

II-11071 der Beilagen zu den Stenographischen Protokollen
des Nationalrates XVIII. Gesetzgebungsperiode

BUNDESMINISTERIUM FÜR WISSENSCHAFT UND FORSCHUNG

B M
W F

GZ 10.001/109-Pr/1c/93

5086 /AB

Herrn Präsidenten
des Nationalrates
Dr. Heinz FISCHER
Parlament
1017 Wien

1993-09-07

5175/J

MINORITENPLATZ 5
A-1014 WIEN
TELEFON
(0222) 531 20-0
DVR 0000 175

Wien, 7. September 1993

Die schriftliche parlamentarische Anfrage Nr. 5175/J-NR/1993, betreffend Vermarktung des Ötzi, die die Abgeordneten Ing. MEISCHBERGER und Kollegen am 9. Juli 1993 an mich gerichtet haben, beehre ich mich wie folgt zu beantworten:

Ich muß zunächst, ehe ich auf die einzelnen Fragen eingehe - wie bereits bei ähnlichen Anfragen zu diesem Thema - auf die bestehende Rechtslage verweisen:

Gemäß § 2 Abs. 2 UOG kommt den Universitäten, Fakultäten, Instituten sowie besonderen Universitätseinrichtungen insofern Rechtspersönlichkeit zu, als sie berechtigt sind, Verträge über die Durchführung wissenschaftlicher Arbeiten im Auftrag Dritter gemäß § 15 Abs. 2 bis 4 des Forschungsorganisationsgesetzes abzuschließen.

Die Universität Innsbruck hat am 5. Februar 1992 einen diesbezüglichen Vertrag gemäß § 15 FOG mit der Autonomen Provinz Bozen-Südtirol abgeschlossen. Da dieser Vertrag eine über sechs Monate andauernde Tätigkeit umfaßte, war er vom Bundesministerium für Wissenschaft und Forschung zu genehmigen. Diese Genehmigung wurde nach Prüfung durch die Finanzprokuratur im Hinblick darauf, daß der Vertragsentwurf rechtlich unbedenklich war, erteilt.

Somit ist die Universität Innsbruck im Rahmen ihrer eigenen Rechtspersönlichkeit für die Sicherstellung einer entspre-

chenden Kostenoptimierung befugt und verantwortlich, wobei sie gemäß § 4 Abs. 5 UOG nach den Grundsätzen eines ordentlichen Kaufmannes zu gebaren hat. Da es sich um Drittmittelgebarung der Universität handelt und keine Bundesmittel in der Auftragsforschung eingesetzt werden dürfen, kann der Republik Österreich daraus kein Schaden erwachsen.

Da somit keine direkte Zuständigkeit des Bundesministeriums für Wissenschaft und Forschung in der gegenständlichen Angelegenheit gegeben ist, habe ich den Leiter des Forschungsinstitutes für Alpine Vorzeit, Rektor Univ.Prof. Dr. Hans Moser, um Abgabe einer Stellungnahme zu den einzelnen Punkten dieser Anfrage gebeten, die ich Ihnen hiemit zur Kenntnis bringe:

1. Seit wann hat dieser Vertrag zwischen der Universität Innsbruck und dieser PR-Agentur bestanden?

Antwort:

Der Vertrag zwischen der Universität Innsbruck und der PR-Agentur "Ethik und Kommunikation" wurde am 6. Juli 1992 abgeschlossen.

2. Wer hat ihn von seiten der Universität unterzeichnet und ist damit für das Zustandekommen dieser Vereinbarung schlußendlich verantwortlich?

Antwort:

Der Vertrag wurde vom Rektor der Universität Innsbruck nach Befassung des Akademischen Senates, des universitätsinternen Beratergremiums und der Institutskonferenz des Forschungsinstituts für Alpine Vorzeit unterzeichnet.

- 3 -

3. Welchen Inhalt hat dieser Vermarktungsvertrag gehabt, und welche finanziellen Belastungen ergeben sich daraus für die Universität Innsbruck und/oder für den Bund als Rechtsträger der Universität?

Antwort:

Der Inhalt betrifft im Sinne des Vertrages mit der Autonomen Provinz Bozen-Südtirol die Auswertung der Verwertungsrechte durch die Aufbringung von Geldmitteln, insbesondere durch die Erschließung von Sponsor- und Spendengeldern, sowie durch die Vermittlung der Übertragung von Verwertungsrechten.

Finanzielle Belastungen für die Universität Innsbruck sind im Vertrag nicht vorgesehen, weil Honorar- und Spesenzahlungen an die PR-Agentur nur als Prozentsatz der für die Universität eingegangenen Zahlungen vorgesehen sind. Die Universität hat sich das Recht vorbehalten, den Vertrag zu beenden, wenn der Universität bis 31. Dezember 1992 nicht netto S 10,000.000,-- durch die Vermittlung der PR-Agentur zufließen. Mangels Zuflusses wurde der Vertrag beendet.

Da die Universität nicht belastet wurde, trifft auch den Bund keine finanzielle Belastung.

4. Wurde von seiten der Universität bzw. des Bundesministeriums vor Auftragsvergabe eine objektive Vermarktungsstudie ausgearbeitet, um zu analysieren, inwieweit überhaupt eine Vermarktungschance besteht?

Antwort:

Die Vermarktungschancen wurden mit mehreren Agenturen erörtert, und dann wurde einer inländischen Agentur der Auftrag erteilt, die aufgrund von Vermarktungsstudien und darauf basierender

- 4 -

Einschätzung der Verwertungschancen bereit war, auf Provisionsbasis, also ohne finanzielles Risiko für die Universität, zu arbeiten.

5. Welche weiteren Pläne haben die Universität Innsbruck und das Bundesministerium für eine Vermarktung des "ÖTZI" und welche Kosten-Nutzen-Analyse liegt dem zugrunde?

Antwort:

Es wird davon ausgegangen, daß durch eine Vermarktung im Zusammenhang mit dem Eismann nur Kosten entstehen dürfen, die durch einen gesicherten Erlös gedeckt sind.

Neben den in erheblichem Maß eingegangenen Mitteln bestehen weiterhin Kontakte zu interessierten Firmen. Freilich besteht innerhalb der Universität Konsens darüber, daß die Vermarktung dort ihre Grenzen hat, wo die menschliche Würde dieses archäologischen Fundes angetastet wird.

Im übrigen wird darauf hingewiesen, daß sich der Nutzen von Grundlagenforschung grundsätzlich weitgehend der Quantifizierung entzieht und daß der erhebliche Nutzen der Grundlagenforschung, der durch die Forschungen am Eismann eintritt, heute noch nicht absehbar ist.

Der Bundesminister:

