

---

**628/J XXIV. GP**

---

**Eingelangt am 15.01.2009**

**Dieser Text wurde elektronisch übermittelt. Abweichungen vom Original sind möglich.**

## **ANFRAGE**

der Abgeordneten Dr. Gabriela Moser, Freundinnen und Freunde

an den Bundesminister für Wirtschaft & Arbeit

betreffend Budget der Österreich Werbung

In der XXIII. Gesetzgebungsperiode haben sich Abgeordnete von vier der fünf Nationalratsparteien (SPÖ, Grüne, FPÖ, BZÖ) mit der Einbringung eines Antrag „betreffend notwendige Erhöhung des Budgets der Österreich Werbung“ (257/A(E), eingebracht am 6.6.2007) nachdrücklich für eine solche Budgeterhöhung ausgesprochen. Ursprünglich lag für diesen Antrag auch bereits die Unterstützung der ÖVP vor, in weiterer Folge kam es jedoch zu keiner Unterschriftsleistung und – wegen des fortgesetzten ÖVP-Widerstandes – auch zu keinem Beschluss des Antrags im Tourismusausschuss oder im Plenum des Nationalrats.

Bei der Diskussion des Antrags im Ausschuss gab es jedoch von VertreterInnen aller Fraktionen, auch der ÖVP, und auch von Regierungsseite Unterstützung für das Anliegen, der Österreich Werbung mehr Mittel zu geben.

Der erwähnte Antrag verlangte - detailliert begründet - eine Aufstockung des Marketingbudgets der Österreich Werbung um mindestens 10 Mio Euro im Jahr sowie in der Folge eine Kopplung an die BIP-Entwicklung, um eine Real-Entwertung durch viele Jahre lang nominell konstante ÖW-Budgets (wie in den letzten zehn Jahren) wenigstens künftig verlässlich ausschließen zu können. Mit der Konjunktur- und Finanzkrise ist eine derartige erstens ausreichende und zweitens dauerhafte Erhöhung des ÖW-Marketingbudgets nochmals wichtiger geworden, wird doch mit abnehmender touristischer Nachfrage und damit steigendem Marketingbedarf gerechnet.

Deklariertmaßen als Reaktion auf die Krise hat die Bundesregierung in Person des für Tourismus zuständigen Wirtschaftsministers kürzlich ein einmaliges Sonderbudget für die Österreich Werbung von 3 Mio Euro in Aussicht gestellt, das vom Mit-Eigentümer WKÖ um eine weitere Million ergänzt werden soll. Dies ist grundsätzlich begrüßenswert, aber selbstverständlich kein Ersatz für eine substanzielle und dauerhafte Budgetaufstockung, wie von einer großen parlamentarischen Mehrheit gefordert. Auch aus der Branche wurde dieser Schritt

folgerichtig als grob ungenügend kritisiert, von „nicht einmal ein kalter Hauch auf einen trockenen Stein“ war beispielsweise seitens der ÖHV-Spitze die Rede.

Mit auslösend für die Kritik dürfte sein, dass der Bundesminister es bei der Präsentation dieser „Feuerwehr-Maßnahme“ und auch bei allen anderen Gelegenheiten bisher peinlichst vermied, irgendeine substantielle Aussage zur Frage einer generellen Aufstockung des ÖW-Budgets zu treffen. Dies gibt Gerüchten neue Nahrung, dass die auch laut ÖVP-ParlamentarierInnen und -Regierungsmitgliedern angekündigte Lösung dieser Frage im Zuge der Budgetverhandlungen für 2009 wieder in Frage steht.

Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher folgende

### **ANFRAGE:**

1. Warum vermeiden Sie jede konkrete Festlegung zur überfälligen Aufstockung des ordentlichen Marketingbudgets der Österreich Werbung?
2. Werden Sie für eine dauerhafte Aufstockung des ordentlichen Marketingbudgets der Österreich Werbung um mindestens 10 Mio Euro pro Jahr ab 2009 sorgen, wenn nein warum nicht?
3. Werden Sie für eine dauerhafte Bindung des ordentlichen Marketingbudgets der Österreich Werbung an die BIP-Entwicklung oder an den VPI ab 2009 sorgen, wenn nein warum nicht?
4. Was ist unter der kryptischen Formulierung des Regierungsprogramms „... soll auch (...) in einem Gesamtkonzept eine Erhöhung der derzeitigen Mitgliedsbeiträge der ÖW geprüft werden“ konkret zu verstehen? Um welches konkrete „Gesamtkonzept“ geht es insbesondere, wer arbeitet dieses aus, wann wird dieses fertiggestellt?
5. Das Regierungsprogramm erklärt die Optimierung der innerösterreichischen Tourismusstrukturen zur Voraussetzung einer „noch stärkeren innovativen internationalen Marktbearbeitung“. Ist es zutreffend, dass die Regierung eine dauerhafte Erhöhung des ÖW-Budgets erst nach einer solchen Optimierung der innerösterreichischen Tourismusstrukturen andenken will?
6. Ist bis zum Beginn oder auch nur bis zum Abschluss der Budgetverhandlungen 2009 mit einer solchen „Optimierung der innerösterreichischen Tourismusstrukturen“ zu rechnen? Wenn ja, in welcher konkreten Weise?