

3806/J XXI.GP

Eingelangt am: 23.04.2002

ANFRAGE

der Abgeordneten Emmerich Schwemlein
und GenossInnen

betreffend Österreich Werbung - "Entpolitisierung durch die Politik?"

Die Entpolitisierung der Österreich Werbung sei gelungen, so Tourismusstaatssekretärin Mares Rossmann, Vizepräsidentin und Aufsichtsratsmitglied der ÖW. Dass die Voraussetzungen für diesen Schritt der nunmehr als abgeschlankt und handlungsfähig dargestellten ÖW von der Politik geschaffen wurden, wirft wie folgendes Beispiel einige Unklarheiten auf.

"Im Gegensatz zu Nachbarstaaten wie zum Beispiel die Schweiz und Deutschland, speziell Bayern zeichnen sich in Österreich Einbußen auf dem Sektor Tourismus ab. Nicht zuletzt auch wegen geänderter Darstellung Österreichs im Ausland durch die Vorkommnisse der letzten Monate innerhalb unseres Landes. Welche Strategien sind seitens der Österreich Werbung geplant, um den Beliebtheitsgrad Österreichs wieder aufzuwerten?" lautete eine Frage aus der Anfrage letzten Jahres bezüglich ÖW. Für das Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit stellte sich laut Anfragebeantwortung vom 1.6.2001 - 2305/AB ÖW@work - diese Frage nicht, da sich die Tourismusedwicklung sehr positiv darstellte (Umsatzplus etc.).

Wie die Entwicklungen und geplanten Aktivitäten - Forderung nach ca. 7 Mio. Euro mehr für Werbeaktivitäten, vor allem auf dem deutschen Markt - der Österreich Werbung zeigen, stellt sich diese Frage offensichtlich doch. Vor allem Angesicht dessen, dass der Marktanteil des Österreichischen Tourismus europaweit um die Hälfte gesunken ist.

In diesem Zusammenhang stellen die unterzeichneten Abgeordneten an den Bundesminister für Wirtschaft und Arbeit folgende

ANFRAGE

1. Welche Österreich-Häuser wurden schon zusammengelegt?
2. Wie lautet die Quellmarktstruktur, die laut AB/2305 seit September 2001 in Kraft treten hätte sollen?
3. Wie lautet die strategische Position der 10 wichtigsten Quellmärkte der Österreich Werbung?
 - a) Welche Mitteleinsätze wurden für diese festgelegt (detaillierte Auflistung)?
4. Wie viele MitarbeiterInnen beschäftigt derzeit die Österreich Werbung?
 - a) Wie viele Arbeitsplätze wurden seit April 2001 in der Österreich Werbung abgebaut?
 - b) In welchem Ausmaß wird ein weiterer Personalabbau innerhalb der ÖW in Betracht gezogen?

