

DR. MARTIN BARTENSTEIN
Bundesminister

XXII. GP.-NR

1561/AB

2004 -05- 10

zu 1564/J

Herrn
Präsidenten des Nationalrates
Univ. Prof. Dr. Andreas KHOL
Parlament
1017 Wien

Wien, am 28/04/04
GZ 10.101/47-1K/1a/04

In Beantwortung der schriftlichen parlamentarischen Anfrage Nr. 1564/J betreffend Zwischenbilanz der Austria Business Agency, welche die Abgeordneten Mag. Hans Moser, Kolleginnen und Kollegen am 10. März 2004 an mich richteten, stelle ich fest:

Vorweg ist zur Behauptung, "der Wirtschaftsstandort Österreich verliere an Attraktivität" und "Österreich falle laut internationalen Rankings zurück", festzuhalten, dass Österreich gemäß 14 Strukturindikatoren der Europäischen Kommission europaweit als Standort auf Rang 3 liegt.

Antwort zu Punkt 1 der Anfrage:

Die Tätigkeit der Austrian Business Agency (ABA) wirkt sich positiv auf den österreichischen Arbeitsmarkt aus, indem sie Direktinvestoren und neue Arbeitsplätze nach Österreich bringt.

Im Zeitraum von weniger als 8 Jahren, in dem das Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit nunmehr ABA-Eigentümergevertreter ist, hat die ABA - bezogen auf das Gesamtergebnis der mehr als 20-jährigen Unternehmenstätigkeit - 88 % der Projekte, 87 % der Investitionssumme und 81 % der Arbeitsplätze erzielt.



Antwort zu den Punkten 2, 3 und 13 der Anfrage:

Die Namen der Unternehmen unterliegen einer Vertraulichkeitsvereinbarung, weshalb eine abschließende Anführung nicht möglich ist. Die anderen abgefragten Informationen sind den nachstenden Tabellen zu entnehmen.

| Bundesland | Anzahl der Projekte 2000 bis 2003 |
|--------------------------|-----------------------------------|
| Burgenland | 3 |
| Kärnten | 20 |
| Niederösterreich | 39 |
| Oberösterreich | 61 |
| Salzburg | 28 |
| Steiermark | 6 |
| Tirol | 14 |
| Vorarlberg | 9 |
| Wien | 220 |
| bundesländerübergreifend | 8 |
| Gesamt | 408 |

| Bundesland | Investition in Mio. € 2000 bis 2003 | Beschäftigte 2000 bis 2003 |
|--------------------------|----------------------------------------|-------------------------------|
| Burgenland | 2,155 | 7 |
| Kärnten | 25,205 | 292 |
| Niederösterreich | 336,531 | 1.276 |
| Oberösterreich | 304,789 | 1.954 |
| Salzburg | 25,1 | 844 |
| Steiermark | 41,685 | 119 |
| Tirol | 23,28 | 176 |
| Vorarlberg | 2,06 | 97 |
| Wien | 1.941,246 | 5.737 |
| bundesländerübergreifend | 73,07 | 4.030 |
| Gesamt | 2.775,121 | 14.532 |

Antwort zu den Punkt 4 der Anfrage:

Die strategischen Suchfelder der ABA sind zum einen nach Ländern, zum anderen nach Schwerpunktsektoren ausgerichtet.

Besondere Schwerpunkte sind know-how-intensive Projekte, die optimal auf die in Österreich vorhandenen Strukturen und Ressourcen aufsetzen (zB. Stärkung/ Ergänzung der Cluster Automotive und Kunststoff). Branchenübergreifend akquiriert die ABA Headquarters-Funktionen, insbesondere im Hinblick auf Österreichs besondere Position in Zentraleuropa, wobei das Thema EU-Erweiterung eine wesentliche Rolle spielt.

Antwort zu Punkt 5 der Anfrage:

| | |
|---------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Europa: | Dänemark, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Norwegen, Niederlande, Italien, Schweden, Schweiz |
| Nordamerika: | USA, Kanada |
| Asien: | Japan |

Märkte mit reduzierter Bearbeitung:

| | |
|----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| Europa: | Belgien, Finnland, Kroatien, Polen, Slowenien, Spanien, Türkei, Tschechische Republik, Ungarn |
| Asien: | Taiwan, China |

Antwort zu Punkt 6 der Anfrage:

Strategischer Schwerpunkt der Ansiedlungspolitik ist es, möglichst hochwertige Investitionsprojekte zukunftssträchtiger Branchen in Österreich zur Realisierung zu bringen, um die positive Entwicklung der industriellen bzw. wirtschaftlichen Struktur zu unterstützen, den Technologietransfer nach Österreich zu forcieren und zur Schaffung qualifizierter Arbeitsplätze beizutragen. Branchenschwerpunkte für die Marktbearbeitung sind Aerospace, Automotive, Chemie, Elektro/Elektronik, Finanz-

und Immobilienfonds, IT (inkl. Software) und Telekom, Kunststoff, Maschinenbau, Wellness und Tourismus.

