

**6905/AB XXIV. GP**

Eingelangt am 27.01.2011

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 26. Jänner 2011

Geschäftszahl:  
BMWFJ-10.101/0378-IK/1a/2010

In Beantwortung der schriftlichen parlamentarischen Anfrage Nr. 7037/J betreffend „stärkere und effiziente Maßnahmen zur Unterstützung des Ganzjahrestourismus“, welche die Abgeordneten Mag. Josef Auer, Kolleginnen und Kollegen am 1. Dezember 2010 an mich richteten, stelle ich fest:

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

Die Förderung saisonverlängernder Maßnahmen nimmt eine wichtige Rolle in der Tourismusförderung des Bundes ein. Gefördert werden insbesondere Investitionen zur Angebotsdiversifizierung; weiters Errichtung und Verbesserung touristischer Infrastruktur sowie Bildung, Weiterentwicklung und Gemeinschaftsinvestitionen von Kooperationen. Als Beispiele sind zu nennen: Wellnesseinrichtungen und Seminarräume auf einzelbetrieblicher Ebene sowie Freizeitparks auf regionaler Ebene.

Im Bereich der von der Österreichischen Hotel- und Tourismusbank (ÖHT) abgewickelten betrieblichen Tourismusförderung des Bundesministeriums für Wirtschaft, Familie und Jugend wurden im Jahr 2008 insgesamt 976 Projekte mit einem Investitionsvolumen von rund. € 747 Mio., im Jahr 2009 insgesamt 1.433 Projekte mit einem Investitionsvolumen von rund € 825 Mio. und im Jahr 2010 1.775 Projekte mit einem Investitionsvolumen von rund € 843 Mio. gefördert.

Der Anteil jener Förderungen an den Gesamtförderungsaktivitäten der ÖHT, der Investitionen in den Ganzjahrestourismus zu Gute kommt, kann jedoch in der gewünschten Form nicht dargestellt werden, da kein entsprechendes Zahlenmaterial verfügbar ist. Speziell im Rahmen der Kooperationsförderung gibt es aber zahlreiche Beispiele, die eine dauerhafte Verlängerung der touristischen Saison zum Gegenstand haben. Beispielhaft sind Initiativen von Hoteliers in klassischen Sommerdestinationen zu nennen, die eine Winteröffnung zum Ziel haben, sowie die mittlerweile in einigen Sommerdestinationen erfolgreich etablierten Adventveranstaltungen.

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

Die neue Tourismusstrategie wurde erarbeitet, um den größten Herausforderungen im österreichischen Tourismus - darunter auch der Stärkung des Ganzjahrestourismus - entsprechend zu begegnen. Österreich verfügt im Vergleich zu anderen europäischen Staaten bereits heute über zwei gleich starke Saisonen.

Dennoch setzt das Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend mit der Konzentration auf die Themen "Städte & Kultur" bewusst auf saisonunabhängige Ganzjahresthemen. Auch das Schwerpunktthema der Österreich Werbung im Jahr 2011 "Festspiele für alle Sinne" setzt auf saison- und wetterunabhängigeren Kulturtourismus.

**Antwort zu Punkt 3 der Anfrage:**

Die Schließung oder Öffnung eines Tourismusbetriebes und die damit verbundene Beschäftigung von Arbeitnehmer/inne/n ist eine unternehmerische Entscheidung. Tourismus ist - gerade in Österreich - immer auch von externen Faktoren wie Wetter und Ferienzeiten abhängig. Das Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend arbeitet an der Verbesserung der Rahmenbedingungen und setzt auf Saisonentzerrung, wie aus den genannten Initiativen hervorgeht, um die durchschnittliche Beschäftigungsdauer im Tourismus zumindest mittelfristig zu erhöhen.

**Antwort zu Punkt 4 der Anfrage:**

Abgesehen davon, dass diese Frage keinen Gegenstand der Vollziehung betrifft, kann das gewünschte Zahlenmaterial vom Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend nicht zur Verfügung gestellt werden, da keine diesbezügliche betriebliche Berichterstattungspflicht besteht.

**Antwort zu Punkt 5 der Anfrage:**

In Verfolg der Tourismusstrategie werden Betriebskindergärten für Tourismusbetriebe im Rahmen des Staatspreises Tourismus 2011 thematisiert werden. Dieser Wettbewerb wird unter dem Motto "Der Mensch im Tourismus" stehen und Impulse für innovative Ansätze zur Mitarbeiterführung und zum Arbeitsumfeld geben.

An Unternehmen aller Sparten - darunter auch Tourismusbetriebe - richtet sich das Audit "berufundfamilie". Das Audit zielt auf einen unternehmensinternen Prozess ab, in dem Ziele und Maßnahmen einer familienbewussten Personalpolitik, wozu auch adäquate Kinderbetreuungsmöglichkeiten zählen, definiert und auch umgesetzt werden.

Desweiteren besteht auch für Tourismusbetriebe die Möglichkeit, im Rahmen der Förderung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf durch Ausweitung der Kinderbetreuung neu geschaffene bzw. zu erweiternde bedarfsgerechte betriebliche Kinderbetreuungsprojekte nach vorgegebenen Kriterien gefördert zu bekommen.

**Antwort zu Punkt 6 der Anfrage:**

Zu erwähnen sind etwa die Wirkungen der Förderungen der ÖHT. Durch Investitionen in Freizeitinfrastruktur sowohl in der Hotellerie als auch auf Ortsebene und in die Optimierung der Betriebsgröße hat sich die Offenhaltszeit der von der ÖHT geförderten Unternehmen erhöht. Die Unternehmen der 4/5-Sterne-Kategorie haben die Offenhaltszeit von 2000 bis 2009 von 285 Tagen auf 300 Tage angehoben, jene der 3-Sterne-Kategorie im selben Zeitraum von 280 auf 290 Tage.