

2323/J XX.GP

Anfrage

der Abgeordneten Rossmann
und Kollegen

an den Bundesminister für wirtschaftliche Angelegenheiten
betreffend der Präsentation Österreichs auf der ITB in Berlin und der Vorgangsweise
der ÖW im allgemeinen

Es scheint, daß die Österreich Werbung immer noch nicht erkannt hat, daß sich die ITB
größtenteils von einer reinen Fachbesuchermesse auch zu einer Publikumsmesse entwickelt hat.
Einer der wenigen Aussteller, die darauf noch nicht reagiert haben, ist die Österreich Werbung,
denn statt vielgepriesener Gastfreundschaft ist nach wie vor "coolness" angesagt.

Der Österreich-Stand präsentiert sich in sterilem Weiß und erweckt durch die
werbeunwirksame Beleuchtung in keinsten Weise positive Emotionen.

Erst bei genauerer Betrachtung ist von der Decke schwebend ein Ticket mit stilisiertem Abriß
zu erspähen mit dem neuen Slogan: "Alltag raus, Österreich rein" - Wobei Tickets im
Unterbewußtsein immer noch "Eintritt" suggerieren, was natürlich negativ behaftet ist und
Tickets für eine "Barrierenmentalität" stehen, was sich dann gleich beim Haupteingang des
Österreich-Standes bestätigt, wo 3 Schranken des "Ski-Data-Systems" interessierte
Messebesucher vom Fachpublikum trennen,

Bei den anderen Ausstellern wurde von derartigen restriktiven Maßnahmen Abstand
genommen, statt dessen wurde auch der Fachbereich optisch geöffnet und lediglich charmante
Empfangspersonen weisen in freundlich erklärenden Worten die Besucher darauf hin, daß zu
manchen Bereichen nur Fachbesucher Zutritt hätten - beim Österreich Stand stößt man gleich
auf geschlossene Schranken,

Die österreichischen Bundesländer sind nach außen hin, bis auf die Steiermark, die einen
eigenen Stand betreibt, überhaupt nicht präsent. Die Bundesländer wurden innerhalb der
"Festung" in engen Kojen untergebracht und damit gibt es für den interessierten
Messebesucher nach außen hin weder Tirol, noch Kärnten oder Salzburg, weder Alpen noch
Seen, weder Kultur noch Kongreß, etc.

Auch die heimische Wirtschaft, die zum Teil bei anderen Ständen auch mitpräsentiert wurde
fehlt bis auf die Casinos Austria komplett.

Im internationalen Vergleich wirkt der österreichische Stand halbherzig, improvisiert und
unprofessionell.

Österreich hat es im Vergleich zu den anderen Ländern anscheinend nicht notwendig alles zu
unternehmen um den Gast bzw. die Reiseveranstalter anzusprechen.

Aus diesem Grund stellen die unterzeichneten Abgeordneten an den Bundesminister für
wirtschaftliche Angelegenheiten folgende

Anfrage

1. Aus welchem Grund haben Sie als zuständiger Tourismusminister, im Gegensatz zu vielen Ihrer Amtskollegen aus anderen Ländern, die wohl wichtigste internationale Tourismusmesse nicht besucht?
2. Gibt es in irgendeiner Form Vorgaben bzw. Auflagen des Wirtschaftsministeriums an die Österreich Werbung bei der Präsentation unseres Landes bei internationalen Ereignissen?
3. In welcher Form haben Sie als Obmann des Vereins Österreich Werbung die Aufgabe, wenn nicht sogar die Pflicht die Aktivitäten der ÖW zu begutachten bzw. zu kontrollieren?
4. Durch wen und in welcher Form erfolgt diese Kontrollaufgabe, wenn Sie als Obmann verhindert sind?
5. In welcher Art und Weise sind Kontrollaufgaben, Haftungen und Verantwortlichkeiten, etc. durch die Statuten der Österreich Werbung bzw. durch das allgemeine Vereinsgesetz geregelt?
6. Wie hoch waren die Gesamtkosten des Standes der ÖW auf der ITB in Berlin?
7. Waren durch den Einsatz auf der ITB direkte bzw. indirekte Ergebnisse für den österreichischen Tourismus zu erzielen (Buchung von Kontingenten, Vorreservierungen etc.)?
8. Aus welchem Grund wurde der Österreich-Stand auf der ITB derartig restriktiv für interessierte Besucher abgeschirmt (Ski-Data-System - Schranken)?
9. Welche Kosten entstanden durch die stilisierte Abbildung eines Alpenpanoramas, welches nur schwer als ein solches zu erkennen war?
10. Wurde eine professionelle Agentur bzw. Firma mit der Standgestaltung beauftragt?
11. Wenn ja, wie kommt es zu einer derart dilettantischen Präsentation Österreichs im weltweiten Vergleich und gibt es dadurch Regreßforderungen der Österreich-Werbung an diese Firma?
12. Wenn nein, von wem wurde dann die Standgestaltung vorgenommen?
13. Aus welchem Grund wurde ein gerade so wichtiges Thema, wie der Familienurlaub so lieblos gestaltet, daß man sich nicht einmal die Mühe gemacht hat eine Informationstafel aufzuhängen, sondern diese nur achtlos am Boden liegen ließ?
14. Warum scheint die Österreich Werbung im Telefonverzeichnis der ITB nicht einmal auf?
15. Warum hat die Österreich Werbung im INTERNATIONALEN Teilnehmerverzeichnis der ITB-Berlin nur eine Eintragung unter Ö - wie Österreich und keine unter A - wie Austria?