

II-8290 der Beilagen zu den Stenographischen Protokollen
des Nationalrates XVIII. Gesetzgebungsperiode

Republik Österreich

~~_____~~
~~_____~~

Dr. Wolfgang Schüssel
Wirtschaftsminister

Wien, am 8. Jänner 1993
GZ: 10.101/461-X/A/5a/92

3713/AB
11. Jan. 1993
zu 3822/J

Herrn
Präsidenten des Nationalrates
Dr. Heinz FISCHER

Parlament
1017 W i e n

In Beantwortung der schriftlichen parlamentarischen Anfrage Nr. 3822/J betreffend Verkaufsförderungsaktion des Bundesministeriums für wirtschaftliche Angelegenheiten, welche der Abgeordnete Mag. Peter am 25. November 1992 an mich richtete, stelle ich fest:

Punkt 1 der Anfrage:

Nach welchem System der Mittelvergabe wird im Rahmen dieser Aktion vorgegangen oder richtet sich die Vergabe von Förderungen nach dem Prinzip "Wer zuerst kommt mahlt zuerst"?

Antwort:

Die Vergabe der für diese Aktion zur Verfügung stehenden Budgetmittel erfolgte bzw. erfolgt nach den Richtlinien der Fremdenverkehrs-Verkaufsförderungsaktion (siehe beiliegende Richtlinien), wobei für den Zeitpunkt der Bearbeitung des einzelnen Ansuchens

Republik Österreich

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

- 2 -

grundsätzlich das Datum seines jeweiligen Einlangens bei der Förderungsstelle maßgebend ist.

Punkt 2 der Anfrage:

Sollte der Förderungsvergabe tatsächlich ein sinnvolles System zugrunde liegen, wie erklären Sie sich, daß zum 1. Juli 1992 bereits sämtliche für diese Aktion zur Verfügung stehenden Mittel verbraucht waren?

Antwort:

Bei der Schaffung der Richtlinien für die in Rede stehende Aktion im Jahre 1984, an der auf dem Gebiete des Tourismus erfolgreich tätige österreichische Werbefirmen sowie Fachleute der Österreich-Werbung, der Länder und der Bundeswirtschaftskammer, Bundessektion Fremdenverkehr, mitgewirkt haben, war nicht absehbar, welche enorme Popularität diese Aktion bei den Förderungsnehmern im Laufe der Jahre erlangen würde. Es war auch nicht absehbar, daß das mit den ständig steigenden Antragseingang verquickte Budgetmittelerfordernis trotz Limitierung der Förderung mit S 60.000,-- pro Förderungswerber und Jahr derart anwachsen würde, wie es tatsächlich anwuchs. Die Schere - der jährlich verfügbaren Budgetmittel im Vergleich zum insgesamten Förderungsmittelerfordernis aus den positiv zu erledigenden Anträgen - klappte im Laufe der Zeit immer weiter auseinander; im heurigen Jahr ist die Situation eingetreten, daß bereits mit Mitte des Jahres sämtliche für diese Aktion zu diesem Zeitpunkt budgetmäßig anzusprechenden Mittel durch positiv erledigte Ansuchen ausgeschöpft waren. Dies spricht jedoch auch für die rasche und effiziente Abwicklung der Aktion.

Punkt 3 der Anfrage:

Wie rechtfertigen Sie, daß jemand, der vor dem 1. Juli einen Förderungsantrag gestellt hat, mit Mitteln bedient wird, während


Dr. Wolfgang Schüssel
Wirtschaftsminister

- 3 -

jemand, der nach dem 1. Juli einen gleichermaßen begründeten Förderungsantrag stellt, mangels zur Verfügung stehender Mittel keine Aussicht auf Erfolg hat?

Antwort:

Grundsätzlich sei festgehalten, daß ein formeller Anspruch auf Förderung nicht besteht. Um die bis 1. Juli eingelangten Anträge mit den verfügbaren Mitteln einer positiven Abwicklung zuzuführen, war ein Stichtag festzusetzen, weil dadurch mangels budgetärer Bedeckung zu ergehende Nichtevidenznahmen von Ansuchen somit weitestgehend hintangehalten werden konnten.