Antwort zu Punkt 7 der Anfrage:

Das Multiplikatoren-Netzwerk für die Akquisition und Realisierung ausländischer Ansiedlungsprojekte in Österreich ist von wesentlicher Bedeutung. Zu diesem Multiplikatoren-Netzwerk zählen z.B. die Außenhandelsstellen der Wirtschaftskammer Österreich, Banken, Beratungsunternehmen, Rechtsanwälte, Steuerberater, nationale Unternehmens- und Branchenverbände, Immobilien-Consultants usw. Das Verhältnis zwischen der ABA und den einzelnen Multiplikatoren ist unterschiedlich gestaltet und reicht von einer Rahmenvereinbarung mit der Wirtschaftskammer Österreich bis zu Einzelvereinbarungen.

Antwort zu Punkt 8 der Anfrage:

Es besteht seit Jahren eine enge Zusammenarbeit der ABA mit den Landesgesellschaften, die jedoch nicht durch eine allgemeine Kooperations-Vereinbarung geregelt ist. Eine derartige Vereinbarung besteht derzeit für den Einzelbereich „Customer Care“.

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit veranstaltet zusätzlich ein jährliches Treffen aller Gesellschaften.

Antwort zu Punkt 9 der Anfrage:

Jede positive Präsentation des Standortes Österreich im Ausland ist auch im Sinne der Tätigkeit und Zielsetzung der ABA, die auch im abgefragten Beispielsfall eingebunden war und teilgenommen hat.

Antwort zu Punkt 10 der Anfrage:

Im Rahmen des After-Care-Programmes unterstützt die ABA bereits in Österreich ansässige ausländische Unternehmen bei der Expansion.

Des Weiteren gibt es über die Landesgesellschaften eine enge Zusammenarbeit mit den einzelnen Clustern und eine laufende Abstimmung über Marketingmaßnahmen. Auf diese Art fließen strategische Überlegungen zur Clusterstärkung in die laufende Arbeit der ABA ein.

Antwort zu Punkt 11 der Anfrage:

Im Zeitraum 2000 bis 2003 wurden neun Projekte im Bereich Auto-Cluster, 13 Projekte im Bereich Biotech-Cluster, ein Projekt im Bereich Holz-Cluster und zwei Projekte im Bereich Werkstoff-Cluster realisiert.

Geplante Aktivitäten fokussieren sich auf den Automobil- und Biotech-Cluster. Der Holz-Cluster ist nicht Schwerpunkt der ABA-Akquisitionstätigkeit im Ausland. Aktivitäten im Bereich Werkstoff-Cluster werden teilweise durch Marketingmaßnahmen im Bereich Maschinenbau und Kunststofftechnik abgedeckt.

Antwort zu Punkt 12 der Anfrage:

Das Ziel der Akquisitionstätigkeit der ABA ist es, „einen Beitrag zur Modernisierung und Verbesserung der österreichischen Wirtschaftsstruktur“ zu leisten und den „Technologietransfer nach Österreich“ zu unterstützen. Dies kann durchaus auch über im Wettbewerb stehende Unternehmen erfolgen.

Antwort zu Punkt 14 der Anfrage:

| Länder | 2000 bis 2003 |
|---------------------|----------------------|
| Australien | 2 |
| Bahamas | 1 |
| Belgien | 4 |
| Bosnien-Herzegowina | 1 |
| China | 1 |
| Dänemark | 2 |
| Deutschland | 158 |
| Finnland | 1 |
| Frankreich | 13 |
| Großbritannien | 16 |
| Hongkong | 1 |
| Indien | 3 |
| Israel | 3 |
| Italien | 21 |
| Japan | 16 |
| Kanada | 4 |
| Korea | 2 |
| Kroatien | 1 |
| Luxemburg | 2 |
| Malta | 1 |
| Mazedonien | 1 |
| Niederlande | 12 |
| Norwegen | 3 |
| Polen | 6 |
| Rumänien | 2 |
| Russland | 1 |
| Schweden | 7 |
| Schweiz | 43 |
| Singapur | 1 |
| Slowakei | 6 |
| Slowenien | 7 |
| Spanien | 2 |
| Taiwan | 8 |

| Länder | 2000 bis 2003 |
|-----------------------|---------------|
| Tschechische Republik | 5 |
| Türkei | 3 |
| Ungarn | 1 |
| USA | 36 |
| Weissrussland | 1 |

Antwort zu Punkt 15 der Anfrage:

| Branchen | 2000 bis 2003 |
|--------------------------------------|---------------|
| IT-Sektor | 88 |
| Telekommunikation | 11 |
| Elektro/Elektronik | 16 |
| Metallbereich | 14 |
| Finanz- und Immobiliendienstleistung | 3 |
| Pharma- und Biotechbereich | 6 |
| Consulting- bzw. Logistikbranche | 5 |

Antwort zu Punkt 16 der Anfrage:

Im angefragten Zeitraum 2000 bis 2003 waren von den 408 realisierten Projekten 56 Erweiterungsinvestitionen.

