

## Liste Fritz stellt 3 Fragen an die Listenführer bzw. kandidierenden Listen



Schreiben von Markus Sint, Landtagsabgeordneter, Tourismus- und Bezirkssprecher Osttirol der Liste Fritz, an:

1. **Franz Theurl**, „Gemeinsam für Osttirol“
2. **Martin Gratz**, „Team Osttirol“
3. **Heinz Schultz**, „Liste Schultz“
4. **Ernst Moser**, „Unabhängigen Liste für Kulinarik und Regionalität“

**Frage 1 der Liste Fritz:** Mit welchen konkreten Maßnahmen wollen Sie bzw. Ihre Liste den Tourismus in Osttirol in den nächsten 5 Jahren beleben?

**Antwort THEURL:** Keine Antwort.

**Antwort GRATZ:** Siehe [www.teamosttirol.at](http://www.teamosttirol.at); in 5 konkreten Punkten ist dort beschrieben, welche Maßnahmen wir setzen werden.

**Antwort SCHULTZ:** Die Schultz-Gruppe hat allein seit 2000 mehr als 200 Millionen Euro in Osttirol investiert und beschäftigt mittlerweile bis zu 380 Mitarbeiter in der Wintersaison- bzw. ca 250 Jahresarbeitsplätze in Osttirol. Wir sehen in Osttirol sehr viel touristisches Potential und wollen auch in den nächsten Jahren investieren, von der Qualitätsverbesserung in unseren Skigebieten über neue Hotelbetriebe bis zur Realisierung der Skischaukel Sillian-Sexten. In diesem Zusammenschluss sehen wir eine Riesenchance für die gesamte Region.

**Antwort MOSER:** Die Kulinarik besser bewerben. Wir haben in der Region sehr viele ausgezeichnete Betriebe und zudem eine hohe „Gault Millau Haubendichte“. Gourmet-Tourismus ist längst kein Nischenprodukt mehr, wie man an Destinationen wie Südsteiermark, Friaul oder Südtirol sehen kann. Regionale Produzenten und die Gastronomie besser vernetzen, um nachhaltig qualitativ hochwertige Lebensmittel erzeugen zu können, um das Regionalitätsversprechen, welches wir unsern Gästen geben, auch einhalten zu können.

Arbeit am Produkt „Osttirol“, in Orts- und Regionalausschüsse, um vor allem die Basis in Entwicklungs- und Entscheidungsprozesse miteinzubeziehen, denn „nur wenn die Basis ein gutes Gefühl hat sind wir auf dem richtigen Weg“

Die Tourismusgesinnung in der Region stärken.

Touristische Ausbildung fordern und fördern. Zum Beispiel: Wiedereröffnung der Hotelfachschule Lienz mit neuem Konzept.

Lehrlingsoffensive. Ohne gut ausgebildete Mitarbeiter ist Qualitätstourismus nicht möglich

**Frage 2 der Liste Fritz:** *Wie stehen Sie bzw. Ihre Liste zur Initiative der Liste Fritz ein ganzjähriges, günstiges Freizeitticket Osttirol einzuführen, mit dem Einheimische und Gäste möglichst viele Natur-, Kultur-, Sport- und Freizeiteinrichtungen im ganzen Bezirk Lienz in Anspruch nehmen können? (Vorbild sind das Freizeitticket und die Regiocard, die in Nordtirol überaus erfolgreich sind)*

**Antwort THEURL:** *Keine Antwort.*

**Antwort GRATZ:** *Ich stehe Ihrer Initiative bezüglich Freizeit Ticket sehr positiv gegenüber.*

**Antwort SCHULTZ:** *Grundsätzlich positiv.*

**Antwort MOSER:** *Das finde ich grundsätzlich eine gute Idee! Man könnte die bereits bestehende Osttirol–Dolomitencard erweitern.*

*Eine zusätzliche Kulinarik-App für Hofläden, Schnapsbrenner, Produzenten, Gastronomie sowie für besondere aktuelle Veranstaltungen wäre sicher sinnvoll.*

**Frage 3 der Liste Fritz:** *In welchem Größenverhältnis wollen Sie bzw. Ihre Liste künftig die Gelder des Tourismusverbandes Osttirol verteilen: Soll der Tourismusverband mehr Geld für das Bewerben Osttirols oder mehr Geld für die Errichtung bzw. Erhaltung der touristisch genutzten Infrastruktur ausgeben?*

**Antwort THEURL:** *Keine Antwort.*

**Antwort GRATZ:** *Da kann ich ganz klar sagen, wir brauchen mehr Geld in der Vermarktung.*

**Antwort SCHULTZ:** *Die Mittel innerhalb des TVB Osttirol gehören dahingehend umgeschichtet, dass weniger in die Verwaltung bzw. ziellos und mit der Gießkanne in Infrastruktur fließen und mehr Geld für die Vermarktung zur Verfügung steht. Hier ist der TVB Osttirol Schlusslicht in Tirol!*

**Antwort MOSER:** *Zurzeit werden ca. 50 % der Tourismuskelder für Marketing und Werbung ausgegeben, wobei wir im Tirolvergleich mit diesen Anteilen gar nicht so schlecht liegen. Natürlich ist es auch sehr wichtig in touristische Infrastruktureinrichtungen zu investieren und diese auch zu erhalten.*

*Weiters ist es auch wichtig, die Produktentwicklung voranzutreiben, um sich am ständig ändernden Markt, richtig zu positionieren.*