


Landtagsklub >> vorwärts Tirol
Eduard-Wallnöfer-Platz 3
6020 Innsbruck

Landtagsdirektion
Eingelangt am

29. JAN. 2015

21115 



ANTRAG

Der Landtagsklub >>vorwärts Tirol

vertreten durch die Abgeordneten Josef Schett, KO DI Hans Lindenberger und Bgm. Dipl.-Päd. Maria Zwölfer

betreffend

„Aufstockung des Marketingbudgets der Tirol-Werbung für Sonderwerbeaktivitäten auf Grund der Umbrüche auf den Tourismuskmärkten“

Der Landtag wolle beschließen:

„Die Landesregierung wird ersucht, das Marketingbudget der „Tirol-Werbung“ künftig mit einem zusätzlichen, flexibel ausnutzbarem Budgetposten auszustatten, der es ermöglicht, schnell auf aktuelle Veränderungen in unseren Tourismuskmärkten – wie zuletzt durch die Sanktionen in Russland oder die Währungsschwankungen in der Schweiz – reagieren zu können und durch gezielte Werbeaktionen Einbrüche bei den Nächtigungen von Gästen aus den betroffenen Gebieten zu verhindern oder gegebenenfalls durch Werbeaktionen auf Alternativmärkten möglichst auszugleichen.“

Zuweisungsvorschlag: Ausschuss für Wirtschaft, Tourismus und Technologie

BEGRÜNDUNG:

Die Sanktionen gegen Russland haben zur wirtschaftlichen Verunsicherung in Russland geführt und das Ausbleiben russischer Gäste in Tirol zur Folge.

Im Tourismusjahr 2012/13 konnten in Österreich noch 1,9 Millionen Nächtigungen von russischen Gästen verzeichnet werden. Allein auf Tirol entfielen davon 702.000 Nächtigungen. Mit den russischen Gästen konnte erfahrungsgemäß auch eine überdurchschnittliche Wertschöpfung erzielt werden.

Der derzeitige Einbruch betrifft daher nicht nur die Beherbergungsbetriebe, sondern in besonderem Maße auch die von der Tourismuswirtschaft betroffenen Wirtschaftszweige.

Durch die überraschende Abkoppelung des Schweizer Franken vom Euro ist (unter anderem) Urlaub in Tirol für Gäste aus der Schweiz praktisch über Nacht um bis zu einem Drittel billiger geworden. Diese Situation kann mit einer schnellen Werbekampagne für die Tourismuswirtschaft genutzt werden.

Diese beiden aktuellen Ereignisse zeigen die Notwendigkeit auf, für die „Tirol-Werbung“ einen Sonderbudgetposten mit entsprechenden Mitteln einzurichten, damit im Bedarfsfall schnell und flexibel reagiert werden kann, ohne bereits geplante Aktivitäten hintanstellen zu müssen.

Innsbruck, am 26.01.2015

Christa Fuchs

Elisabeth

Reinhold