

Mitterlehner: "Die ÖW nicht schwächen"

Utl.: Wirtschafts- und Tourismusminister beim ÖHV-Kongress: "Gute Stimmung im Tourismus aufrecht erhalten" - "Gemeinsam die Dachmarke Österreich noch besser positionieren" =

Mayrhofen (OTS/BMWFJ) - Wirtschafts- und Tourismusminister Reinhold Mitterlehner betonte heute bei seinem Vortrag anlässlich des ÖHV-Kongresses die positive Stimmung, die derzeit und auch schon in der Krise in der Tourismusbranche herrscht. "Diese positive Stimmung wollen wir uns nicht mit Diskussionen über die Struktur der Österreich Werbung zunichte machen. Denn die Menschen treffen ihre Urlaubsentscheidungen nach Stimmungslage", so Mitterlehner. "Der Tourismus war in der Krise eine der Stützen der Konjunktur. Die Ankunfts- und Nächtigungszahlen haben sich sehr gut entwickelt. Die Umsätze waren nicht so schlecht, könnten aber besser sein."

Mitterlehner warnte allerdings davor, sich jetzt zurückzulehnen. "Durch tatenlose Selbstzufriedenheit wird nichts passieren. Wenn wir etwas dazu tun, wird auch 2011 ein gutes Jahr werden. Wenn es diese Woche noch etwas schneit, wird auch dieser Winter ein guter werden", sagte Mitterlehner. Nach den Rekordförderungen der ÖHT für Investitionen in Tourismusbetrieben von 843 Millionen Euro im Vorjahr wird die Unterstützung heuer noch immer höher sein als vor der Krise 2008. Auch der Wegfall der Kreditvertragsgebühr wirke sich positiv auf die Branche aus. Er wolle aber nicht verleugnen, so Mitterlehner, dass das Konsolidierungsbudget der Bundesregierung beispielsweise durch den Wegfall der Energieabgaben-Rückvergütung auch Belastungen gebracht habe. Positiv sei aber jedenfalls die Beibehaltung der Saisonierregelung trotz der Öffnung des Arbeitsmarktes für die osteuropäischen EU-Länder sowie die Modularisierung der Lehrberufe.

"Wichtig ist es jetzt, die Zukunftsfragen zu behandeln", so Mitterlehner weiter. Die wichtigsten davon: "Wie schaffen wir ein attraktives und stimmiges Tourismusangebot? Wie können wir die Nächtigungen im Sommer stärker ankurbeln und wie schaffen wir neue Allianzen im Tourismus-Marketing?" Im Rahmen der Tourismusstrategie sind dazu Vorschläge präsentiert worden. Für Mitterlehner geht es hier darum, die Alleinstellungsmerkmale Alpen, Donau&Seen und Städte&Kultur ganz klar zu positionieren.

Zwtl: Gute Arbeit der Österreich Werbung

Mitterlehner hob in diesem Zusammenhang auch die gute Arbeit der Österreich Werbung (ÖW) hervor. "Die Österreich Werbung hat während der Krise verstärkte Aktivitäten gesetzt und die von uns zusätzlich bereitgestellten Mittel für eine Inlands- und Nahmärktekampagne sowie für eine Winter-Spätbucher-Kampagne gut eingesetzt." Die entscheidende Frage sei jedenfalls nicht die organisatorische Form, sondern, was konkret getan werde, wie Mitterlehner betonte. "Das Auslands-Marketing gehört in eine Hand. Dort müssen wir mit einer Dachmarke vertreten sein", sprach Mitterlehner die Kündigung ihrer 25-prozentigen ÖW-Mitgliedschaft durch die Wirtschaftskammer Österreich nach 55 Jahren Vereinszugehörigkeit an. "In der ÖW werden alle Entscheidungen einstimmig gefällt. Also hat die Wirtschaftskammer bisher alle strategischen Entscheidungen mitgetragen", verdeutlichte Mitterlehner.

"Die Österreich Werbung konzentriert sich auf die Kernmärkte und deckt damit 95 Prozent aller Ankünfte und Nächtigungen ab. Wir können darüber diskutieren, ob man mit mehr Geld noch mehr Abdeckung erreichen will. Klar ist aber, dass das Budget nicht schrumpfen kann, sondern tendenziell wachsen muss", so Mitterlehner. "Wir können die ÖW nicht schwächen und garantieren daher das Budget der Österreich Werbung. Sollten wir also in den kommenden Wochen keine Einigung über den Wiedereintritt der Wirtschaftskammer erreichen, werden wir der ÖW die Geldmittel jedenfalls aus der Ministeriumsförderung für die Exportinitiative 'go international' bereit stellen und die Finanzierung somit stärker entflechten", sagte Mitterlehner.

Zum von der Wirtschaftskammer geforderten Inlandsmarketing sagte Mitterlehner, dass die ÖW schon jetzt Geld im Inland ausbebe. Das klassische Marketing machten aber ohnedies die Städte, Dörfer und Hotels selbst. Generell sei zur aktuellen Diskussion anzumerken, dass die Interessenvertretung und die Standortpolitik für den Tourismus zwei komplett unterschiedliche Aufgaben seien und daher nicht vermischt werden dürften. Auch in anderen Ländern sei das so.

Zwtl: Neue Tourismuskonferenz am 31. März in Linz

Seit der Präsentation der Tourismusstrategie vor einem Jahr sei die Zusammenarbeit aller Player verbessert worden. "Mit einem Strategiebeirat wollen wir alle Landestourismus-Organisationen, die ÖHV, die Wirtschaftskammer und andere noch stärker einbinden. Immerhin werden allein für das Marketing 210 Millionen Euro pro Jahr ausgegeben. Das sollten wir besser koordinieren", sagte Mitterlehner. Zur Abstimmung der Leitlinien für das laufende und kommende Jahr lud

Mitterlehner abschließend zur neuen und künftig jährlich stattfindenden Tourismuskonferenz ein. Sie wird am 31. März in Linz stattfinden.

Rückfragehinweis:

Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend

Pressesprecher des Bundesministers:

Mag. Waltraud Kaserer

Tel.: +43 (01) 71100-5108 / Mobil: +43 664 813 18 34

mailto:waltraud.kaserer@bmwfj.gv.at

www.bmwfj.gv.at

Mag. Volker Hollenstein

Tel.: +43 (01) 71100-5193 / Mobil: +43 664 501 31 58

volker.hollenstein@bmwfj.gv.at

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/48/aom>

*** TP-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.TOURISMUSPRESSE.AT ***

TPT0012 2011-01-18/13:54

181354 Jän 11

Link zur Aussendung:

http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20110118_TPT0012