Punkt 4 der Anfrage:

Wie hoch sind sämtliche für das Jahr 1992 vorgesehenen Mittel aus dem Titel der Fremdenverkehrsförderungsaktion und welcher Betrag entfällt auf die Verkaufsförderungsaktion?

Antwort:

Die im BVA für das Jahr 1992 zu Gruppe 6 "Wirtschaft", Kapitel 63 "Handel, Gewerbe, Industrie, Fremdenverkehr" beim Ansatz 1/63116 "Förderungen" angeführten Mittel betragen S 445,627 Mio., davon entfallen auf die Fremdenverkehrs-Verkaufsförderungsaktion S 6,74 Mio. Im BÜG 1992 wurden beim Ansatz 1/63116 S 10 Mio. dotiert; davon entfallen auf die Verkaufsförderungsaktion S 5 Mio.

Punkt 5 der Anfrage:

Werden Sie dafür Sorge tragen, daß in Zukunft die Vergabe von Förderungen auf das ganze Jahr verteilt erfolgt?

Republik Österreich

Dr. Wolfgang Schüssel
Wirtschaftsminister

- 4 -

Antwort:

Die Vergabe von Förderungsmitteln erfolgt grundsätzlich auf das ganze Jahr verteilt. Die Situation in der Fremdenverkehrs-Verkaufsförderungsaktion ist aufgrund der nicht vorhersehbaren Entwicklung eingetreten.

Punkt 6 der Anfrage:

Ist es richtig, daß Ihr Ministerium die besagte Aktion ursprünglich ersatzlos streichen wollte?

Wenn ja, weswegen?

Antwort:

Nein.

Punkt 7 der Anfrage:

Wird die Aktion der Fremdenverkehrswirtschaft auch 1993 und in den folgenden Jahren zur Verfügung stehen?

Wenn nein, warum nicht?

Antwort:

Es wird von der zukünftigen budgetären Situation abhängen, ob und in welcher Form die Aktion bestehen bleibt.

Beilagen

Richtlinien für die
Fremdenverkehrs-Verkaufsförderungsaktion
des Bundesministeriums für wirtschaftliche Angelegenheiten
vom 2. Februar 1990

Das Bundesministerium für wirtschaftliche Angelegenheiten gewährt im gesamtösterreichischen Interesse zur Anregung und Erleichterung des Auftretens der österreichischen Fremdenverkehrswirtschaft auf ausländischen touristischen Märkten Förderungszuschüsse im Rahmen der folgenden Richtlinien.

A) FÖRDERUNGSZIEL.

Förderungsziel ist die Erhaltung und die weitere Stärkung der Präsenz des österreichischen Fremdenverkehrsangebotes auf touristischen Märkten im Ausland.

B) FÖRDERUNGSWERBER

Förderungsgeber können physische und juristische Personen, Personengesellschaften des Handelsrechtes und des bürgerlichen Rechtes sowie deren Arbeits- bzw. Werkgemeinschaften (sofern sie aus ihre Mitte einen vertragsfähigen, verantwortlichen voll haftenden Bevollmächtigten bestellen) sein und zwar

- Unternehmungen des Gastgewerbes und der Reisebüros;
- Kongressunternehmungen und -organisationen, welche Kongresshäuser betreiben;
- Schi-, Segel-, Surf- und Tauchschulen;
- örtliche und regionale Fremdenverkehrsvereine (-verbände) sowie sonstige Zweckverbände;
- Fremdenverkehrsgemeinden, wo ein örtlicher Verband nicht existiert.

