

Beilage 1810/2009 zum kurzschriftlichen Bericht des Öö. Landtags, XXVI. Gesetzgebungsperiode

Initiativantrag

der unterzeichneten Abgeordneten des Oberösterreichischen Landtags betreffend Konjunkturpaket für die oberösterreichische Tourismus- und Freizeitwirtschaft

Gemäß § 26 Abs. 6 der Landtagsgeschäftsordnung wird dieser Antrag als dringlich bezeichnet.

Der Öö. Landtag möge beschließen:

Die Öö. Landesregierung wird ersucht, folgende Marketingmaßnahmen in den Nahmärkten für den Kurzreiseverkehr noch weiter auszubauen und bestmöglich mit der Österreichwerbung und den regionalen Öö. Tourismusdestinationen abzustimmen:

- Aktivitäten in Österreich und im angrenzenden Deutschland zur Bewerbung von Kurzreisen
- eine verstärkte Kooperation mit Verkehrsträgern (z.B. ÖBB, DB)
- grenzüberschreitende Projekte insbesondere mit Tschechien
- die noch intensivere Nutzung des Internets mit all seinen Möglichkeiten, vor allem im Tagesausflugsbereich
- eine verstärkte Bewerbung von Wander- und Wellnessangeboten, speziell für die ältere Generation und für Menschen mit Behinderungen
- verstärkte Aktivitäten betreffend grenzüberschreitender Zusammenarbeit zur Entwicklung naturtouristischer Projekte

Begründung

Oberösterreichs Tourismusbranche schaffte es bislang sehr erfolgreich, mit marktkonformen Angeboten und koordinierten Marketingaktivitäten jährlich mehr Gäste nach Oberösterreich zu bringen. In Zeiten der Wirtschafts- und Finanzkrise ist diese Herausforderung im heurigen Jahr allerdings besonders groß. Die enorme Flexibilität der heimischen Familienbetriebe könnte für den Tourismusstandort Oberösterreich dabei von großem Vorteil sein. Für viele Menschen ist die Wirtschaftskrise in ihrem unmittelbaren Lebensumfeld derzeit noch nicht sonderlich spürbar. Das könnte sich allerdings durch steigende Arbeitslosenzahlen, insbesondere in den ÖÖ. Herkunftsmärkten in den nächsten Monaten ändern und die touristische Nachfragesituation für Oberösterreich vollkommen ändern.

Zur Unterstützung der ÖÖ. Tourismus- und Freizeitwirtschaft hat der ÖÖ. Tourismus ein Nachfragekonjunkturpaket geschnürt, das zusätzlich zu dem bisherigen Marketingmix umgesetzt und der heimischen Tourismusbranche zusätzliche Nachfrageimpulse geben wird.

Die wesentlichen Zielsetzungen sind folgende:

Einerseits gilt es, das Potenzial bei Nahmärkten kurzfristig entsprechend auszuschöpfen. Andererseits werden im Rahmen der Internationalisierung offensive mittel- bis langfristige Zukunftsmärkte (etwa in Osteuropa) gezielt bearbeitet. Die strategische Abstimmung bzw. Koordination gemeinsamer Maßnahmen erfolgt sowohl mit der Österreich Werbung als auch mit den zehn großen Tourismusdestinationen in Oberösterreich.

Wie aus einer vom ÖÖ. Tourismus Ende 2008 beauftragten Spectra-

Befragung hervorgeht, werden geringere Reisedistanzen oder kürzere Aufenthaltsdauer wesentlich zur Urlaubsfindung beitragen. Um weiterhin stark in den geografisch nahen Hauptherkunftsmärkten präsent zu sein, beteiligt sich der OÖ. Tourismus im Rahmen der "Allianz der 10" (einer Kooperation mit der Österreich Werbung und den Landes-Tourismusorganisationen der anderen acht Bundesländer) an einer groß angelegten Imagekampagne in Deutschland sowie koordinierten Marketingmaßnahmen in den Herkunftsländern Niederlande und Italien.

Oberösterreich bekennt sich in seinem Landes-Tourismuskonzept zu den Prinzipien der Nachhaltigkeit. Nachhaltiger Tourismus ist sozial gerecht, kulturell angepasst, ökologisch tragfähig und insbesondere für die ortsansässige Bevölkerung wirtschaftlich sinnvoll.

Gezielte Marketingaktivitäten des Oberösterreich Tourismus gemeinsam mit den touristischen Organisationen und Leistungsträgern sollen dazu beitragen, möglichst viele (inländische) Gäste zum Aufenthalt in Oberösterreich zu motivieren.

Linz, am 31. März 2009

(Anm.: ÖVP-Fraktion)

Schürer, Hingsamer, Stelzer, Orthner, Aichinger, Baier

(Anm.: Fraktion der GRÜNEN)

Hirz, Schwarz, Wageneder