

10010/AB XXIV. GP

Eingelangt am 14.02.2012

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

BM für Wirtschaft, Familie und Jugend

Anfragebeantwortung

Präsidentin des Nationalrates
Mag. Barbara PRAMMER
Parlament
1017 Wien

Wien, am 9. Februar 2012

Geschäftszahl:
BMWJF-10.101/0412-IK/1a/2011

In Beantwortung der schriftlichen parlamentarischen Anfrage Nr. 10142/J betreffend „Leistbare Urlaube für Familien“, welche die Abgeordneten Mag. Josef Auer, Kolleginnen und Kollegen am 14. Dezember 2011 an mich richteten, stelle ich fest:

Antwort zu den Punkten 1, 4, 5bis, 6 und 7 der Anfrage:

Während das Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend naturgemäß keinen Einfluss auf Angebots- und Preisgestaltung der heimischen Tourismusbetriebe hat, werden etwa mit der Tourismusstrategie Initiativen gesetzt, um gemeinsam mit den Ländern und Gemeinden optimale Rahmenbedingungen für touristische Betriebe sicherzustellen und die langfristige Wettbewerbsfähigkeit des Tourismusstandorts Österreich zu sichern und auszubauen.

Antwort zu Punkt 2 der Anfrage:

In der letzten Wintersaison 2010/11 konnte mit 4,8 Mio. inländischen Gästen ein neuer Rekord erzielt werden.

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

www.parlament.gv.at

Antwort zu Punkt 3 der Anfrage:

Der Anteil an Schifahrer/inne/n zwischen 14 und 70 Jahren liegt laut der Studie Manova 2010, "Skipotenzial in Europa: Österreich unter der Lupe" bei rund 55%. Der Schifahrer/innenanteil bei Jugendlichen beträgt 76%.

Antwort zu Punkt 5 der Anfrage:

Die Nächtigungszahlen von Winter- und Sommertourismus haben sich in den letzten Jahren angeglichen. Um die Position Österreichs im internationalen Tourismus halten und noch ausbauen zu können, ist jedes Segment des Tourismus wichtig. Daher hat das Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend mit der Tourismusstrategie einen wichtigen Schritt gesetzt, um gemeinsam mit den Bundesländern das Potenzial Österreichs als Tourismusdestination optimal zu nutzen. Gegenwärtig wird etwa eine Schwerpunktförderaktion zum Familientourismus vorbereitet; auch die derzeit laufende Initiative der Österreich Werbung "Neuer Schwung für neue Märkte" mit Fokus auf die mittel- und osteuropäischen Märkte einschließlich der Russischen Föderation setzt wichtige Akzente.