C) FÖRDERUNGSKRITERIEN

Bei entsprechender marktpolitischer Bedeutung können für die nachstehenden Vorhaben Förderungszuschüsse gewährt werden:

1. Herstellung von Prospekten, Verkaufskatalogen und Confidential Tariffs mit den dazugehörigen Informationsbeilagen in fremden Sprachen, wenn diese verkaufsgerecht sind und den im Anhang festgelegten Mindestanforderungen hinsichtlich Qualität und Auflage entsprechen; dazu gehören auch Werbemittel, die diesen Bestimmungen entsprechen, in denen aber in einem geringen Umfang (maximal 10 %) für an Österreich angrenzende Nachbarländer in Verbindung mit dem Österreichangebot geworben wird.
2. Vertriebs- und Verkaufsreisen ins Ausland in die im Anhang angeführten Länder und Kontinente zur Teilnahme an Messen, Ausstellungen, Workshops und ähnlichen touristischen Präsentationen und Verkaufsveranstaltungen, sofern diese von der Österreich Werbung bzw. einer Landesfremdenverkehrsstelle betreut oder empfohlen werden sowie zum Besuch von Reisebüros und -Veranstaltern, welche von örtlichen, regionalen oder Landesorganisationen bzw. den Vertretungen der Österreich Werbung organisiert und von einem Repräsentanten einer dieser Organisationen durchgeführt oder begleitet werden.
3. Anschluß an ein EDV-gestütztes Informations-, Reservierungs- oder Buchungssystem, wobei die Hard- und die Software eines Informationssystems schon für die Erweiterung zum Reservierungs- und Buchungssystem ausgelegt sein muß.

D) ART UND AUSMASS DER FÖRDERUNGSZUSCHÜSSE

1. Die Förderung besteht in einem einmaligen Förderungszuschuß für jedes Vorhaben gemäß Punkt C)
2. Das Ausmaß der Förderung beträgt:
 - 2.1. Bei Vorhaben gemäß Punkt C) 1. für die das Österreichangebot beinhaltenden Seiten je DIN A 4-Seite S 2.000,--; andere Formate werden auf DIN A 4-Formate umgerechnet.

- 3 -

2.2. Bei Vorhaben gemäß Punkt C) 2. je Vertriebs- und Verkaufsreise in die im Anhang angeführten Länder und Kontinente und zwar in der

- * Zone I S 3.000,--
- * Zone II S 6.000,--
- * Zone III S 10.000,--
- * Zone IV S 13.000,--

sowie für jede Teilnahme an den im Punkt C) 2. aufgezählten touristischen Veranstaltungen S 2.000,-- mit der weiteren Maßgabe, daß für die Teilnahme an Messen und Ausstellungen, bei denen ein Stand oder Ausstellungsraum gemietet wird, der zusätzlich zum Peisekostenzuschuß gewährte Förderungszuschuß S 2.000,-- pro Teilnehmer und Anwesenheitstag betragen kann. Dabei können maximal zwei Teilnehmer berücksichtigt werden.

2.3. Bei Vorhaben gemäß Punkt C) 3. 15 % der um den Eigenfinanzierungsanteil von mindestens 25 % verringerten Kosten der Anschaffung und Aufstellung für die Hard- und Software.

3. Die Förderung eines bestimmten Vorhabens gemäß Punkt C schließt die Förderung anderer Vorhaben desselben Förderungswerbers nicht aus, ein und derselbe Förderungswerber kann jedoch pro Kalenderjahr insgesamt höchstens S 60.000,-- an Förderungszuschüssen in dieser Aktion erhalten. Im Rahmen dieses Höchstbetrages kann jedoch für ein Vorhaben gemäß Punkt C) 1. und 2. maximal eine Förderung von 50 % der richtliniengemäß anerkehbaren Kosten gewährt werden.

Anerkennbare Kosten

- bei Vorhaben gemäß Punkt 1.: Übersetzungs-, Litho-, Repro-, Satz- und Druckkosten;
- bei Vorhaben gemäß Punkt 2.: Reise- und Aufenthaltskosten (Nächtigung, Frühstück, Verkehrsmittel).

4. Ein Antrag, bei welchem die Berechnung des Zuschusses einen Betrag unter S 2.000,-- ergibt, wird wegen Geringfügigkeit nicht weiter bearbeitet.

