

7168/J XXV. GP

Eingelangt am 25.11.2015

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

Anfrage

**der Abgeordneten Sepp Schellhorn, Kollegin und Kollegen
an den Bundesminister für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft**

betreffend Tourismusstrategie und Österreich Werbung

Das Regierungsprogramm von SPÖ und ÖVP zum Thema Tourismus strebt mittels einer ausreichenden Finanzierung der Österreich Werbung (ÖW) eine Steigerung der Nächtigungen im Tourismus von 131 Mio. auf 140 Mio. an. Die Österreich Werbung besteht seit 1955 und wird aus Steuergeld und verfassungsrechtlich garantierten Pflichtmitgliedsbeiträgen von Unternehmen finanziert. Der Beitrag zu Österreich Werbung blieb gleich obwohl im Regierungsprogramm anders veranschlagt war - darüber hinaus wurde der Beitrag seit 2003 nicht mehr valorisiert und daher gibt es einen reellen Wertverlust in den letzten 11 Jahren von über 25 %. Das hat auch Auswirkungen auf das Leistungsportfolio der ÖW.

Seit dem Austritt der Bundesländer aus der Österreich Werbung im Jahr 2001 sind nur mehr der Bund, vertreten durch das Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft, mit 75 % und die Wirtschaftskammer Österreich mit 25 % der Mitgliedsbeiträge die Finanziers der Österreich Werbung.

Parallel dazu existieren 9 Landestourismusorganisationen, die ebenfalls von den Betrieben finanziert werden. Daneben werben auch Betriebe, Gemeinden und Destinationen selbst. Logische Folge sind Kompetenzüberschneidungen die dadurch verstärkt werden, dass es bis auf freiwillige Vereinbarungen, keine Aufgabenteilung gibt

Die Steuerreform hat darüber hinaus weitere Verschlechterungen für die Tourismusbranche gebracht. Der Tourismus ist ein Grundpfeiler der österreichischen Wirtschaft. Sie muss gestärkt werden um auf kommende Herausforderungen vorbereitet zu werden.

Aus diesem Grund stellen die unterfertigten Abgeordneten nachstehende

Anfrage:

1. Wie haben sich die Mitgliedsbeiträge seit 2005 entwickelt?
2. In welcher Höhe und wodurch wurden seit 2005 Leistungsbeiträge erzielt?

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

3. Planen Sie die Erhöhung des ÖW Budgets wie es im Regierungsprogramm festgeschrieben ist?
 - a. Wenn nein, warum nicht?
 - b. Wenn ja, wann und in welcher Höhe?
4. Wie hat sich der Personalstand der ÖW in seit 2005 entwickelt?
5. In welchem Verhältnis stehen die Personalausgaben in Österreich zu den Personalausgaben in den Vertretungen im Ausland seit 2005?
6. Die ÖW betreibt Vertretungen im Ausland. Wie viele Vertretungen im Ausland gibt es derzeit und wie ist die Entwicklung seit 2005?
7. Welche Vertretungen wurden seit 2005 geöffnet bzw. geschlossen und mit welcher Begründung?
8. Wie viele Märkte werden seit 2005 von der ÖW bearbeitet?
9. Aus welchen Märkten hat sich die ÖW seit 2005 zurückgezogen und mit welcher Begründung?
10. Welche Märkte wurden seit 2005 durch die ÖW neu bearbeitet und mit welcher Begründung?
11. Wie viele Marketingaktivitäten gibt es jährlich seit 2005?
12. Wie hoch waren die Marketingausgaben jährlich seit 2005?
13. In welcher Form finden die Abstimmungen zwischen der ÖW, den Landestourismusorganisationen und den Tourismusverbänden der Destinationen statt?
14. Bitte um Auflistung aller Leistungsangebote die es seit 2005 durchgehend gibt?
15. Welche Leistungsangebote wurden seit 2005 gekürzt bzw. gestrichen und mit welcher Begründung?
16. Es wurde immer wieder von der Bundesregierung angedeutet, dass die ÖW Direktbuchungen forcieren soll. In welcher Art und Weise wird dieses Vorhaben durch die Bundesregierung unterstützt?
17. Gibt es Pläne eine eigene Buchungsplattform zu lancieren?
 - a. Wenn ja, wann und wie ist der Fahrplan dazu?
18. Welche Auswirkungen wird die Mehrwertsteuer Erhöhung auf die Nächtigungen bzw. auf die Umsätze und Gewinne der Hoteliers haben?
19. Welche Auswirkungen wird die Einführung der Registrierkasse auf die Umsätze und Gewinne der Gastronomie haben?
20. Wie wird sich die Erhöhung der Abschreibungsdauer auf die Investitionsfreudigkeit der Tourismusbranche auswirken?
21. In der Tourismusstrategie 2010 haben sie die Sinnhaftigkeit von einer verkürzten AFA herausgestrichen! Damals kündigten sie 15 Jahre an. Die AFA wurde jedoch durch die Steuerreform verlängert. Was hat sie dazu bewogen die Punkte in die Tourismusstrategie 2010 nicht mehr zu verfolgen?
22. Inbesondere in der Tourismusbranche ist ein Jahresarbeitszeitmodell überfällig. Welche Maßnahmen haben Sie bisher für eine Arbeitszeitflexibilisierung bzw. für eine längere Durchrechnungszeit ergriffen?