

Präsidentin des Nationalrates  
Mag. Barbara PRAMMER  
Parlament  
1017 Wien

Wien, am 22. April 2014

Geschäftszahl:  
BMWfJ-10.101/0070-IM/a/2014

In Beantwortung der schriftlichen parlamentarischen Anfrage Nr. 779/J betreffend „Berührungspunkte ÖW und AWO“, welche die Abgeordneten Mag. Roman Haider, Kolleginnen und Kollegen am 24. Februar 2014 an mich richteten, stelle ich fest:

**Antwort zu Punkt 1 der Anfrage:**

Doppelgleisigkeiten werden im zwischen dem Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft und der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ) bestehenden Abwicklungsvertrag über die Durchführung von "go international" durch Punkt V.3 "Organisationseinheiten" verhindert, welcher besagt: "Einrichtung und Betrieb von ständigen Organisationseinheiten der WKÖ sind jedenfalls nicht förderbar, ebenso nicht außerhalb der Internationalisierungsoffensive (IO-IV) bestehende Leistungen der WKÖ."

**Antwort zu Punkt 2 der Anfrage:**

Die WKÖ hat seit 2001 ihren Mitgliedsbeitrag in Höhe von € 8.031.600 stets in voller Höhe überwiesen.

Inhaltlicher Diskussionspunkt zwischen den Vereinsmitgliedern war, ob und in welcher Höhe die Infrastruktur bzw. die Dienstleistungen der AWO im Rahmen



der ÖW-Marktbearbeitung herangezogen werden sollen. Über mehrere Jahre hinweg haben die Vereinsmitglieder vorab einen bestimmten Betrag für die Kooperation festgesetzt. Aufgrund der guten Erfahrungen und der reibungslosen Zusammenarbeit hat man für 2013 von der Festsetzung eines Betrages abgesehen. Die Zusammenarbeit zwischen ÖW und AWO wurde und wird aber natürlich fortgesetzt. So umfasste die Marktbearbeitung der ÖW 2013 neben den 21 Märkten mit eigenen ÖW-Büros insgesamt neun Hoffnungsmärkte, die mittels AWO-Dienstleistungen bearbeitet wurden.

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

Ein seriöser Vergleich der nationalen Tourismusorganisationen in Europa ist nicht möglich, da diese hinsichtlich Mitgliederstruktur, Aufgaben und Aufbringung der Mittel enorm variieren. Auch die Organisation des Tourismus ist in den europäischen Ländern sehr unterschiedlich: Föderale Strukturen mit zahlreichen Tourismusmarketingorganisationen und zentral organisierte Systeme mit einer oder wenigen Marketingorganisationen machen einen Vergleich unmöglich. Letztlich ist der Einsatz von Marketingmitteln auch immer in Verhältnis zur Gästestruktur zu setzen; Länder mit starkem Binnentourismusanteil sind nicht mit Ländern mit großer Abhängigkeit von Fernmärkten vergleichbar.

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

Die Bundesregierung hat sich in ihrem Arbeitsprogramm das klare Ziel von 140 Mio. Nächtigungen im Jahr 2018 gesetzt.

### **Antwort zu den Punkten 5 bis 8 der Anfrage:**

Die Zusammenarbeit der ÖW mit der AWO läuft reibungslos. 2013 bezog die ÖW von den Außenwirtschaftszentren Tourismusmarketing-Leistungen in Höhe von

rund € 1,4 Mio., und zwar hauptsächlich für die Bearbeitung jener Märkte, die die ÖW nicht selbstständig durch eigene Büros bearbeiten kann. Auch im Bereich der Infrastruktur gibt es Synergien. An neun Standorten mietet die ÖW Räumlichkeiten in den Büros der Außenwirtschaftscenter Austria.

Zwischen der Außenwirtschaft Austria und der ÖW erfolgt zweimal jährlich eine Prüfung von Synergieeffekten durch die Zusammenlegung von Standorten. Bei Berücksichtigung der Faktoren wie etwa laufende Mietverträge, Platzverhältnisse, Kostenüberlegungen oder gesetzliche Rahmenbedingungen im Gastland bietet sich derzeit kein weiteres Projekt an.

Eine Vereinbarung der beiden Vereinsmitglieder aus dem Jahr 2011 sah eine intensivierete Zusammenarbeit von AWO und ÖW vor, durch die 20 % Synergien bei der Marktbearbeitung erzielt werden sollten. Dieses Ziel wurde bereits 2012 erreicht.

#### **Antwort zu den Punkten 9 und 10 der Anfrage:**

Die ÖW zahlt für die Räumlichkeiten in den Außenwirtschaftscentern Austria immer marktübliche Mietpreise. In erster Linie geht es um Synergien durch engere Kooperation, um einen gemeinsamen Auftritt nach außen oder um gegenseitige Vertretung, nur sekundär um Einsparungen im administrativen Bereich.

Bei den regelmäßigen Evaluierungen werden laufend neue Einsparungsmöglichkeiten geprüft.

#### **Antwort zu den Punkten 11 und 13 der Anfrage:**

Während die Planungen für das Budget 2015 noch nicht abgeschlossen sind und daher derzeit noch keine Aussage zum Mitgliedsbeitrag 2015 getroffen werden

kann, ist geplant, den ÖW-Mitgliedsbeitrag des Bundes für 2014 unverändert in gleicher Höhe wie 2013 zu belassen.

**Antwort zu Punkt 12 der Anfrage:**

Die strategischen Zielsetzungen für die ÖW-Marktbearbeitung umfassen insbesondere folgende Schwerpunkte:

- In den traditionellen westeuropäischen Märkten bzw. Australien und USA ist es das Ziel, trotz intensivstem Wettbewerb auf diesen gesättigten Märkten das Gästevolumen bestmöglich zu halten.
- In den CEE-Märkten ist es das Ziel, das bisherige Wachstum weiter auszubauen.
- In den Fernmärkten gilt es, Österreich als mögliches Reiseziel zu verankern und von der Entstehung neuer Reiseschichten zu profitieren – also die Bekanntheit Österreichs als Reisedestination zu forcieren.

Damit soll der im Regierungsprogramm vorgezeichnete Wachstumspfad an Gästeankünften erreicht werden.

**Antwort zu Punkt 14 der Anfrage:**

Gespräche mit der WKÖ zur Finanzierung der ÖW im Jahr 2015 haben noch nicht stattgefunden, zumal zuerst der Beitrag des Bundes feststehen muss.

