
7325/AB XXIV. GP

Eingelangt am 17.03.2011

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 14. März 2011

Geschäftszahl:
BMWJ-10.101/0018-IK/1a/2011

In Beantwortung der schriftlichen parlamentarischen Anfrage Nr. 7465/J betreffend „die Österreich Werbung im internationalen Vergleich“, welche die Abgeordneten Mag. Roman Haider, Kolleginnen und Kollegen am 20. Jänner 2011 an mich richteten, stelle ich fest:

Antwort zu Punkt 1 der Anfrage:

Da die Aufgaben und Strukturen der nationalen Tourismusorganisationen in anderen europäischen Staaten sehr unterschiedlich ausgestaltet sind, ist ein Vergleich nur bedingt möglich. Tatsache ist, dass alle wichtigen Tourismusdestinationen in Europa Tourismusmarketingorganisationen finanzieren und dass Österreich in Relation zu den Gästenächtigungen gut ausgestattet ist.

Antwort zu Punkt 2 der Anfrage:

Tourismusausgaben sind letztlich Konsumausgaben und unterliegen daher den gesamtwirtschaftlichen Entwicklungen. Die Sanierung der Staatshaushalte in praktisch allen europäischen Quellmärkten verbunden mit der gegebenen wirtschaftlichen Situation lässt im günstigsten Fall eine geringe Steigerung der Umsätze für die kommenden Jahre erwarten.

Antwort zu Punkt 3 der Anfrage:

Aufgrund der unterschiedlichen Organisationsformen, der unterschiedlichen Aufgaben und generell der unterschiedlichen Aufgabenteilung im Tourismusmarketing in den verschiedenen Ländern ist ein solcher Vergleich nur wenig aussagekräftig. In einer aktuellen Aufstellung der UNWTO aus dem Jahr 2010 werden die Budgets der nationalen Tourismusorganisationen 2010 in folgender Höhe angegeben:

Schweiz: sfr 53 Mio., Frankreich: € 81,2 Mio., Deutschland: € 37,3 Mio., Ungarn € 21 Mio. (2009). Die Tschechische Republik wird in dieser Aufstellung nicht erfasst; das Budget dürfte rund € 14 Mio. betragen.

Antwort zu Punkt 4 der Anfrage:

Österreich ist schon jetzt mit großem Abstand Marktführer für Wintersporturlaub. Mehr als die Hälfte der Wintersporturlaube in Europa werden in Österreich verbracht. Seitens der Österreich Werbung werden die Hauptquellmärkte für Winterurlaub in Österreich kontinuierlich mit entsprechenden Kampagnen bearbeitet.

Mediale Großveranstaltungen wie Olympische Spiele werden bei der Erarbeitung solcher Kampagnen immer berücksichtigt.