

Präsidentin des Nationalrates
Doris Bures
Parlament
1017 Wien

Wien, am 13. Mai 2015

Geschäftszahl (GZ): BMWFW-10.101/0146-IM/a/2015

- In Beantwortung der schriftlichen parlamentarischen Anfrage Nr. 4174/J betreffend "Rückgang deutscher Wintertouristen", welche die Abgeordneten Mag. Roman Haider, Kolleginnen und Kollegen am 16. März 2015 an mich richteten, stelle ich fest:

Antwort zu Punkt 1 der Anfrage:

Im Jahr 2014 konnten 11.750.027 deutsche Gäste in Österreich begrüßt werden, das ist ein Rückgang von lediglich 0,1 %. Grund für diesen minimalen Rückgang war der Winter 2013/2014, der nach einem starken Saisonauftakt im November und Dezember mit widrigen Wetterbedingungen und dadurch bedingten abgesagten oder verkürzten Skiurlaube zu kämpfen hatte. Erfreulich entwickelte sich hingegen der Sommer 2014 mit einem Gästezuwachs von 2,7 %. Seit 2007 steigt die Zahl deutscher Gäste im Sommer kontinuierlich an.

Antwort zu den Punkten 2 und 3 der Anfrage:

Österreich wirbt seit Jahren verstärkt um Gäste aus anderen EU-Ländern, aber auch um Gäste aus neuen Märkten. Die Österreich Werbung (ÖW) arbeitet weltweit an der Internationalisierung des heimischen Tourismus. Dabei konzentriert sich die ÖW auf die Bearbeitung von Märkten in den drei geografischen Regionen Westeuropa, CEE und Übersee. Diese Märkte, in denen die ÖW großteils auch mit eigenen Büros vertreten ist, decken 94 % aller Nächtigungen (2014: rund 132 Mio.) ab und weisen das größte Potenzial für den heimischen Tourismus auf.

Die Bandbreite der Marketingaktivitäten reicht von klassischer Werbung und Pressearbeit für das Tourismusland Österreich über Onlineaktivitäten bis hin zu Verkaufsförderplattformen oder Schulungen für die Reisebürobranche und Veranstalterbranche. Für die österreichischen Tourismusanbieter stellt die ÖW darüber hinaus maßgeschneiderte Marketingmaßnahmen, abgestimmt auf ihre jeweiligen Bedürfnisse und Marktchancen, zur Verfügung.

Zu den Basisdienstleistungen der ÖW an die Branche zählt aber auch die Gästeeinformation, deren Herzstück neben dem "Urlaubsservice der Österreich Werbung" (größtes Informations- und Service-Center für "Urlaub in Österreich") das Internet-Portal www.austria.info ist. Auf Österreichs größter Tourismus-Plattform im Internet sind Informationen und Angebote aus ganz Österreich in derzeit 20 Sprachen gebündelt für die potenziellen Gäste aufbereitet.

Potenzialrechnungen der ÖW ergeben bis 2020 für Westeuropa Wachstumsraten im einstelligen Bereich, für den CEE-Raum unter Annahme günstiger politischer Rahmenbedingungen Wachstumsraten von über 15 % und für einzelne Fernmärkte sogar Wachstumsmöglichkeiten zwischen 50 % bis 100 %.

Auch in Zukunft werden Gäste aus Deutschland und Österreich die tragenden Säulen des österreichischen Tourismus sein. Aber laut allen Prognosen liegen die touristischen Wachstumszentren der Zukunft vor allem in Asien. Dort entwickeln sich gerade reise- und ausgabefreudige gesellschaftliche Mittelschichten, für die Reisen nach Europa Status und gesellschaftliche Anerkennung bedeuten. Der Anteil asiatischer Herkunftsmärkte könnte in Österreich bis 2020 nahezu verdoppelt werden.

Aus China verzeichnet Österreich heute schon mehr Ankünfte als aus Ungarn - und man kann in den nächsten Jahren von einem deutlich rascheren Wachstum als bei unseren Nachbarn ausgehen.

