

**11381/AB XXIV. GP**

Eingelangt am 10.07.2012

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. Juli 2012

Geschäftszahl:  
BMWFJ-10.101/0210-IM/a/2012

In Beantwortung der schriftlichen parlamentarischen Anfrage Nr. 11631/J betreffend „Konzept gegen Arbeitslosigkeit“, welche die Abgeordneten Mag. Roman Haider, Kolleginnen und Kollegen am 15. Mai 2012 an mich richteten, stelle ich fest:

### **Antwort zu Punkt 1 der Anfrage:**

Ja.

### **Antwort zu Punkt 2 der Anfrage:**

Jede Maßnahme, die dazu beiträgt, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Tourismus länger in den Betrieben zu halten, ist zu begrüßen; so auch das ÖHV-Konzept. Die großen Herausforderungen liegen dabei im Detail: von den betrieblichen Kosten für einen Umstieg auf einen Ganzjahresbetrieb über notwendige Strukturanpassungen in Gemeinden und Tourismusorganisationen bis hin zum

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

notwendigen ganzjährigen Mitarbeitermanagement und zur Entwicklung saisonverlängernder touristischer Angebote.

### **Antwort zu Punkt 3 der Anfrage:**

Die Erprobung des ÖHV-Modells wird in den Salzburger Bezirken Pongau, Lungau und Pinzgau vorbereitet; die ÖHV steht dafür in enger Abstimmung mit den dortigen Betrieben, Destinationen und der Salzburger-Land Tourismus GmbH. Nach einer Evaluierung wird über eine Weiterführung über die Modellregion hinaus entschieden. Es handelt sich um ein Kooperationsprojekt mit dem AMS.

### **Antwort zu Punkt 4 der Anfrage:**

Die Kommunikationsarbeit der ÖW erfolgt je nach Marktspezifikum und Nachfragebedürfnissen grundsätzlich ganzjährig. Im Rahmen der Marketingaktivitäten werden je nach Nachfrageschwerpunkt alle Angebotsfacetten des österreichischen Tourismus vermittelt. Dabei handelt es sich keineswegs nur um ferientouristische regionale Schwerpunkte wie Bergsommer oder Winterschifffahrt. Gerade der Kultur- oder Städtetourismus, auch mit seinen Besonderheiten wie Adventmärkten oder Wellness- und Gesundheitstourismus, wird auf den Märkten angeprochen, wo entsprechendes Nachfragepotenzial vorhanden ist.

Die ganzjährigen Marketingaktivitäten der ÖW ermöglichen die Beteiligung aller Partner und sind daher auch ein Koordinationsinstrument. Es gibt aber keine eigenen „Zwischensaisonbewerbungen“, weil ja etwa Städte- oder Kulturreisen eigenständige Reisemotive beinhalten, die nicht von zeitlichen, sondern inhaltlichen Kriterien geleitet werden.

### **Antwort zu Punkt 5 der Anfrage:**

Nein.

**Antwort zu Punkt 6 der Anfrage:**

Die Förderung saisonverlängernder Maßnahmen nimmt eine wichtige Rolle in der Tourismusförderung des Bundes ein. Gefördert werden insbesondere Investitionen zur Angebotsdiversifizierung, zur Errichtung und Verbesserung touristischer Infrastruktur sowie die Bildung, Weiterentwicklung und Gemeinschaftsinvestitionen von Kooperationen. Auch in den seit Jänner 2011 geltenden Förderungs-Richtlinien ist Saisonverlängerung eine explizite Zielsetzung.

Zudem legt die TOP-Kooperationsförderung einen Schwerpunkt auf innovative Kooperationen entlang der touristischen Wertschöpfungskette bzw. auf innovative Angebote zur Saisonverlängerung. Auch die jährlichen Schwerpunktaktionen des Bundesministeriums für Wirtschaft, Familie und Jugend forcieren mit Fokus Sommer oder Schlechtwetter saisonverlängernde Angebote (2009/2010: Schwerpunktaktion "Radtourismus"; 2012: Schwerpunktaktion "Familienfreundliche Tourismusbetriebe" mit Förderung von "Familien-Spiele-Zimmern").

Auf europäischer Ebene setzt sich Österreich seit Jahren für eine Entzerrung der Ferienordnung ein. Eine bessere Koordination der Schulferien unter den EU-Mitgliedstaaten hätte nicht nur eine Reduzierung der Verkehrsbelastung zur Folge, sondern auch eine Verringerung der saisonalen Spitzen und eine dementsprechende Verlängerung der Saisonen.

Auch für die Ganzjahresthemen Kultur- und Städte tourismus oder Wellness- und Gesundheitstourismus besteht große Nachfrage. Dementsprechend verankert sind diese Themen auch in der österreichischen Tourismusstrategie.

**Antwort zu Punkt 7 der Anfrage:**

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass die Anzahl der Beschäftigten im Tourismus im Vergleich zu den Beschäftigten der Gesamtwirtschaft in den letzten Jahren stärker gestiegen ist und nach wie vor steigt. Mit der neuen Tourismusstrategie und den jährlich im Rahmen der Tourismuskonferenz unterzeichneten Aktionsplänen werden im Rahmen meines Zuständigkeitsbereiches auch Maßnahmen im Bereich Beschäftigung, so etwa zur Attraktivierung des Arbeitsplatzes Tourismus, gesetzt.

**Antwort zu Punkt 8 der Anfrage:**

Die Forcierung des Ganzjahrestourismus ist eine wichtige Komponente der Tourismuspolitik des Bundesministeriums für Wirtschaft, Familie und Jugend bei all seinen Projekten und Initiativen. Beispiele hierfür sind etwa der im "Aktionsplan Tourismus 2012" gesetzte Fokus auf die Entwicklung vom saisonalen Badeurlaub hin zu qualitätsorientiertem Urlaub am See mit saisonverlängernden, allwettertauglichen und nachhaltigen Produkten oder der diesjährige ÖW-Marketingschwerpunkt Kultur unter dem Motto "Leidenschaft für Tradition".