

23.02

Staatssekretärin im Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft Mag. Susanne Kraus-Winkler: Sehr geehrte Frau Präsidentin! Sehr geehrte Damen und Herren Abgeordnete! Sehr geehrte Damen und Herren Zuseher, die um diese Uhrzeit noch zusehen! Der Tourismus ist heute relativ spät dran. Das tut mir immer sehr leid, weil er ein ganz wichtiger Teil der österreichischen Wirtschaft ist, aber auch einen großen Teil der österreichischen Bevölkerung betrifft. Deswegen ist es mir ein besonderes Anliegen, dass der Tourismus auch immer den Platz bekommt, den er haben sollte.

Grundsätzlich darf ich mich für alles bedanken, was heute im positiven Sinn schon gesagt wurde. Trotzdem würde ich gerne noch einmal auf den Initiativantrag eingehen und kurz erklärend noch einmal dazu Stellung nehmen, damit das richtig zugeordnet werden kann.

Bis Anfang 2024 war nämlich das touristische Auslandsmarketing zur Gänze von den medienrechtlichen Meldepflichten ausgenommen. Aufgrund der Novellierung des Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetzes zu Beginn des Jahres hat es eine Uneinheitlichkeit gegeben.

Wie sieht diese aus? – Bestimmte Formen des touristischen Auslandsmarketings sind weiterhin von den Meldepflichten ausgenommen, wie zum Beispiel Zeitungswerbung, andere Formen des touristischen Auslandsmarketings sind neuerdings aber medienrechtlich unter die Meldepflichten gefallen, wie zum Beispiel die Plakatwerbung.

Eine bruchstückhafte Meldepflicht – da, denke ich, werden Sie alle zustimmen, vor allem wenn ich höre, dass man volle Transparenz will – bedeutet nicht nur ein Mehr an Bürokratie, sondern auch eine Unübersichtlichkeit. Deshalb ist es darum gegangen, das wieder zu reparieren. Daher gibt es diesen Initiativantrag, dass genau wie vor 2024 das touristische Auslandsmarketing wieder zur Gänze von diesen medienrechtlichen Meldepflichten – die sonst für politisches Marketing gelten – ausgenommen werden soll.

Ich möchte in diesem Zusammenhang noch einige Dinge betonen: Erstens ist die Missbrauchsgefahr im touristischen Auslandsmarketing ausgesprochen gering, weil diese Ausnahme ja ausschließlich für Werbung in ausländischen Medien gilt und alle Tourismusorganisationen strengen Rechenschaftspflichten unterliegen.

Ich darf daher auch noch kurz zur Österreich-Werbung Stellung nehmen. Die Österreich-Werbung arbeitet in 27 Märkten mit 21 Büros. Sehr viele dieser Auslandsmedienaktivitäten werden auch von diesen Experten in diesen Büros quasi festgelegt, weil sie wissen, wie man sich dort mit dem österreichischen Angebot am besten platziert.

Darüber hinaus hat die Österreich-Werbung seit Jahresbeginn einen eigenen Aufsichtsrat mit acht Teilnehmern, die alle Experten, und zwar neutrale Experten, sind und hier ganz genau begleiten und schauen, welche Medienarbeit gemacht wird. Darüber hinaus wird die Österreich-Werbung vom Rechnungshof geprüft. Das heißt, auch da wird ganz genau geschaut, wie dieses Geld eingesetzt wurde.

Das heißt, ich möchte noch einmal darauf hinweisen, dass wir hier wirklich Rechenschaftspflichten haben, aber – das haben uns sowohl die Landestourismusorganisationen als auch die Österreich-Werbung mehrfach sehr plakativ vor Augen geführt – die Bürokratie, um dieser Auslandswerbung im Transparenzgesetz gerecht zu werden, wäre ein ungemein großer Aufwand, der auch für sie mit großen Kosten verbunden wäre.

Bevor ich Sie aber um Zustimmung zu diesem Initiativantrag bitte, würde ich ganz gerne noch auf den Bericht Tourismus in Österreich 2023 hinweisen. (*Die Rednerin hält das genannte Druckwerk in die Höhe.*) Für alle die, die ihn noch nicht gesehen haben: Es gibt ihn sowohl in gedruckter Form als auch online. Sie brauchen nur im Internet einzugeben: Tourismusbericht Österreich 2023, und können ihn sich herunterladen. Sie werden darin sehr, sehr viele interessante Daten finden.