5. Sofern vom Förderungswerber Umsatzsteuervorzugszölle nicht geltend gemacht werden können, ist die zu leistende Umsatzsteuer in die förderbaren Gesamtkosten miteinzubeziehen.
6. Ein Rechtsanspruch auf die Gewährung einer Förderung besteht nicht. Eine Förderung wird jedenfalls dann nicht gewährt, wenn gegen den Förderungswerber ein Verfahren zum Ausschluß von der Gewerbeberechtigung oder zur Auflösung des Vereines anhängig ist.

F) NICHT FÖRDERBARE VORHABEN

Die folgenden Vorhaben werden **n i c h t** gefördert.

1. Vorhaben, die den unter Punkt C) genannten Kriterien nicht entsprechen, dazu gehören insbesondere auch Studienreisen.
2. Vorhaben gemäß Punkt C) 3., die durch Leasing finanziert werden.
3. Vorhaben, die mehr als sechs Monate vor dem Einlangen des Förderungsantrages durchgeführt worden sind (maßgeblich hierfür sind die Liefer- bzw. Rechnungsdaten bei Vorhaben gemäß Punkt C) 1., die Veranstaltungs- und/oder Reisedaten bei Vorhaben gemäß Punkt C) 2.) sowie bei Vorhaben gemäß Punkt C) 3. die Rechnungsdaten).
4. Vorhaben, bei denen die Unterlagen binnen acht Monaten nach Durchführung des Vorhabens nicht vollständig vom Förderungswerber dem Bundesministerium für wirtschaftliche Angelegenheiten präsentiert worden sind.

F) ANTRAGSTELLUNG

Der Förderungsantrag ist unter Verwendung des hierfür aufgelegten Formulars beim Bundesministerium für wirtschaftliche Angelegenheiten einzubringen, er muß folgende Angaben enthalten:

1. Name des Antragstellers (Firmenwortlaut);

- 5 -

2. Geschäfts- und (Wohn-)adresse;
3. bestehende Gewerbeberechtigungen, bei Vereinen, Arbeits- und Werbegemeinschaften Zweck des Vereines, der Arbeits- oder Werbegemeinschaft;
4. Kurzbeschreibung des Betriebes (Umfang, Qualität, Herkunftsländer der Gäste);
5. Darstellung des Vorhabens samt detaillierter Angabe der für eine Förderung anerkehbaren Kosten gemäß Punkt D);
6. beantragte Förderung;
7. Bankverbindung;

Die Angaben zu Z. 3 und 4 können entfallen, wenn schon ein früherer Förderungsantrag in dieser Aktion gestellt wurde und sich seither nichts geändert hat.

8. dem Antrag sind folgende Unterlagen anzuschließen, sofern diese nicht schon für einen anderen Förderungsantrag in dieser Aktion eingesandt worden sind;
 - 8.1. Gewerbeberechtigung(en), Vereinsstatuten, etc.;
 - 8.2. Rechnungen mit Zahlungs- oder Saldierungsbelegen zu den anerkehbaren Kosten des für eine Förderung eingereichten Vorhabens;
 - 8.3. bei Arbeits- bzw. Werbegemeinschaften von allen Teilnehmern firmenmäßig gefertigte Vollmacht für den Antragsteller;

- 8.4. bei Vorhaben gemäß Punkt C) 1. ein Belegexemplar des Prospektes, Verkaufskataloges oder Confidential Tariffs mit der dazugehörenden Informationsbeilage (wenn das Werbemittel mit der dazugehörenden Informationsbeilage in verschiedenen Sprachmutationen hergestellt wird, ein Belegexemplar je Sprachmutation) sowie eine Bestätigung der Druckerei über die Höhe der Auflage (getrennt nach Sprachmutationen);
- 8.5. bei Vorhaben gemäß Punkt C) 2. die Bestätigung(en) der Österreich Werbung (-Zweigstelle) oder des österreichischen Handelsdelegierten über die Teilnahme an der (den) angegebenen Veranstaltung(en), bzw. über den Besuch von Reisebüros und -Veranstaltern, ein Reisebericht und bei Stand- und/oder Raumnieten die Originalrechnung;
- 8.6. bei Vorhaben gem. Punkt C) 3. detaillierte Rechnungen.

