
538/J XXV. GP

Eingelangt am 29.01.2014

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

Anfrage

des Abgeordneten Mag. Hauser
und weiterer Abgeordneter

an den Bundesminister für Wirtschaft, Familie und Jugend
betreffend Nahmarktkampagne zur Tourismusbelebung

„Wenn die Konjunktur in Deutschland anzieht, fahren die Deutschen lieber in entferntere Destinationen“, erklärte Univ.-Prof. Dr. Christian Keuschnigg, der Direktor des Instituts für Höhere Studien (IHS), beim ÖHV-Kongress in Wels. Das IHS rechnet in der Studie, welche sie im Auftrag der Österreichischen Hoteliervereinigung (ÖHV) erstellt hat, heuer mit einem Nächtigungsrückgang bei deutschen Gästen von 0,1 Prozent, 2015 soll das Minus 1,1 Prozent betragen.

Diese Prognose gibt Anlass zur Sorge. Denn insbesondere Tirol ist das Tourismusland Nummer eins und hat im vergangenen Tourismusjahr 41 Millionen Nächtigungen erreicht, von denen 23 Millionen oder 56 Prozent mit deutschen Gästen erzielt worden sind. Daher wären aus Sicht der unterfertigten Abgeordneten eine Nahmarktkampagne, wie es sie im Krisenjahr 2009 gegeben hat, sowie eine Aufstockung des Budgets der Österreich-Werbung von großer Bedeutung und Wichtigkeit.

Zu berücksichtigen ist in diesem Zusammenhang auch, dass sich Tourismus-Investitionen auf die Gesamtwirtschaft positiv auswirken. Das untermauert unter anderem eine IHS-Studie. Laut den ÖHV-Präsidenten Michaela Reitterer und Mag. Gregor Hoch würde die Gesamtwirtschaft vom Tourismus noch stärker profitieren, wenn die Wertschöpfung vor Ort forciert werde.

Jede zusätzliche Million Tourismusförderung bringt 1,16 Mio. Euro mehr Steuern, 2,6 Mio. Euro mehr Wertschöpfung und 36 Vollzeitarbeitsplätze, ergab die IHS-Studie. Das zeigt, wie sehr sich Förderungen im Tourismus auszahlen. Damit bekommt die öffentliche Hand aus dem Tourismus weit mehr Geld zurück als sie bei den Förderungen ausgibt. Das IHS rät zu Förderungen, welche die Auslastung erhöhen und auf mehr Return on Investment abzielen. Investitionen sollten daher insbesondere in die Tourismuswerbung und die Qualitätssteigerung gehen.

In diesem Zusammenhang richten die unterfertigten Abgeordneten an den Bundesminister für Wirtschaft, Familie und Jugend folgende

Anfrage:

1. Wie stufen Sie die Bedeutung des Tourismus für die Gesamtwirtschaft ein?
2. Wollen Sie den Tourismus ankurbeln?
3. Wenn ja, wie?
4. Wenn nein, warum nicht?
5. Wie hoch ist derzeit das Budget der Österreich-Werbung und wie setzt es sich zusammen?
6. Ist das Budget der Österreich-Werbung in den letzten zehn Jahren erhöht worden?
7. Wenn ja, wie oft und um wie viel jeweils?
8. Wenn nein, warum erfolgte keine Budgeterhöhung?
9. Welche Marketingaktivitäten sind im heurigen Jahr geplant?
10. Wie viel des aktuellen Budgets der Österreich Werbung wird für die Bewerbung von Nahmärkten ausgegeben?
11. In welcher Form erfolgte - mit der Bitte um Auflistung der Nahmärkte samt jeweiliger Dotierung - die Bewerbung der Nahmärkte?
12. Sind Sie für Nahmarktkampagnen insbesondere am deutschen Markt, die in Tirol die Österreich-Werbung und Tirol-Werbung sowie Österreich-Werbung, Tirol-Werbung und Osttirol-Werbung jeweils gemeinsam durchführen?
13. Wenn nein, warum nicht?
14. Wenn ja, welche diesbezügliche budgetäre Unterstützungsmöglichkeiten seitens Ihres Ressorts sehen Sie in diesem Zusammenhang?