

CORONAVIRUS INFO-SERVICE FÜR BETRIEBE



Erhöhung des Budgets der Österreich Werbung stärkt Tourismusstandort Österreich

WKÖ-Seeber: „Wir müssen Österreich – Corona hin oder her – als eine der erfolgreichsten Tourismusdestinationen der Welt positionieren“

13.10.2021, 13:05



© WKÖ

„Das ist eine wichtige Maßnahme zur Stärkung des heimischen Tourismusstandorts“, begrüßt Robert Seeber, Obmann der Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ), die Erhöhung der Budgetmittel der Österreich Werbung (ÖW). Bis zum Jahr 2025 soll der Beitrag des Bundes um insgesamt 22 Millionen Euro steigen; 2022 um 4 Millionen auf 28 Millionen, in den Folgejahren um je 6 auf 30 Millionen.

„Die Österreich Werbung ist ein wichtiger Partner beim Marketing für ‚Urlaub in Österreich‘. Daneben setzt die ÖW wertvolle Impulse etwa im Bereich der Digitalisierung sowie bei der Erschließung sonstiger Innovationspotenziale im Bereich des Tourismus“, sagt Seeber.

Die erste strukturelle Budgeterhöhung für die ÖW seit 2002 kommt laut Seeber zu richtigen Zeit: "Gerade in der Restartphase des Tourismus nach Covid spielt die Österreich Werbung eine zentrale Rolle, damit unsere Betriebe ehestmöglich wieder auf die Überholspur zurückfinden." Wichtig ist, dass zudem die in Aussicht gestellten zusätzlichen Sondermittel zur Bewältigung der pandemiebedingten Herausforderungen rasch bereitgestellt werden. "Corona hin oder her, unser Ziel kann nur sein, Österreich als eine der erfolgreichsten Tourismusdestinationen der Welt zu positionieren."

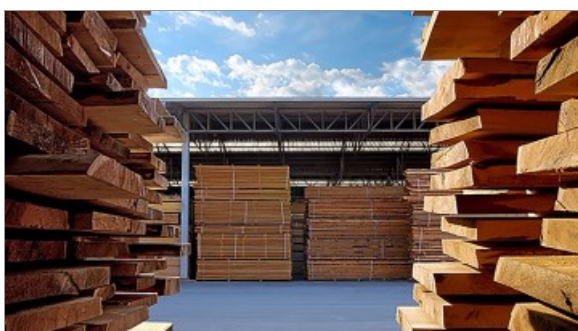
Die Maßnahmen der Österreich Werbung kommen nicht alleine der Tourismus- und Freizeitwirtschaft, sondern auch deren vor- und nachgelagerten Branchen zu Gute. Diese Sekundäreffekte dürfe man nicht unterschätzen, so Seeber.

Susanne Kraus-Winkler, Obfrau des Fachverbandes Hotellerie in der WKÖ, betont ebenfalls, dass die Maßnahme zum richtigen Zeitpunkt komme: "Gerade in der jetzigen Phase, angesichts der Auswirkungen der Corona Pandemie und dem zunehmend kompetitiven Umfeld, brauchen wir eine gut dotierte Marketingorganisation. Ausländische Gäste machen einen Großteil unserer Nächtigungen aus und diese fehlen unseren österreichischen Beherbergungsbetriebe spürbar. Umso wichtiger ist es jetzt, dort anzusetzen, wo wir großen Aufholbedarf haben, und das betrifft vor allem auch unsere Märkte aus Übersee."

Mario Pulker, Obmann des Fachverbandes Gastronomie in der WKÖ, unterstreicht die Wichtigkeit der Budgeterhöhung: "Auch die heimische Gastronomie braucht eine starke und finanziell gut ausgestattete Marketingorganisation. Wie wir aus Studien wissen, ist die österreichische Kulinarik ein zentrales Motiv für ausländische Gäste, um nach Österreich zu kommen. Wir freuen uns, wenn die Österreich Werbung dieses Asset nun noch stärker im Ausland kommunizieren und bewerben kann."

Von Astrid Legner, Obfrau des Fachverbandes der Freizeit- und Sportbetriebe in der WKÖ, heißt es: "Die Erhöhung des ÖW Budgets ist eine richtige und wichtige Maßnahme, um ausländische Gäste für unser schönes Land zu begeistern. Durch den Aufschwung im Tourismus profitieren in weiterer Folge auch viele Branchen der Freizeitwirtschaft, die durch die Corona Pandemie am härtesten getroffen wurden und die Nachwirkungen wirtschaftlich auch am längsten spüren." (PWK 489/SR)

Das könnte Sie auch interessieren



Umweltsprecher der Österreichischen Holzindustrie wiedergewählt

Martin Wurzl ist am 5. Oktober 2021 als Umweltsprecher des Fachverbandes der Holzindustrie Österreichs wiedergewählt worden. [➔ mehr](#)



"Österreich isst informiert": Schwerpunkt zur Nachhaltigkeit in der Lebensmittelindustrie

Wissensplattform startet ihren Schwerpunkt zur Nachhaltigkeit und zeigt Praxisbeispiele zur

Reduktion von CO2 und zur Abwärmenutzung bei der Lebensmittelherstellung > mehr



WKÖ-Gewerbe und Handwerk: „Hilfen müssen Ausfälle wirklich adäquat abgelten“

Spartenobfrau Renate Scheichelbauer-Schuster befürchtet Aus für zahlreiche Betriebe: „Lockdown ist ein sehr, sehr harter Schlag“ > mehr