Antwort zu Punkt 4 der Anfrage:

Die Schweiz ist der drittstärkste ausländische Herkunftsmarkt für das Urlaubsland Österreich. Das gute Preis-Leistungsverhältnis, das schon bisher eine der Stärken des Urlaubslandes Österreich war, ist durch die Aufwertung des Schweizer Franken aktuell noch attraktiver geworden, wie die positive Entwicklung in der Periode Jänner bis März 2015 mit +6,9 % bei den Nächtigungen zeigt.

Antwort zu den Punkten 5 und 6 der Anfrage:

Die Marktbearbeitung der Schweiz durch die ÖW ist grundsätzlich langfristig orientiert und setzt auf die Stärken des österreichischen Tourismus – die Qualität der Hotellerie, unsere Gastfreundschaft, die Kombination von Natur und Kultur, das Wohlfühlen im Land. Aktuell laufen die bereits seit längerem geplanten Kampagnen zur Marktbearbeitung in der Schweiz. Parallel dazu wird die Entwicklung genau beobachtet.


Antwort zu den Punkten 7 bis 9 der Anfrage:

Auch die Bearbeitung der Märkte Großbritannien und Italien ist mit einer effizienten Marketingstrategie der ÖW langfristig angelegt. Natürlich ist die Tourismusentwicklung auch von der wirtschaftlichen Lage in den jeweiligen Ländern abhängig. Gerade mit der EXPO 2015 bietet sich heuer eine hervorragende Chance, den italienischen Markt verstärkt zu bearbeiten.

Beispielsweise nutzt die ÖW die EXPO 2015 für Imagewerbung für den Tourismus und ist auch Koordinator der Tourismusaktivitäten der Bundesländer. Neben Zeitungsbeilagen, Presseveranstaltungen, einer Nationalpark Hohe Tauern-Installation, B2B Workshops, Streetmarketingaktionen, VIP-Einladungen für wichtige Reiseveranstalter oder eigenen Mailand-Stadtführungen mit Österreichbezug werden auch gebrandete Straßenbahnen in Mailand unterwegs sein.

Diese Aktivitäten der ÖW, aber auch der Bundesländer rund um die EXPO 2015 werden sich positiv auf die Wahrnehmung Österreichs als Tourismusdestination auswirken.

Dr. Reinhold Mitterlehner

	Unterzeichner	Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft
	Datum/Zeit	2015-05-15T09:48:15+02:00
	Aussteller-Zertifikat	CN=a-sign-corporate-light-02,OU=a-sign-corporate-light-02,O=A-Trust Ges. f. Sicherheitssysteme im elektr. Datenverkehr GmbH,C=AT
	Serien-Nr.	1184203
	Hinweis	Dieses Dokument wurde amtssigniert.
	Prüfinformation	Informationen zur Prüfung der elektronischen Signatur finden Sie unter: https://www.signaturpruefung.gv.at/ . Die Bildmarke und Hinweise zur Verifikation eines Papierausdrucks sind auf https://www.bmwf.gv.at/amtssignatur oder http://www.help.gv.at/ veröffentlicht.
Signaturwert	lob08KQbKRGE6Em4u3x1YXtaJ8ZUaDc4ARD1KrD4zKIOhOhJcpzmSL+p7Rz13Va3iPU+Atzu5cXsyb2r2gS8hHA6ZJ6s98ogTkMkP0b5vjMx+cdeiOn8Q8buGlzCSG/NNhBCD3ioM756pdIBE7Qmb03uk3rKTsnGaXkyDIHP6CnS8b0ahqvfdizgwe4yG7UvbnOc9SEUyoTUgmDXX3dGJqObEpKxu4KRhbGgX7bxpLwnAXX2GJckneCQWHbzK+vgTtT8P09ONLfflELgUIPEujAp0TradLmqgjakx7tqtdZu8q8lshc3RQPhiMr+xsnG86frENhgFKTApjE4rjg==	