Das ausgefüllte, datierte und unterfertigte Antragsformular ist samt den erforderlichen Beilagen in einfacher Ausfertigung beim Bundesministerium für wirtschaftliche Angelegenheiten, Fremdenverkehrsförderungsabteilung, 1010 Wien, Stubenring 1, einzubringen.

Eine Kopie des Förderungsantrages kann vom Bundesministerium für wirtschaftliche Angelegenheiten der Österreich Werbung und der Fremdenverkehrsabteilung des Amtes der Landesregierung, wo ein solcher besteht, dem Landesfremdenverkehrsverband zur Abgabe einer gutachtlichen Äußerung übermittelt werden.

Nach Vorliegen des vollständigen Förderungsantrages und der allfälligen vorerwähnten Gutachten oder Verschweigung entscheidet das Bundesministerium für wirtschaftliche Angelegenheiten über den Antrag. Diese Entscheidung wird dem Förderungswerber mitgeteilt.

G) AUSZAHLUNG DER FÖRDERUNG

Der Förderungszuschuß wird nach Prüfung und Anerkennung der präsentierten Belege, insbesondere aller erforderlichen Rechnungen und Zahlungs- oder Saldierungsbelege ausgezahlt. Mit der Verständigung von der Auszahlung werden die präsentierten Belege (nur die Originale) dem Förderungswerber zurückgestellt.

- 7 -

II) EINSTELLUNG DER FÖRDERUNG

Die Förderung ist einzustellen und dementsprechend ist ein noch nicht überwiesener Förderungsbetrag nicht auszuzahlen bei

1. Eröffnung des Konkurs- oder Ausgleichsverfahrens (mit Betriebseinstellung) über das Vermögen des Förderungsnehmers;
2. entgeltlicher Veräußerung des Betriebes;
3. Wegfall der gewerberechtlichen oder sonstigen Voraussetzungen für die Führung des Betriebes;
4. dauernder Einstellung der Betriebstätigkeit.

I) RÜCKFORDERUNG DER FÖRDERUNG

Die Verpflichtung der Rückzahlung der Förderungsmittel zuzüglich einer Verzinsung für die Zeit von der Auszahlung bis zur Rückzahlung mit 3 von Hundert über dem jeweils geltenden Zinsfuß für Eskontierungen der Österreichischen Nationalbank pro Jahr ist für den Fall zu vereinbaren, daß

1. das Bundesministerium für wirtschaftliche Angelegenheiten über wesentliche Umstände getäuscht oder unvollständig unterrichtet worden ist;
2. die Förderung widmungswidrig verwendet wird oder den Erfolg des Vorhabens sichernde Auflagen oder Bedingungen aus Verschulden des Förderungsempfängers nicht eingehalten werden;
3. soweit bei Gewährung der Förderung vorgesehen, Berichte nicht erstattet, oder Nachweise nicht beigebracht werden, sofern in diesen Fällen eine schriftliche, der Eigenart der geförderten Leistungen entsprechend befristete und den ausdrücklichen Hinweis auf die Rechtsfolge der Nichtbefolgung enthaltende Mahnung ohne Erfolg geblieben ist, oder Überprüfungen nicht ermöglicht werden. Die Rückzahlung hat nur über Aufforderung des Bundesministeriums für wirtschaftliche Angelegenheiten zu erfolgen.

- 8 -

J) ÜBERPRÜFUNG

Das Bundesministerium für wirtschaftliche Angelegenheiten behält sich vor, eine Überprüfung der Verwendung der Förderungsmittel und des Vorhabens vorzunehmen, bzw. vornehmen zu lassen.

