

II-8266 der Beilagen zu den Stenographischen Protokollen
des Nationalrates XVIII. Gesetzgebungsperiode

Republik Österreich

~~_____~~
~~_____~~
Dr. Wolfgang Schüssel
Wirtschaftsminister

3689/AB
4. Jan. 1993
3735/J

Wien, am 23. Dezember 1992
GZ: 10.101/431-X/A/5a/92

Herrn
Präsidenten des Nationalrates
Dr. Heinz FISCHER

Parlament
1017 W i e n

In Beantwortung der schriftlichen parlamentarischen Anfrage Nr. 3735/J betreffend Struktur der Österreich-Werbung (ÖW), welche die Abgeordneten Parnigoni und Genossen am 6. November 1992 an mich richteten, stelle ich fest:

Punkt 1 der Anfrage:

An welchen Orten existieren derzeit Außenstellen der ÖW und in welchem Jahr wurden diese eröffnet?

Antwort:

Die Österreich-Werbung hat derzeit die nachstehend angeführten Außenstellen:

Berlin	vor 1955;
Frankfurt	vor 1955;

Hamburg	1967;
Köln	1956;
München	Service und Vertrieb 1973; Außenstelle 1975;
Stuttgart	1981
Mailand	vor 1955
Rom	1984 (Wiedereröffnung);
Stockholm	vor 1955
Barcelona	1989
Madrid	1957
Wien/ Zweigstelle Österreich	1988
New York	vor 1955
Los Angeles	1981
Sydney	1991
Tokyo	1974
Amsterdam	vor 1955
Brüssel	vor 1955
Budapest	1990
Kopenhagen	vor 1955
London	vor 1955
Paris	vor 1955
Prag	1991
Zürich	vor 1955

Punkt 2 der Anfrage:

In welchen Außenstellen der ÖW sind in den vergangenen 4 Jahren leitende Angestellte der ÖW ausgeschieden und welche Kosten waren damit im einzelnen verbunden?

Antwort:

In den Jahren 1988 bis 1992 sind in den folgenden Außenstellen Leiter aus verschiedensten Gründen, wie z.B. Erreichung des

Republik Österreich

Dr. Wolfgang Schüssel
Wirtschaftsminister

- 3 -

Pensionsalters, aus dem Dienst in der Österreich Werbung ausgeschieden:

Madrid
Tokyo
Berlin
Zürich
München
Frankfurt

Zusätzliche Kosten - außerhalb der sich aus dem jeweiligen Dienstvertrag ergebenden Verpflichtungen - ergaben sich keine.

Punkt 3 der Anfrage:

Welche Außenstellen der ÖW wurden in den letzten 4 Jahren geschlossen?

Antwort:

In den letzten vier Jahren wurden keine (hauptamtlichen) Außenstellen der Österreich-Werbung geschlossen. Lediglich die Außenstelle München wurde mit der zweiten in München angesiedelten Dienststelle (Service und Vertrieb) unter einer Leitung zusammengelegt.

Punkt 4 der Anfrage:

Ist derzeit die Errichtung weiterer Außenstellen der ÖW geplant?
Wenn ja, an welchen Orten?

Antwort:

Die Errichtung von Außenstellen hat dann Berechtigung, wenn sie aufgrund geänderter touristischer Gegebenheiten erforderlich

wird. Ich persönlich könnte mir vorstellen, daß durch den Wegfall des früheren Eisernen Vorhanges eine neuerrichtete Außenstelle der Österreich Werbung, etwa in Preßburg, eine zweckmäßige Verstärkung der Aktivitäten der Österreich Werbung darstellen könnte.

Punkt 5 der Anfrage:

Wieviele Abteilungen sind derzeit dem gesamtverantwortlichen Geschäftsführer unterstellt?

Antwort:

Sieben Abteilungen.

Punkte 6 und 8 der Anfrage:

Wohin führten im einzelnen die Dienstreisen des 1. Geschäftsführers der ÖW in den letzten 4 Jahren, und welche Kosten waren damit im einzelnen verbunden?

Welchen Anteil hatten die Reisekosten des 1. Geschäftsführers am gesamten Budgetansatz "Reisen und lokale Fahrten" der ÖW 1988, 1989, 1990 und 1991?

Antwort:

Die Österreich Werbung ist ein selbständiger Verein, dessen Tätigkeit unabhängig vom Bundesministerium für wirtschaftliche Angelegenheiten erfolgt, auch wenn der Bund Mitglied dieses Vereines ist; eine Beantwortung dieser Fragen ist somit, da parlamentarische Anfragen nur Angelegenheiten der Vollziehung des Bundesministeriums für wirtschaftliche Angelegenheiten betreffen können, nicht zulässig.

~~Republik Österreich~~

Dr. Wolfgang Schüssel
Wirtschaftsminister

- 5 -

Punkte 7, 9 und 10 der Anfrage:

Wie verteilt sich das Gesamtbudget der ÖW auf die einzelnen Länder, in denen Außenstellen existieren?

Wie stellen sich die Kosten der Hauptgeschäftsstelle der ÖW in den letzten zehn Jahren absolut bzw. in Prozent des Gesamtbudgets dar?

Wie entwickelten sich in den letzten zehn Jahren die Ausgaben der ÖW für Allgemeine Werbung, Markteinsatz, Aufwand Zentrale Wien sowie sonstiger Personal- und Sachaufwand?

Antwort:

Das Budget der Österreich Werbung wird jährlich von der Generalversammlung beschlossen. Die Mitglieder der Österreich Werbung haben dabei den Grundsätzen der Sparsamkeit und Effizienz entsprechend Rechnung zu tragen. Eine detaillierte Beantwortung ist entsprechend den Ausführungen zu den Punkten 6 und 8 der Anfrage nicht möglich.

Punkt 11 der Anfrage:

Welche Kritikpunkte der Effizienzstudie der IBB wurden im einzelnen bereits umgesetzt?

Antwort:

Aus den Anregungen der Effizienzstudie der Firma IBB wurden bereits eine Vielzahl von wichtigen Maßnahmen zur Verbesserung der Österreich Werbung aufgegriffen und umgesetzt.

So wurde z. B. die Geschäftsordnung neu strukturiert, die Neuaufteilung der Kompetenzen zwischen den beiden Geschäftsführern und

dem stellvertretenden Geschäftsführer bringt die Intensivierung der Kommunikation innerhalb der Vereinsmitglieder durch Schaffung der eigenständigen Kompetenz Kommunikation.

Die Zusammenlegung der Abteilungen Marketing Übersee und Marketing Europa bringt eine Straffung und Synergieeffekte, somit gewisse Einsparungen bzw. eine Effizienzsteigerung.

Auf budgetärem Gebiet sind der sparsame Einsatz der Mittel sowie die Schwerpunktsetzung für den Marketingbereich hervorzuheben. Durch entsprechende Neuausrichtung wird eine Umschichtung der vorhandenen Mittel in den Bereich Marketing forciert und die Kosten für die Verwaltung minimiert; dies unterstreicht die Bedeutung, die die Österreich Werbung dem Bereich Marketing zuordnet.

