

II-965 der Beilagen zu den Stenographischen Protokollen  
des Nationalrates XVIII. Gesetzgebungsperiode

Nr. 5891J

1991-02-28

A N F R A G E

der Abgeordneten Dipl.-Ing. Dr. Pawkowicz, Apfelbeck, Mitterer  
an den Bundesminister für öffentliche Wirtschaft und Verkehr  
betreffend Werbeausgaben der Österreichischen Bundesbahnen

Es ist unbestritten, daß die ÖBB als ein Dienstleistungsunternehmen wie jedes andere Unternehmen auch Werbe- und PR-Ausgaben tätigen muß und diese in einem angemessenen Verhältnis das Betriebsergebnis optimieren sollten.

Dies gilt selbstverständlich auch für ein Unternehmen, welches im wesentlichen Dienstleistungen erbringt, auch wenn es - wie die Österreichischen Bundesbahnen - keine kaufmännisch eigenverantwortliche Kapitalgesellschaft ist und damit für alle Ausgaben den Bund, und somit den Steuerzahler verpflichtet und belastet.

Es scheint dabei jedoch nicht sinnvoll eine Werbelinie einhalten zu wollen, welche das Dienstleistungsunternehmen "Österreichische Bundesbahnen" nicht nur als modernen, sondern auch als gegenüber anderen Verkehrsträgern konkurrenzfähigen Betrieb darstellt, wenn den von der derzeitigen Werbung (und Öffentlichkeitsarbeit) angepeilten Zielgruppen bewußt ist, daß die Österreichischen Bundesbahnen einen dringenden Reformbedarf haben, da sie in der derzeitigen Struktur unfinanzierbar sind, weswegen die Freiheitliche Partei - bei grundsätzlicher Gleichbehandlung der Schienenverkehrs-Infrastruktur mit der Straßen-, Luftverkehrs- und Wasserwege-Infrastruktur als eine gemeinwirtschaftliche Aufgabe - eine Umwandlung der ÖBB in eine kaufmännisch eigenverantwortliche Kapitalgesellschaft verlangt hat, die alle gemeinwirtschaftlichen Leistungen die sie für Bund, Länder oder Gemeinden erbringt, in Form von Verträgen nach allen Kriterien einer Bilanzwahrheit abgegolten erhält.

Die unterzeichneten Abgeordneten stellen daher an den Herrn Bundesminister für öffentliche Wirtschaft und Verkehr folgende

A n f r a g e :

- 1) Wie hoch sind die Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeit und Werbung seitens der Österreichischen Bundesbahnen für das abgelaufene Jahr 1990?
- 2) Halten Sie es für betriebswirtschaftlich sinnvoll sowie für politisch klug wenn ein Unternehmensbild vermittelt wird, welches nur schwer mit der Realität bei den Österreichischen Bundesbahnen in Einklang gebracht werden kann?
- 3) Wäre es nicht im Hinblick auf eine mittel- und langfristig wesentlich höhere Glaubwürdigkeit sinnvoll, zuerst ein klares und zeitlich fixiertes Reformkonzept vor allem hinsichtlich der Umwandlung der Österreichischen Bundesbahnen in eine Kapitalgesellschaft mit kaufmännischer Eigenverantwortlichkeit festzulegen, bevor die derzeit laufende Werbung und Öffentlichkeitsarbeit ein Image an Zielgruppen zu verkaufen versucht, die wissen, daß die Österreichischen Bundesbahnen in der derzeitigen Struktur unfinanzierbar sind und daher dringend reformiert werden müssen?