K) MEFRECFACHTFÖRDERUNG

Der Förderungswerber hat sich zu verpflichten, entsprechende Angaben über beabsichtigte, laufende oder erledigte Anträge bei anderen Bundesstellen oder anderen Rechtsträgern, die die Förderung desselben Vorhabens betreffen, im Förderungsansuchen zu machen und diesbezügliche spätere Änderungen mitzuteilen; Mehrfachförderungen desselben Vorhabens sind im Bereich der

Förderung des Bundesministeriums für wirtschaftliche Angelegenheiten, abgesehen von Sonderregelungen, ausgeschlossen.

L) AUSKUNFTSERTEILUNG

Der Förderungswerber hat sich zu verpflichten, dem Bundesministerium für wirtschaftliche Angelegenheiten auf Verlangen Auskünfte zu erteilen, die mit dem Förderungsvorhaben im Zusammenhang stehen, und Einsicht in Bücher und Belege sowie in sonstige der Überprüfung der Durchführung des Förderungsvorhabens dienende Unterlagen zu gestatten. Ferner hat der Förderungsnnehmer alle Ereignisse, welche die Durchführung des geförderten Vorhabens verzögern oder unmöglich machen oder eine Abänderung gegenüber dem Förderungsantrag oder vereinbarten Auflagen oder Bedingungen erfordern würden, dem Bundesministerium für wirtschaftliche Angelegenheiten unverzüglich anzuzeigen.

M) DATENSCHUTZ

In das Formular des Förderungsantrages ist eine Erklärung aufzunehmen, wonach der Förderungswerber ausdrücklich zustimmt, daß die Besitzer von Daten, welche zur Bearbeitung seines Förderungsantrages erforderlich sind, diese an das Bundesministerium für wirtschaftliche Angelegenheiten übermitteln dürfen sowie weiters das Bundesministerium für wirtschaftliche

- 9 -

Angelegenheiten gemäß den Bestimmungen des Datenschutzgesetzes BGBl.Nr. 565/1978 ausdrücklich ermächtigt:

1. Daten und Auskünfte über den Förderungswerber, die Firma, das Unternehmen bei Dritten einzuholen bzw. einholen zu lassen;
2. Daten mit Hilfe von eigenen bzw. fremden automatischen Datenverarbeitungsanlagen zu ermitteln, verarbeiten, benützen, übermitteln und löschen zu lassen;
3. nach Ermessen des Bundesministeriums für wirtschaftliche Angelegenheiten, Daten und Auskünfte über den Förderungsantrag an die in Punkt F) angeführten Stellen einschließlich der von diesen Stellen mit der Abwicklung von Förderungen betrauten Institutionen weiterzugeben und von diesen Stellen sowie von anderen in Betracht kommenden Förderungsstellen Daten über andere vom Förderungswerber gestellte Förderungsanträge einzuholen;
4. bei Mehrfachförderung die in Betracht kommenden und bei Insolvenzverfahren die gesetzlich vorgesehenen Stellen über die Entscheidung des Bundesministeriums für wirtschaftliche Angelegenheiten zu verständigen.

N) VERPFLICHTUNGSERKLÄRUNG

Eine entsprechende Erklärung des Förderungswerbers über die Kenntnisnahme der Bestimmungen der Punkte H, I, J, L, M und O - Einstellung und Rückzahlung der Förderung, Überprüfung, Auskunftserteilung, Datenschutz und Gerichtsstandsvereinbarung - und der sich daraus für ihn ergebenden Verpflichtungen ist in den jeweiligen Förderungsvertrag aufzunehmen.

O) GERICHTSSTANDVEREINBARUNG

Eine Vereinbarung, daß sich der Förderungsnahmer in allen Streitigkeiten aus der Gewährung eines Förderungszuschusses der Gerichtsbarkeit des sachlich zuständigen Gerichtes in Wien unterwirft, es dem Bundesministerium für wirtschaftliche Angelegenheiten jedoch vorbehalten bleibt, ihn auch bei seinen allgemeinen Gerichtsstand zu belangen, ist in den jeweiligen Förderungsvertrag aufzunehmen.

