

II-4802 der Beilagen zu den Stenographischen Protokollen
des Nationalrates XVIII. Gesetzgebungsperiode

Nr. 236613

1992-02-11

A N F R A G E

der Abgeordneten Parnigoni
und Genossen

an den Bundesminister für wirtschaftliche Angelegenheiten
betreffend Umsetzung der Ergebnisse der Effizienzstudie
Österreich-Werbung

Der Anfragebeantwortung 1603/AB zur Anfrage 1623/J der Abgeordneten Parnigoni und Genossen betreffend aufklärungswürdige Vorgänge in der Österreich-Werbung (ÖW) waren die Hauptergebnisse einer Effizienzstudie der Firma IBB über die ÖW angefügt. Eine rasche Umsetzung der Ergebnisse dieser Studie ist auch deshalb wichtig, da der Werbung für die heimische Tourismuswirtschaft im Zuge der Integrationsbestrebungen Österreichs große Bedeutung zukommt. Überdies könnte damit der Einsatz öffentlicher Steuermittel im Bereich der ÖW effizienter gestaltet werden.

Unter anderem wird im IBB-Bericht bemängelt, daß die Ziele der ÖW, der einzelnen Abteilungen, Zweigstellen und Führungskräfte nur selten operational definiert sind, hinsichtlich Inhalt, Ausmaß und Zeitbezug. Weiters wurde die Gründung einer gewerblichen Tochtergesellschaft mit dem Geschäftszweck "Ein- und Verkauf von Marketing- und Werbeleistungen" vorgeschlagen. Auf diesem Weg könnten laut IBB "zusätzliche Erlöse" erzielt sowie der Bekanntheitsgrad Österreichs gesteigert und das Image der ÖW erhöht werden.

Die unterzeichneten Abgeordneten richten an den Bundesminister für wirtschaftliche Angelegenheiten daher nachstehende

A n f r a g e:

- 1) Was wird von Ihrem Ressort bzw. der ÖW unternommen, um die in der IBB-Studie als "Schwachstelle" bezeichnete "hohe Führungsspanne des ersten Geschäftsführers" zu beseitigen?
- 2) In welcher Weise soll den bemängelten höheren Reisekosten, etwa im Vergleich zur Schweizer Verkehrszentrale, begegnet werden?
- 3) Wurde bereits das von der IBB festgestellte "fehlende Personalentwicklungssystem" erarbeitet?
- 4) Wenn ja, wie sieht dieses Personalentwicklungssystem konkret aus?
- 5) Wenn nein, warum nicht?
- 6) Was wird von Ihrer Seite unternommen, um die Ziele der ÖW in Hinkunft "operationaler" zu gestalten?
- 7) Werden Sie, im Sinne der Empfehlung der IBB, eine Verbreiterung der Mitgliederbasis der ÖW durch heimische Unternehmen anstreben?
- 8) Wenn nein, warum nicht?
- 9) Werden Sie die Gründung der in der IBB-Studie vorgeschlagenen Tochtergesellschaft der ÖW für Marketingzwecke betreiben?
- 10) Wenn nein, warum nicht?
- 11) Wurde inzwischen das von der IBB vorgeschlagene "Deutschlandkonzept" erarbeitet?

12) Die IBB hält eine weitere Erhöhung der Motivation der Mitarbeiter der ÖW für zweckmäßig. In einem Artikel im "Trend" 10/91 wird nun der Generaldirektor der ÖW Dr. Klaus Lukas bezüglich der Versetzung von Mitarbeitern in der ÖW wie folgt zitiert: "Jeder in der Ö-Werbung, der zu lange an einem Ort ist, braucht eine geistige Befruchtung." Stimmen Sie bezüglich der ÖW mit dieser Meinung überein?

13) Wenn ja, gilt dieses Prinzip auch für den Generaldirektor?

14) Wie stehen Sie als Obmann der ÖW zum Vorschlag der IBB, das Direktorium durch einen Aufsichtsrat bzw. ein Kuratorium mit dem Obmann als Vorsitzenden und der ausschließlichen Aufgabe der Strategieentwicklung und der Erfolgskontrolle zu ersetzen?

15) Welche Gründe könnten Ihrer Meinung nach dafür sprechen, die ÖW in eine Kapitalgesellschaft umzuwandeln?

16) Wurde das von der IBB angeregte Kostensenkungsprogramm bereits erarbeitet?

17) Wenn ja, in welchen Bereichen sollen Einsparungen in welcher konkreten Form und Höhe getätigt werden?

18) Wenn nein, warum nicht?

19) Wie verteilte sich das Jahresbudget der ÖW in den einzelnen Jahren seit 1980 auf die Hauptgeschäftsstelle und auf den Werbeeinsatz?

20) Zu welchen Zeitpunkten entrichten die einzelnen Mitglieder der ÖW ihren Mitgliedsbeitrag?