Antwort zu Punkt 17 der Anfrage:

Die folgenden Zahlen beziehen sich auf jeweils zum Stichtag 31.12. aktiv bearbeitete und über das Gesamtjahr realisierte Projekte.

| | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 |
|----------------------------|------|------|------|------|
| Aktiv bearbeitete Projekte | 431 | 265 | 312 | 280 |
| Realisierte Projekte | 132 | 120 | 74 | 82 |

Antwort zu Punkt 18 der Anfrage:

2000: 295

2001: 315

2002: 170

2003: 198

Antwort zu Punkt 18a der Anfrage:

Diese Statistik wird nicht geführt und wäre auch methodisch schwer fassbar, da die Kunden der ABA nicht verpflichtet sind, ihre Motive für die Ansiedlung in Österreich zu nennen.

Antwort zu Punkt 18b der Anfrage:

Diese sind bei jedem Projekt unterschiedlich. Dazu zählen die Entwicklung neuen Marktpotentials, qualifizierte Mitarbeiter, gute Infrastruktur, Stabilität, Berechenbarkeit und Sicherheit und Nähe zu Osteuropa.

Antwort zu Punkt 18c der Anfrage:

Zu Motiven für die Ablehnung eines Standortes zählten z.B. Kleinheit des Marktes, hohe Arbeitskosten, keine englischsprachige Bevölkerung, Schwierigkeiten in der Finanzierung und restriktives Arbeitszeitrecht.

Antwort zu Punkt 19 der Anfrage:

Die ABA ist grundsätzlich bestrebt, die von ihr akquirierten Projekte gemeinsam mit den Bundesländergesellschaften abzuwickeln. Bei etwa 50 % bis 60 % der Projekte erfolgt daher eine gemeinsame Betreuung.

Antwort zu Punkt 20 der Anfrage:

Die ABA war bei Expansionsprojekten von VW, Toyota, PSA (Citroen/Peugeot) und Hyundai/KIA eingebunden und hat gemeinsam mit Bundesländer-Gesellschaften Standortvorschläge präsentiert.

Antwort zu Punkt 21 der Anfrage:

Mit ihrem After-Care-Programm ist die ABA bemüht, rechtzeitig möglichen Absiedlungen im Vorfeld entgegenzuwirken.

Antwort zu Punkt 22 der Anfrage:

Für das Jahr 2000 wurden für den Personalaufwand 36,10 %, für den Sachaufwand 38,60 %, für die Werbung 15,57 %, für den Reiseaufwand 3,72 % und für den Büroaufwand 6,01 % der Finanzmittel aufgewendet.

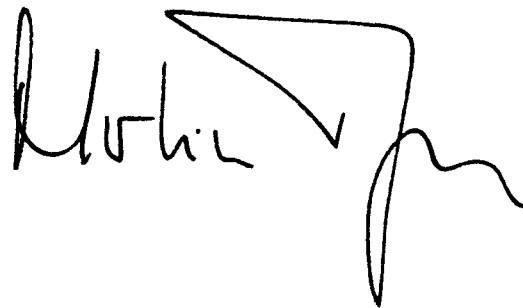
Für das Jahr 2001 wurden für den Personalaufwand 27,46 %, für den Sachaufwand 39,56 %, für die Werbung 22,67 %, für den Reiseaufwand 4,51 % und für den Büroaufwand 4,81 % der Finanzmittel aufgewendet.

Für das Jahr 2002 wurden für den Personalaufwand 26,69 %, für den Sachaufwand 47,78 %, für die Werbung 15,70 %, für den Reiseaufwand 5,20 % und für den Büroaufwand 4,63 % der Finanzmittel aufgewendet.

Für das Jahr 2003 wurden für den Personalaufwand 30 %, für den Sachaufwand 36 %, für die Werbung 23,10 %, für den Reiseaufwand 6,30 % und für den Büroaufwand 4,60 % der Finanzmittel aufgewendet.

Antwort zu Punkt 23 der Anfrage:

Es ist davon auszugehen, dass eine Budgeterhöhung ceteris paribus auch eine Ergebnissteigerung bewirken könnte.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Kobler' followed by a stylized flourish.