A N H A N G

zu den Richtlinien für die
Fremdenverkehrs-Verkaufsförderungsaktion des
Bundesministeriums für wirtschaftliche Angelegenheiten
vom 2. Februar 1990

I. Mindestanforderungen für Prospekte, Verkaufskataloge und Confidential Tariffs gemäß Punkt C) 1. der Richtlinien.

I.1. Qualitative Mindestanforderungen für Prospekte, Verkaufskataloge und Confidential Tariffs (mit Ausnahme von Spezialpublikationen):

Die hier genannten Mindestanforderungen schließen die Förderung künstlerisch gestalteter, hochqualifizierter Werbemittel auch dann nicht aus, wenn im Interesse der hohen Qualität z.B. andere Papierqualitäten, kein Vierfarbendruck und dergleichen verwendet werden.

- .) Sprachen: Es werden grundsätzlich nur Prospekte, Verkaufskataloge und Confidential Tariffs gefördert, die in einer fremden Sprache hergestellt werden; Prospekte und Verkaufskataloge von Unternehmungen des Gastgewerbes werden auch dann gefördert, wenn sie mehrsprachig sind und nicht mehr als drei Sprachen einschließlich Deutsch aufweisen.
- .) Format: maximal gefaltetes DIN A 4 - Format.
- .) Papierqualität: möglichst leichtes Papier, jedoch der angebotenen Leistung entsprechend.
- .) Sprachliche Gestaltung: möglichst konkrete Aussagen, die den psychisch-emotionalen Vorstellungen der erwarteten Gäste entsprechen; professionelle Übersetzungen.
- .) Druck: bei Prospekten und Verkaufskatalogen sollen die Bilder im Vierfarbendruck (mindestens 30 % Bildanteil) gehalten sein; Confidential Tariffs brauchen keine Bilder oder nur einen geringen Bildanteil zu enthalten; die Schrift soll in jeder Sprach-

- 2 -

mutation für die potentiellen Interessenten leicht lesbar - die Schrift darf nicht zu klein sein - und ansprechend sein; bei mehrsprachigen Prospekten, und Verkaufskatalogen muß die Schrift für die einzelnen Sprachen gleich groß sein, und es müssen die gesamten Texte in die einzelnen Fremdsprachen übersetzt werden.

.) Titelseite:

- *1) deutlich und an beherrschender Stelle muß der Name des Betriebes, der Arbeits- und Werbegemeinschaft, des Ortes oder des Gebietes erscheinen (bei Orten zusätzlich Angabe der Seehöhe);
- *1) bei Betrieben Angabe des Ortes und des Bundeslandes, in dem sich der Betrieb befindet, bei Orten (Gebieten) Angabe des Bundeslandes, in dem sich der Ort (das Gebiet) befindet, hierfür muß der landeseigene Schriftzug verwendet werden;
- *1) zusätzlich muß das Wort "Österreich" und das Logo der Österreich Werbung aufscheinen.

.) Inhalt:

- *1) an prominenter Stelle muß möglichst auffallend die Adresse (Anschrift, mit internationalem Postcode und Postleitzahl, Telefon, Telefon-Vorwahlnummern aus den wichtigsten Herkunftsländern, für die das Werbemittel bestimmt ist, Fernschreiber, Telefax), sowie ein deutlicher Hinweis auf Zimmerreservierung und Buchungsmöglichkeiten und die "Verkehrsspinne" mit den wichtigsten Verkehrsverbindungen enthalten sein.

.) Bildinformation:

- *1) grundsätzlich sollen nur Bilder aus dem Betrieb (den Betrieben), aus dem Ort oder dem Gebiet verwendet werden;
- *1) die Bilder sollen den psychisch-emotionalen Vorstellungen der

- 3 -

erwartenden Gäste entsprechen und gleichzeitig informativen Charakter haben, sie sollen grundsätzlich beschriftet sein (belebte Bilder);

- *1) Panoramakarten für Sommer und Winter sollen in jedem Orts- und Gebietsprospekt enthalten sowie wirklichkeitsnah und graphisch gut gezeichnet sein, Entfernungen dürfen nicht verzerrt dargestellt werden.

.) Informationsbeilage zu Prospekten, Verkaufskatalogen und Confidential-Tariffs.

