

2225/AB XX.GP

In Beantwortung der schriftlichen parlamentarischen Anfrage Nr. 2323/J betreffend der Präsentation Österreichs auf der ITB in Berlin und der Vorgangsweise der ÖW im allgemeinen, welche die Abgeordneten Rossmann und Kollegen am 17. April 1997 an mich richteten und aus Gründen der besseren Übersichtlichkeit in Kopie beigelegt ist, stelle ich fest:

Antwort zu Punkt 1. der Anfrage

Eine Teilnahme war leider wegen anderer dienstlicher Verpflichtungen nicht möglich.

Antwort zu Punkt 2 der Anfrage:

Bekanntlich ist die Österreich Werbung ein Verein, der zu 60% vom Bundesministerium für wirtschaftliche Angelegenheiten, zu

20 % von den Bundesländern und zu 20 % von der Wirtschaftskammer Österreich finanziert wird. Dieser Verein hat entsprechende Organe, in denen das Bundesministerium für wirtschaftliche Angelegenheiten mitwirkt. Das BMwA allein kann daher der Österreich Werbung keine Vorgaben bzw. Auflagen erteilen.

Antwort zu den Punkten 3 und 4 der Anfrage:

Die Aufgaben des Obmannes (jetzt Präsident/In genannt) sowie der übrigen Organe des Vereins Österreich Werbung sind in den Statuten festgehalten. Danach stehen Kontrollaufgaben vor allem dem Präsidium zu, welches aus dem/der Präsident/In und den drei stimmführenden Mitgliedern ( Je einem,/r Vertreter/ In des Bundes , aller Bundesländer und der Wirtschaftskammer Österreich) besteht.

Dort wird unter anderem folgendes bestimmt:

- Das Präsidium hat die Tätigkeit des Vorstandes zu überwachen.
- Das Präsidium, aber auch einzelne Stimmführer/Innen, kann bzw. können vom Vorstand jederzeit einen Bericht über die Angelegenheiten des Vereins verlangen. Wird der Bericht von einem einzelnen stimmführenden Mitglied verlangt, so hat der Vorstand diesen auch allen anderen Präsidiumsmitgliedern zur Kenntnis zu bringen.
- Das Präsidium kann die Bücher und die Unterlagen des Vereins sowie die Vermögensgegenstände einsehen und prüfen. Es kann damit auch einzelne Mitglieder oder für bestimmte Aufgaben besondere Sachverständige beauftragen.

Antwort zu Punkt 5 der Anfrage:

Die Regelung der Kontrollaufgaben, Haftungen und Verantwortlichkeiten wären den beiliegenden Statuten zu entnehmen.

Antwort zu Punkt 6 der Anfrage:

Die Aufwendungen für die ITB 1997 betragen etwa 5,2 Mio. S. Vermindert um die Erträge in der Höhe von 1,4 Mio. S ergeben sich danach Gesamtkosten für die Österreich Werbung von etwa 3,8 Mio. S.

Antwort zu Punkt 7 der Anfrage: .

Laut Informationen der Messe Berlin hat fast jeder dritte Fachbesucher (28%) und fast die Hälfte der Aussteller (45 %) auf der ITB 1997 Geschäftsabschlüsse getätigt.

Nach Befragungen der ÖW führten die Österreichischen Fachbesucher mit Besprechungstischen am Österreichstand im Durchschnitt 20 konkrete Verkaufsverhandlungen. 1997 betrug der Zuwachs bei den Österreichischen Fachbesuchern mit eigenem Besprechungstisch 30 %. Als wichtige Motive für den Besuch der ITB geben die Fachbesucher auch die Pflege von bestehenden Geschäftsbeziehungen, Kontaktanbahnung und Konkurrenzbeobachtung an.

Antwort zu Punkt 8 der Anfrage:

In der Vergangenheit wurde von österreichischen Fachbesuchern vehement eine effektive Kontrolle für den Zugang zum Fachbesucherbereich gefordert. Massive Klagen gab es auch über das Heer von Anzeigenwerbern .

Im Zuge einer Neuorganisation wurde bereits 1995 das Eintrittssystem mit Skidata eingeführt. Ziel der Zutrittskontrolle war es, einen beruhigten Fachbesucherteil für Geschäftsbesprechungen einzurichten. Dies um so mehr, da sich die ITB zunehmend zu einer Fachbesuchermesse hin entwickelte und die Forderung nach einer Ausrichtung der ITB als rein professionelles Forum laut wurde.

Die Messe Berlin trug dieser Entwicklung durch die Einführung eines Fachbesuchertages Rechnung.

Antwort zu Punkt 9 der Anfrage:

Das Alpenpanorama beruht auf einer Idee eines jungen Vorarlberger Künstlers, die zusammen mit der Standbaufirma RTZ Architekten umgesetzt wurde. Aufgrund von strengen Auflagen der Feuerpolizei mußte die ursprüngliche Konzeption verändert und es mußten teurere Materialien als vorgesehen verwendet werden. Die Gesamtkosten für Materialien, Bau und Honorar beliefern sich auf etwa S 245.000,--.

Antwort zu den Punkten 10, 11. und 12 der Anfrage: .

Ja, und zwar die Firma RTZ Architekten, die seit über 10 Jahren mit der Konzeption des Österreichstandes beauftragt ist.

Die Grundkonzeption des Österreichstandes 1997, insbesondere des Fachbesucherteiles, der wegen seiner Funktionalität von den Ausstellern sehr gut angenommen wurde, entspricht den Entwürfen zur ITB 1995 und 1996.

Antwort zu Punkt 13 der Anfrage:

Das Thema Familienurlaub wurde mit dem Maskottchen des Salzburger Landes, Oberösterreichs, der Kinderhotels und der ÖW von der auf Familienanimation spezialisierten Grazer Firma Juppi Du-Kindererlebnisse umgesetzt .

Die Information über die jeweiligen Angebote zum Thema Familienurlaub erfolgte mit fest an der Außenwand des Österreichstandes angebrachten Broschüren und Displays.

Antwort zu Punkt 14 der Anfrage:

Eine Messe ist aus Sicht der ÖW vor allem ein Forum für persönliche Kontakte. Die beiden Telefone und das Fax am Österreichstand waren in erster Linie ein Service für die österreichischen Aussteller und vor allem für die Kommunikation nach außen bestimmt. Die ÖW Mitarbeiter konnten über Handy erreicht werden, deren Nummer von der AST bei Anrufern weitergegeben wurden.

Antwort zu Punkt 15 der Anfrage:

Dieses Problem haben auch andere Länder, wie etwa Deutschland (Germany, Alemagne) oder Spanien (Espana) . Im Teilnehmerverzeichnis werden die Länder grundsätzlich mit ihrer deutschen Bezeichnung und im Untertitel in Englisch aufgeführt. Im Inhaltsverzeichnis/Index gibt es aber eine separate Auflistung der Länder in Deutsch und in Englisch. Dort ist Österreich unter Austria angeführt .

Beilage wurde nicht gescannt!!