Abschließend ist mir persönlich noch wichtig, Folgendes zu sagen: Heute und in Zukunft, vor allem in einer Zeit, in der sich so viel verändert, in der wir so viel Transformation haben und in der wir gerade in diesen alpinen Naturräumen und in diesem Kulturland, in dem wir sind, den Tourismus ganz besonders zukunftsfit gestalten müssen, müssen wir auch auf Bundesebene eine Tourismuspolitik machen, die ein Prozess ist, der alle Stakeholder quasi managet und der uns in Zukunft mehr als je zuvor fordern wird.

Wir haben daher die Aktivitäten schon jetzt, in den letzten zwei Jahren intensiv nach dem Plan T – Masterplan für Tourismus, der übrigens von Frau Bundesminister Köstinger initiiert und auch finalisiert wurde, ausgerichtet. Das Besondere in diesem Masterplan T: Die Zieldefinition und das Leitmotiv bedeuten, dass es eine ausbalancierte Tourismuspolitik geben soll zwischen Bevölkerung, den Unternehmen, den Gästen, den Mitarbeitern und den Lieferanten. Bei allen Aktivitäten, die wir gesetzt haben, haben wir immer versucht, dem auch gerecht zu werden.

Ich darf Ihnen auch sagen: Wir haben nicht nur sehr vieles umgesetzt in dieser kurzen Zeit. Da darf ich mich jetzt bei allen Tourismussprechern trotzdem sehr herzlich bedanken, weil sie vieles begleitet haben. Ich weiß, Herr Hauser, der jetzt anschließend sprechen will, hat noch seine offenen Punkte, die er jetzt vorbringen wird, aber es ist halt nicht alles so gegangen. Es sind auch sehr viele Stakeholder involviert. Gerade beim Privatzimmervermietungsgesetz hätte ich auch gerne einen Abschluss gehabt – ist aber nicht so schnell gegangen. Wir haben bis zum Schluss Verhandlungen geführt. Trotzdem haben wir sehr, sehr viel umgesetzt. Auch haben wir viele Pflöcke eingeschlagen, die in der nächsten Legislaturperiode noch weiter umzusetzen sind, und ich hoffe sehr, dass das dann auch der Fall sein wird.

Ich darf aber trotzdem ganz kurz auf folgende Dinge hinweisen: Wir haben die Werkzeuge für die nachhaltige Entwicklung in allen drei Dimensionen ins Leben gerufen. Das ist einerseits die gewerbliche Tourismusförderung mit der Neuausrichtung, dem grünen Kredit und dem Nachhaltigkeitsbonus; das ist die Messung der Tourismusakzeptanz, die Sie als Verordnung hier in diesem Plenum

beschlossen haben, wofür ich mich auch sehr bedanke; das ist auch ESG Data Hub, mit dem wir messen wollen, wie sich die Nachhaltigkeitsindikatoren wirklich entwickeln.

Zu erwähnen ist auch die nationale Zertifizierungsstrategie, die sehr, sehr wichtig ist für unsere Entwicklung. Wir hatten erst kürzlich das Gemeindedashboard Resy, das regionale Monitoringsystem vorgestellt. Wir haben die Forschungslandkarte vorgestellt, die Basis für die Zukunft sein soll, damit wir eben verbessert Grundlagenforschung im Tourismus betreiben können.

Wir haben gemeinsam mit der Österreich-Werbung sehr viele Digitalisierungs- und Innovationsinitiativen entwickelt. Für mich ist auch eines der Dinge, die für die Zukunft wichtig sind, ganz wichtig: Wir haben jetzt gerade den Prozess für Winter 2040 gestartet. Wie muss das Winterangebot in Österreich sich entwickeln, dass wir auch bei Klimaveränderungen in Österreich ein zukunftsfittes Winterangebot haben werden?

Schauen Sie sich bitte diesen Tourismusbericht an! Sollten Sie Fragen haben, stehe ich Ihnen natürlich auch jederzeit zur Verfügung. Ich hoffe sehr, dass der gegenständliche Antrag zum Medientransparenzgesetz dennoch Ihre Zustimmung findet. – Vielen herzlichen Dank. (Beifall bei ÖVP und Grünen.)

23.10

Präsidentin Doris Bures: Nun gelangt Herr Abgeordneter Gerald Hauser zu Wort. – Bitte. (Rufe bei der SPÖ – in Richtung des sich mit einem halb gefüllten Glas in der Hand zum Redner:innenpult begebenden Abg. Hauser –: Wo ist das Taferl? – Ist da Wodka drin? – Abg. Erasim: ... redest ja sonst schon so lang!)