Zu jedem Werbemittel gehört eine Informationsbeilage, es sei denn, dasselbe enthält bereits die erforderlichen Verkaufsangaben. Aufgabe der Informationsbeilage ist es, die allgemeine Information des Bildteiles zu konkretisieren.

Im einzelnen gilt:

- *1) Sprachen: es gilt sinngemäß das, was im Hauptteil steht, auch für die Informationsbeilage;
- *1) Format und Papierqualität: wie für den Hauptteil; maximal gefaltetes DIN A 4-Format; leichtes Papier;
- *1) Titelseite: es müssen nochmals alle wesentlichen Angaben des Hauptteiles wiederholt werden;
- *1) Inhalt: Adresse (Anschrift, mit internationalem Postcode und Postleitzahl, Telefon, Telefon-Vorwahlnummern aus den wichtigsten Herkunftsländern, Angabe wann das Telefon besetzt ist, Fernschreiber, Telefax) sowie ein deutlicher Hinweis auf Zimmerreservierung und Buchungsmöglichkeiten mit Angabe der Betriebszeiten;
- *1) Beherbergungsangebot: in Orts- und Gebietsprospekten sollen alle Beherbergungsbetriebe nach Kategorie, in alphabetischer Reihenfolge aufscheinen;
- *1) Preise: die Preisangaben (Inklusivpreise) sollen jedenfalls Nächtigung mit Frühstück und Halbpension sowie die Kinderermäßigung enthalten, es muß jeweils eindeutig erkennbar sein, ob der Preis pro Person gilt; die Gültigkeitsdauer soll angegeben werden, und ein Hinweis auf das österreichische Hotelreglement soll enthalten sein;

- 4 -

- *1) touristisches Infrastrukturangebot: die einzelnen touristischen Angebote des Betriebes, Ortes oder der Region, das sogenannte Freizeitangebot des Betriebes bzw. der Betriebe und Einrichtungen sollen so konkret wie möglich (quantitativ, qualitativ, Zeiten zu denen sie zur Verfügung stehen, Preise, Pauschalarrangements, etc.) dargestellt werden;
- *1) Programm: die typischen örtlichen (regionalen) Ausflugs-, Besichtigungs- und Einkaufsmöglichkeiten (Schlechtwetterprogramme) sollen jedenfalls in Orts- und Gebietsprospekten dargestellt werden;
- *1) Lageplan des Ortes mit Planquadrat: mit Angabe der für den Gast wichtigen Angebote der Infra- und Suprastruktur;
- *1) Antwortkarte: die Informationsbeilage von Orts- und Gebietsprospekten soll eine Antwortkarte (Kupon, Gutschein, etc.) enthalten.

I.2. Die Mindestauflage für Prospekte, Verkaufskataloge und Confidential Tariffs beträgt pro Sprachmutation 2.000 Stück.

II. Länder und Kontinente, in die Vertriebs- und Verkaufsreisen gemäß Punkt C) 2. der Richtlinien gefördert werden:

Afrika, Amerika (Nord-, Mittel- und Südamerika), Asien, Australien und Ozeanien, CSR, Dänemark, Frankreich, Griechenland, Großbritannien, Italien, Jugoslawien, Naher und Mittlerer Osten, Skandinavien, Spanien, Ungarn, USSR.

Für das Ausmaß der Förderung gilt folgende Zoneneinteilung:

Zone I CSR, Dänemark, Frankreich, Griechenland, Großbritannien, Italien, Jugoslawien, Ungarn;

Zone II Finnland, Kanada, Norwegen, Schweden, Spanien, USA (mit Ausnahme der zur Zone III gehörenden Bundesstaaten), USSR;

- 5 -

- Zone III Afrika, Mittel- und Südamerika, Naher und Mittlerer Osten, USA und
zwar: Alaska, Arizona, California, Colorado, Idaho,
Montana, New Mexico, Oregon, Texas, Utah, Washington, Wyoming;
- Zone IV restliches Asien einschließlich Ferner Osten, Australien,
Ozeanien.