

Republik Österreich

~~_____~~
~~_____~~
Dr. Johannes Ditz
Wirtschaftsminister

Wien, am 8. September 1995
GZ: 10.101/335-Pr/10a/95

Herrn
Präsidenten des Nationalrates
Dr. Heinz FISCHER

Parlament
1017 W I E N

XIX. GP.-NR
1684 /AB
1995 -09- 11

zu

1788 13

In Beantwortung der schriftlichen parlamentarischen Anfrage Nr. 1788/J betreffend Vernichtung österreichischer Arbeitsplätze durch den Bundesminister für wirtschaftliche Angelegenheiten, welche die Abgeordneten Dr. Haider und Kollegen am 14. Juli 1995 an mich richteten, stelle ich fest:

Punkt 1 der Anfrage:

Aus welchen Gründen wirbt der Bundesminister für wirtschaftliche Angelegenheiten der Republik Österreich für den Direkteinkauf im billigeren Nachbarland?

Antwort:

Eine Werbung des Bundesministeriums für wirtschaftliche Angelegenheiten für den Direkteinkauf im Nachbarland kann nicht entdeckt werden. Das Bundesministerium für wirtschaftliche Angelegenheiten erklärt und illustriert in der genannten Publikation

Republik Österreich


Dr. Johannes Ditz
Wirtschaftsminister

- 2 -

die vielen Neuerungen die sich durch den EWR- bzw. EU-Beitritt ergaben.

Wenn in diesen Ausführungen der EURO-INFO-Broschüre der abstrakte Begriff des freien Warenverkehrs auf der Ebene des Konsumenten konkretisiert und durch praktische Hinweise veranschaulicht wird, so geschieht damit nur das, was Ziel dieser Fibel war und im übrigen auch von den Freiheitlichen immer wieder gefordert wurde: nämlich den Bürgern in objektiver und verständlicher Weise über die ihn betreffenden Implikationen des EWR aufzuklären. Da die Fibel auf das Bild des mündigen Konsumenten ausgerichtet ist, erschien es nicht erstrebenswert, den Bürgern gegenüber die sich für sie aus der Liberalisierung des Warenverkehrs ergebenden positiven Aspekte und neuen Möglichkeiten zu verschweigen.

Punkte 2 bis 5 der Anfrage:

Ist/war sich der Bundesminister für wirtschaftliche Angelegenheiten bewußt, daß durch diese Werbekampagne für den Direkteinkauf im billigeren Nachbarland österreichische Arbeitsplätze massiv gefährdet werden?

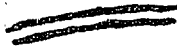
- Wenn ja, warum wurde dennoch diese Werbeaktion durchgeführt?
- Wenn nein, warum nicht?

Wieviele österreichische Arbeitsplätze sind aufgrund dieser Werbekampagne derzeit massiv gefährdet, bzw. gingen in der Zwischenzeit verloren?

Der derzeit feststellbare Kaufkraftabfluß kann als Indiz für den durchschlagenden Erfolg o.a. Werbekampagne gewertet werden. Wird vom Bundesministerium für wirtschaftliche Angelegenheiten beabsichtigt, diese Werbung für den billigen Direkteinkauf im Nachbarland zu wiederholen?

- Wenn ja, wann soll diese Werbeaktion gestartet werden?
- Wenn nein, warum nicht?

Republik Österreich


Dr. Johannes Ditz
Wirtschaftsminister

- 3 -

Wurde die o.a. Werbebotschaft mit der Wirtschaftskammer abgesprochen?

Antwort:

Die Fragen 2 bis 5 gehen von einer unrichtigen Prämisse - nämlich dem Vorliegen einer Werbekampagne aus - und können daher in der gestellten Form nicht beantwortet werden. Generell ist folgendes anzumerken:

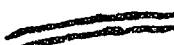
Mit unserem Beitritt zur EU wurde die Teilnahme an einem gemeinsamen Binnenmarkt, der letztlich die Beseitigung aller Hemmnisse im innergemeinschaftlichen Handel und somit die Verschmelzung der nationalen Märkte zu einem einheitlichen Markt zum Ziel hat, möglich.

Die "Einkaufstouren" der Österreicher ins benachbarte Ausland sind zwar aus der Sicht der Handelsbilanz und wegen des Kaufkraftabflusses und dessen Folgewirkungen bedauerlich, zeigen aber, daß die Österreicher elastisch auf unterschiedliche Preise reagieren und werden letztlich einen Beitrag zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit in Österreich leisten.

Außerdem kann davon ausgegangen werden, daß die Konsumenten die neuen Freiheiten, die der EU-Beitritt mit sich gebracht hat, nutzen wollen und kurzzeitig mehr im Ausland nachfragen und das erweiterte Sortimentsangebot nutzen.

Zur Verringerung des Kaufkraftabflusses gibt es kein Patentrezept. Allerdings kann man durch die Verbesserung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, konkreter durch eine intelligente Standortpolitik, durch eine innovative Wettbewerbspolitik, durch eine Technologie- und Internationalisierungsoffensive sowie durch flexiblere Arbeitszeiten und liberale Ladenöffnungszeiten wichtige

Republik Österreich

Dr. Johannes Ditz
Wirtschaftsminister

- 4 -

Beiträge zur Reduktion und Prävention von Kaufkraftabfluß leisten.

Es ist anzunehmen, daß es zu Preisanpassungen zunächst in grenznahen Gebieten kommt, die sich nach und nach auf das ganze Bundesgebiet ausdehnen werden. Im übrigen hat es ja seit dem Beitritt in einigen Bereichen beachtliche Verbilligungen gegeben, insbesondere im Lebensmitteleinzelhandel.

Zur Frage der Absprache mit der Wirtschaftskammer Österreich sei festgehalten, daß die Kammer einen Teil der EURO-Info's selbst aufgelegt und vertrieben hat.

Punkte 6 und 7 der Anfrage:

In welchen Bereichen und bei welchen Produkten war (zum Zeitpunkt der EURO-INFO für Österreicher) die Preisdifferenz zwischen Österreich und den Nachbarländern groß genug, um einen Einkauf im billigeren Nachbarland zu rechtfertigen?

In welchen Bereichen und bei welchen Produkten ist die Preisdifferenz zwischen Österreich und den Nachbarländern groß genug, um einen Einkauf im billigeren Nachbarland zu rechtfertigen?

Antwort:

Dies zu beurteilen ist Sache des Konsumenten.

