

ANFRAGE

des Abgeordneten Hermann Brückl
und weiterer Abgeordneter
an den Bundesminister für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft
betreffend den Beitrag der ÖW zum Austria House Rio 2016

Der Artikel „*Tourismuswerbung, die keiner will*“, erschienen am 3. Juni 2016 in der Tageszeitung „Wirtschaftsblatt“, zweifelt die Sinnhaftigkeit des Beitrags der Österreich Werbung (ÖW) zum Austria House Rio 2016 an:

„Heute Vormittag präsentiert das Österreichische Olympische Comité in Wien das Austria House Rio 2016, mit dem sich die Alpenrepublik im August bei der Sommer-Olympiade in Brasilien präsentieren wird. Ein an sich löbliches Unterfangen, mit dem Österreich im Rahmen der Spitzensportleistungsschau auch seine wirtschaftlichen, kulturellen und touristischen Kompetenzen ins rechte Licht rücken sowie neue Kontakte knüpfen und im Idealfall Geschäfte anbahnen kann. Weil der Spaß aber mehrere Millionen Euro kostet und die Sponsoren im Vorfeld nicht Schlange gestanden sein sollen, ist man bei der Finanzierung auf einen „kreativen“, wenn auch sehr umstrittenen Ansatz gekommen. Dank des ihm nicht gerade unbekannten Wirtschaftsministers und ÖVP-Chefs, Reinhold Mitterlehner, kann sich ÖOC-Präsident und Casinos-Austria-Boss, Karl Stoss, über einen Beitrag von 700.000 € von der Österreich Werbung (ÖW) für das Haus in Rio freuen. Denn praktischerweise hat Mitterlehner als Eigentümervertreter der ÖW zuvor ein Sonderbudget in Höhe von vier Millionen € für Internationalisierungsmaßnahmen zur Verfügung gestellt – wovon nun 700.000 € für Brasilien umgeleitet werden.“

In der Tourismusbranche sorgt dies nach wie vor für Aufregung, weil die Sinnhaftigkeit dieser Aktion der ohnehin unter Budgetmangel leidenden ÖW bezweifelt wird. Brasilien ist als Ziel- bzw. Quellmarkt für den österreichischen Tourismus von so geringer Bedeutung, dass es nicht einmal in der einschlägigen Statistik einzeln ausgewiesen ist. Und selbst die Gesamtregion Zentral- und Südamerika hat bei 135,2 Millionen Nächtigungen in Österreich im Vorjahr nur einen Anteil von 0,2 Prozent im Winter und 0,4 Prozent im Sommer. Kein Wunder, dass viele Touristiker von Geldverschwendung sprechen, die Mittel lieber auf näheren Märkten eingesetzt hätten, und sich die Landestourismusorganisationen in Rio kaum engagieren. Dass die Wirtschaftskammer als ÖW-Miteigentümerin ebenfalls 200.000 € für das Österreich-Haus ausgibt, ist angesichts der vielen heimischen Unternehmen, die am Markt Brasilien interessiert sind, schon nachvollziehbarer. Und dass Backaldrin als Sponsor in Rio den Kornspitz offenbar populär machen will, ist eine freie unternehmerische Entscheidung. Die verordnete Verwendung von Steuergeldern für einen Zweck, den offenbar keiner will, ist aber mehr als fragwürdig. Auch wenn die ÖW gezwungenermaßen freundliche Nasenlöcher dazu macht.“

In diesem Zusammenhang stellen die unterfertigten Abgeordneten an den Bundesminister für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft folgende

Anfrage:

1. Wie stehen Sie zu dem Vorwurf, dass eine „*verordnete Verwendung von Steuergeldern für einen Zweck, den offenbar keiner will, mehr als fragwürdig ist*“?
2. Inwiefern sehen Sie den Beitrag der Österreich Werbung in Höhe von 700.000 Euro zum Austria House Rio 2016 gerechtfertigt, nachdem Brasilien bzw.

AlHo

Südamerika erwiesenermaßen eine äußerst geringe Bedeutung für die österreichische Tourismusbranche haben?

3. Welche Zielsetzung bzw. welche Zielgruppen sollen mit dieser Investition erreicht werden?
4. Welche Kriterien waren für die Entscheidung, in das Austria House Rio 2016 zu investieren, ausschlaggebend?
5. Warum wurde diesem Projekt in einem Zielmarkt mit geringer Bedeutung für die österreichische Tourismusbranche Vorzug gegenüber der Investition in Zielmärkte mit einer vergleichsweise größeren Bedeutung gegeben?

1. Lintl 







