Professional Educational Programme (PEP, Reisebüromitarbeiter lernen Österreich kennen)
- Medienfahrten für Journalisten
- EURO 2008 Rallye durch Österreich (Key Accountants gehen auf Reise durch Österreich)
- Österreich kocht ein (PR-Aktivitäten zum Thema Kulinarik in den wichtigsten Märkten)

Von Versäumnissen in meinem Wirkungsbereich kann daher keine Rede sein.

Außerdem bieten auch Interessenvertretungen ihre Unterstützung an. Unter der Nummer 0800 221 220 hat beispielsweise die Wirtschaftskammer Österreich eine Telefon-Hotline für Unternehmeranfragen rund um die Fußball-EM 2008 eingerichtet. Die Hotline bietet die Möglichkeit, wichtige Informationen zur Fußball-EM unter anderem für die Themenkreise Ticketing, Sicherheit, Vermarktung, Public Viewing so rasch wie möglich an heimische Unternehmen weiterzugeben.

#### **Antwort zu den Punkten 4 bis 6 der Anfrage:**

Insbesondere im Zusammenhang mit den mit einer Liberalisierung des Öffnungszeitengesetzes verfolgten Zielsetzungen der Steigerung der Attraktivität Österreichs als Tourismusland sowie der Schaffung konsumentenfreundlicherer Regelungen ist die Sicherstellung optimaler Einkaufsmöglichkeiten während der Fußball-Europameisterschaft unbedingt erstrebenswert. Was die Offenhaltemöglichkeiten für das Wochenende, insbesondere für den Sonntag, betrifft, enthält das Öffnungszeiten gesetz 2003 eine Verordnungsermächtigung der Landeshauptleute, bei Vorliegen eines besonderen regionalen Bedarfes nach Anhörung der zuständigen gesetzlichen Interessensvertretungen der Arbeitgeber und Arbeitnehmer jene Zeiten festzulegen, in denen diese Verkaufsmöglichkeiten an Samstagen nach 18 Uhr, an Sonntagen und an Feiertagen, ausgeübt werden dürfen. Der vom Gesetz als Voraussetzung für eine derartige Verordnung geforderte besondere regionale Bedarf ist während der Fußball-Europameisterschaft für gegeben zu erachten. Die betroffenen Landeshauptleute sollten daher unter Berücksichtigung der besonderen zeitlichen und örtlichen

Gegebenheiten für die Zeit der Fußball-Europameisterschaft von ihrer Verordnungs-  
ermächtigung Gebrauch machen.