

II-5567 der Beilagen zu den Stenographischen Protokollen
des Nationalrates XVIII. Gesetzgebungsperiode



REPUBLIK ÖSTERREICH
DER BUNDESMINISTER FÜR
ÖFFENTLICHE WIRTSCHAFT UND VERKEHR
MAG. VIKTOR KLIMA

A-1030 Wien, Radetzkystraße 2
Tel. (0222) 711 62-9100
Teletex (232) 3221155
Telex 61 3221155
Telefax (0222) 713 78 76
DVR: 009 02 04

Pr.Zl. 5931/8-4-92

2391/AB

1992-04-13

zu 2446 IJ

ANFRAGEBEANTWORTUNG

betreffend die schriftliche Anfrage der Abg.
Burgstaller und Kollegen vom 26. Februar 1992,
Nr. 2446/J-NR/1992, "Zweck und Finanzierung
des AI-Konzernmagazins "SYNERGIES"

Gemäß Art. 52 Abs. 1 B-VG sind der Nationalrat und der Bundesrat befugt, die Geschäftsführung der Bundesregierung zu überprüfen, deren Mitglieder über alle Gegenstände der Vollziehung zu befragen und alle einschlägigen Auskünfte zu verlangen. Wie in der Anfrage zutreffenderweise ausgeführt wird, hat der Verfassungsdienst des Bundeskanzleramtes am 11. Juli 1985 festgestellt, daß es sich bei den Handlungen der Betriebe der ÖIAG um ausschließlich von diesen Privatrechtssubjekten zu besorgende und allein ihnen zuzurechnende Akte handelt, die keinesfalls dem Begriff der "Vollziehung des Bundes" unterstellt werden können. Der Verfassungsdienst des Bundeskanzleramtes hat am 14. Jänner 1992 in einer neuerlichen Information an sämtliche Mitglieder der Bundesregierung festgestellt, daß die Tätigkeit privater Rechtsträger, auch wenn diese (überwiegend) im Eigentum des Bundes stehen, außerhalb des Bereiches liegt, der der parlamentarischen Interpellation unterliegt.

Die in der Anfrage vorgelegten Fragen beziehen sich in ihrer Gesamtheit unmittelbar auf Handlungen von ÖIAG-Konzernunternehmen und sind somit nicht Gegenstand der Vollziehung im Sinne des Art. 52 B-VG.

Ich habe dennoch Ihre Anfrage an die Österreichische Industrieholding AG (ÖIAG) weitergeleitet, die eine Sachverhaltsdarstellung abgegeben hat, die ich Ihnen in der Folge zur Kenntnis bringe:

- 2 -

Zu den Fragen 1 und 2:

"Welches Ziel verfolgen die Austrian Industries mit dem Konzernmagazin "SYNERGIES"?

Welche Zielgruppe soll mit dem Magazin angesprochen werden?"

Das Konzernmagazin soll insbesondere die Mitarbeiter, aber auch ca. 5.000 externe "opinion leader" aus erster Hand über die Geschehnisse im Konzern und über sein Umfeld informieren. Die Zielgruppe ist relativ inhomogen (Arbeiter/Angestellte/Executives/externe "opinion leader"). Darauf wird hinsichtlich der Gestaltung des Magazins im größtmöglichen Rahmen Rücksicht genommen.

Zu den Fragen 3, 4, 5 und 6:

"Wie hoch waren im Jahr 1991 die Gesamtkosten für Produktion und Vertrieb dieses Magazins?

Welche Jahresgesamtkosten für Produktion und Vertrieb dieses Magazins werden im Jahr 1992 erwartet?

Wie hoch ist der Anteil der Kosten für die redaktionelle Gestaltung dieses Magazins im Verhältnis zu den Gesamtkosten?

Wie hoch ist der Anteil der Druckkosten an den Gesamtkosten?"

Die Kosten für das Magazin sind eine rein operative Angelegenheit, die der parlamentarischen Interpellation nicht unterliegt.

Zu den Fragen 7, 8, 9, 10 und 11:

"Wurden die Leistungen für die redaktionelle Gestaltung, den Druck und den Vertrieb des Magazins ausgeschrieben?

Wenn nein, warum nicht?

Wenn ja, zu Frage 7, wurden jeweils die Bestbieter beauftragt?

Wenn nein zu Frage 9, warum nicht?

Wie erfolgt der Vertrieb dieses Magazins?"

- 3 -

Vor Vergabe der Leistungen für die gesamte Produktion und den Vertrieb des Magazins wurde selbstverständlich eine Wettbewerbspräsentation durchgeführt. Der Bestbieter wurde ausgewählt.

Zu Frage 12:

"Welche Betriebszeitungen bzw. periodisch erscheinende Magazine geben die Austrian Industries bzw. die einzelnen ÖIAG-Firmen im einzelnen heraus?"

Betriebszeitungen werden einerseits von den Branchenholdings und andererseits von den operativen Gesellschaften herausgegeben. "SYNERGIES" konkurrenziert diese Betriebszeitungen durch seine völlig andere Auslegung keineswegs. Es werden vor allem gesamtkonzernrelevante und übergeordnete Fragen behandelt. So soll die Identifikation mit dem Gesamtkonzern gefördert werden.

Weiters wird festgestellt, daß die Akzeptanz von "SYNERGIES" unter Mithilfe von professionellen Meinungsforschern getestet wurde. Dabei ist eine sehr hohe Akzeptanz festgestellt worden. Konzernexterne haben das Konzernmagazin sogar überdurchschnittlich hoch bewertet.

Zu den Fragen 13 und 16:

"Welche externen Verlage und Druckereien erhielten im Jahr 1991 Aufträge für Produktion und Vertrieb derartiger Betriebszeitungen bzw. periodisch erscheinender Magazine mit einer Auftragssumme von mehr als S 500.000,-- pro Jahr?"

Welche Werbeagenturen haben die ÖIAG bzw. ÖIAG-Firmen seit 1985 im einzelnen mit einem Jahresetat von mehr als 1 Mio S beauftragt?"

Diese Beantwortungen im einzelnen sind nicht zur Diskussion in der Öffentlichkeit bestimmt und sind im übrigen operative Angelegenheiten.

- 4 -

Zu den Fragen 14 und 15:

"Welche Werbeaktionen wurden für die Vorbereitung der geplanten Börseneinführung der Verstaatlichten Industrie durchgeführt?"

Wie hoch waren die Kosten für diese Aktion?"

Die Werbekosten wurden bisher gering gehalten. Für die Börseneinführung wurde bisher keine konkrete Werbeaktion durchgeführt. Im Jahr 1990 wurde eine Werbekampagne für die Going Public Optionsanleihe durchgeführt. Die Anleihe mit einem Volumen von S 3 Mrd. war binnen weniger Tage überzeichnet. Die Werbung war also erfolgreich. Eine Imagekampagne hat stattgefunden, deren Kosten jedoch eine rein operative Angelegenheit der Gesellschaft und daher nicht zur öffentlichen Diskussion geeignet sind.

Wien, am 10. April 1992

Der Bundesminister