5. Wie lautet Ihrer Ansicht nach die Definition für die Berufsbezeichnung: "Tourismuskordinator"?
 - a) Welchen Tätigkeitsbereich betreut ein Tourismuskordinator?
 - b) Ist dies eine Funktion innerhalb des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit, der Regierungspartei oder der Österreich Werbung?
 - c) Wie viele Tourismuskordinatoren wurden schon bestellt?
 - d) Welchen Vorgesetzten ist ein Tourismuskordinator unterstellt?
 - e) Von wem und in welcher Höhe und nach welchen Kriterien wird ein Tourismuskordinator bezahlt?
6. Gab es einen Dienstvertrag zwischen der Österreich Werbung und F. J. Macho und der ÖW als Geschäftsführer?
 - a) Hat Ihres Wissens nach der ehemalige Wirtschaftsminister und ÖW-Obmann Hannes Farnleitner den Dienstvertrag mit F.J. Macho als Geschäftsführer unterzeichnet?
 - b) Welche Kompetenzbereiche fielen in den Handlungsbereich von F. J. Macho?
 - c) Aus welchem Grund sollte der Dienstvertrag von F. J. Macho im nachhinein und zu seinen Ungunsten verändert werden?
7. Welche Untersuchungen und Analysen sind derzeit im Zuge des Tätigkeitsfeldes der ÖW in Arbeit?
8. Wie hoch ist die Umsatzsteigerung, die auf Büros der Österreich Werbung im Ausland zurückzuführen ist, im Detail (Büro, Land, Umsatzsteigerung im Einzelnen)?
 - a) Welche Umsatzsteigerungsraten sind auf Aktivitäten der Büros der ÖW in Deutschland zurückzuführen?
9. Warum wird von der ÖW eine Investition in die TV-Werbung geplant, wenn bekannt ist, dass es nicht die beste und effektivste Art der Werbung ist (teuer, kurzer Erinnerungswert, etc.)?
10. Inwieweit ist die Österreich Werbung im Projekt "Alpenglügen" involviert?
11. Wie hoch sind die Mittel, die der Finanzierung des Projektes "Alpenglügen" zugesprochen werden?
12. Besteht eine Rechnungshofkontrolle durch die Bundeseigentumskontrolle über die Ausgaben der Österreich Werbung?
13. Werden den Miteigentümern der ÖW (Wirtschaftskammer, Bund) gegenseitig Rechnungen über Leistungen vorgelegt?
14. In welchem Ausmaß legen die Landesorganisationen über Ausgaben, Leistungen und anderen Aktivitäten Rechenschaft ab?
15. Wie viele Mitarbeiter der Landesorganisationen sind zugleich MitarbeiterInnen der Österreich Werbung und umgekehrt?
16. Wie definiert die Österreich Werbung den Begriff "Qualität" im Tourismus?

17. Welche Strategien hat die Österreich Werbung entwickelt, um die "Dachmarke Österreich" am internationalen Markt zu platzieren und vor allem zu etablieren?
 - a) Wo ist die "Dachmarke Österreich" bereits etabliert?
 - b) Durch welche Maßnahmen wurde die mögliche Etablierung der "Dachmarke Österreich" erreicht?
 - c) Wann werden erste Erfolge dieser Strategien zu erwarten zu sein?
18. Wird Dr. Arthur Oberascher, Geschäftsführer der Österreich Werbung und derzeit vom Land Steiermark karenziert, die Beiträge für die Hofratspension nachzahlen?
 - a) Wenn ja, für welchen Zeitraum und in welcher Höhe?
 - b) Wenn nein, warum nicht?
19. Mittels welcher Projekte wird "Das internationale Jahr der Berge" für Marketing-Projekte von der Österreich Werbung genützt?
20. Wie viele MitarbeiterInnen sind in den Struktur-Schwerpunkten der Österreich Werbung Marketing-Management, Quellmarkt-Management und E-Management tätig?
 - a) Wie lauten die Ziele für 2002 dieser Schwerpunktbereiche der ÖW?
 - b) Wie hoch sind voraussichtlich die finanziellen Ausgaben dieser drei Bereiche im Detail (konkrete Zahlen)?
21. Wie hoch waren die finanziellen Ausgaben der Österreich Werbung insgesamt im Jahr 2001?
22. Wie lautet die detaillierte Aufstellung der Ausgaben und der Einnahmen der Österreich Werbung für das Jahr 2001?
23. Wie lautet die detaillierte Aufstellung des geplanten Budgets für das Jahr 2002?
24. Ist auch die Österreich Werbung von den Sparmaßnahmen, die die FPÖVP-Regierung setzt, betroffen?
 - a) Wenn ja, wie sehen die Sparmaßnahmen der ÖW im Detail aus?
 - b) Wenn nein, warum nicht?
25. Welchen freizeit- und tourismuswirtschaftlichen Erfolg für Österreich konnte durch den Besuch der Workshops in Boston und New York von 20 MitarbeiterInnen der ÖW erzielt werden?
 - a) Wie hoch waren die personellen Kosten für den Besuch der beiden Workshops im Detail?
 - b) Wie hoch ist der finanzielle, freizeit- und tourismuswirtschaftliche Nutzen, der aus den Besuchen dieser Workshops zu ziehen war?
26. Ist eine Kooperation in Zusammenhang mit der Olympia-Bewerbung 2010 und der Österreich Werbung geplant?
 - a) Wenn ja, in welcher Form?
 - b) Wenn nein, warum nicht?