
1298/AB XXIII. GP

Eingelangt am 06.09.2007

Dieser Text wurde elektronisch übermittelt. Abweichungen vom Original sind möglich.

BM für Landesverteidigung

Anfragebeantwortung



Mag. Norbert DARABOS
BUNDESMINISTER FÜR LANDESVERTEIDIGUNG

S91143/107-PMVD/2007

1090 WIEN
Roßauer Lände 1
norbert.darabos@bmlv.gv.at

4. September 2007

Frau

Präsidentin des Nationalrates

P a r l a m e n t

1 0 1 7 W i e n

Die Abgeordneten zum Nationalrat Dr. Fichtenbauer, Kolleginnen und Kollegen haben am 6. Juli 2007 unter der Nr. 1319/J an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend "Bundesheerreform, Projekte und Projektkosten" gerichtet. Diese Anfrage beantworte ich wie folgt:

Zu 1 bis 4:

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass das primäre Ziel der Reform ÖBH 2010 nicht in einer Kosteneinsparung im Österreichischen Bundesheer liegt, sondern vielmehr in der Umstellung des Bundesheeres, um den künftigen Aufgaben der nationalen und internationalen Sicherheits- und Verteidigungspolitik gerecht werden zu können. Für die Planung und Steuerung dieser Reform wurde am 15. Juli 2004 die Projektorganisation „Management ÖBH 2010“ ins Leben gerufen, die im Wesentlichen aus der Gruppe Konzeptplanung und den Abteilungen Militärstrategie sowie Betriebswirtschaft und Finanzmanagement gebildet

wurde. Eine eigene Projektkostenrechnung wurde – bedingt durch die zum großen Teil lediglich organisationsändernden Maßnahmen – nicht eingeführt.

Unabhängig davon erfolgt zum Zwecke des Leistungscontrollings im „Management ÖBH 2010“ eine projektbezogene Zeiterfassung (siehe dazu die nachstehende Aufschlüsselung in Projektarbeitsstunden samt den darin enthaltenen Anteil an Mehrdienstleistungen):

	Juni 2004 - Juni 2005	Juli 2005 - Dez 2005	2006	2007 aliquot	Summen
Projektarbeit in Arbeitsstunden	127.304	78.626	172.805	63.690	442.425
davon MDL	17.914	11.158	23.771	6.504	59.347

Darüber hinaus schlagen sich finanzielle Auswirkungen der Reform ÖBH 2010 sowohl im Personal- als auch im Sachaufwand des Budgets des Bundesministeriums für Landesverteidigung nieder; ich darf dazu auf die Bundesvoranschläge für die Jahre 2007 und 2008 verweisen.

Zu 5 und 6:

Wie bereits erwähnt, wurde das Projektmanagement „ÖBH 2010“ im Wesentlichen aus bereits bestehenden Organisationselementen gebildet, wodurch sich grundsätzlich keine Mehrkosten ergaben. Zusätzlich wurden sieben Projektarbeitsplätze eingerichtet, von denen zwischen vier und sechs gleichzeitig besetzt sind. Die Personalkosten hiefür betrugen seit 2004 insgesamt 1.303.013,49 Euro, wobei diese aus den GesamtbruttoBezügen und den vom Dienstgeber zu entrichtenden Beiträgen ermittelt wurden. (Es sind darin alle Mehrdienstleistungen, aber keine Reiseabrechnungen enthalten.)

Zu 7:

Ja, beim Teilprojekt „Workshop Corporate Identity“ haben auch vier Schweizer Eidgenossen mitgewirkt.

Zu 8 und 9:

Das Projekt zur Entwicklung einer Corporate Identity des Österreichischen Bundesheeres wurde damals als Begleitmaßnahme der Öffentlichkeitsarbeit zur Reform „Bundesheer 2010“ gestartet. Damit soll erreicht werden, dass sich Soldatinnen, Soldaten, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Ressorts mit „ihrem“ Bundesheer identifizieren und als Multiplikatoren dieses Gefühl der Einigkeit, der Stärke und des Einsatzwillens nach außen

tragen. Bisher wurden mehr als 1.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in diesem Programm direkt informiert.

Zu 10:

Für das Projekt ist der Leiter der Abteilung „Corporate Identity und Kommunikationsstrategie“ im Bundesministerium für Landesverteidigung verantwortlich.

Zu 11:

Als Ergebnis wird der – wissenschaftlich belegte – Effekt einer Corporate Identity angestrebt, dass nämlich insgesamt weniger Krankenstände, eine geringere Fluktuation der Mitarbeiter und eine höhere Bereitschaft zu „Mehrleistungen“ zu verzeichnen sein werden. Nach dem Stand der Forschung und Lehre wirkt eine gestärkte Persönlichkeit des Arbeitgebers zudem auch auf die Nachwuchsfindung von Arbeitskräften, indem mit der besseren Profilierung des Arbeitgebers am Arbeitsmarkt auch Attraktivität der angebotenen Arbeitsplätze und Qualität der Stellenbewerber steigen.

Zu 12 und 17:

Da es für ein derartiges Projekt weder national noch international praktische Erfahrungswerte gibt, muss die Projektplanung schrittweise erfolgen und von den eigenen Erfahrungen abhängig gemacht werden. Die Arbeit erfolgt in derzeit zwölf Teilprojekten, bei denen unterschiedliche interne und externe Zielgruppen über die Unternehmenspersönlichkeit des Bundesheeres informiert werden bzw. aktiv an der Gestaltung mitarbeiten. Obwohl die Bildung einer Unternehmenspersönlichkeit grundsätzlich nie als endgültig abgeschlossen betrachtet werden kann, wurde für dieses Projekt festgelegt, die erste Phase der Umsetzung nach 30 bis 36 Monaten abzuschließen. Ziel für 2008 ist es, die bestehenden Leitbilder der Zentralstelle und des Bundesheeres zusammenzuführen. Bis 2009 sollte es möglich sein, dass sich alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit ihrer Organisation, ihrem (neuen) Verband und ihrem Bundesheer identifizieren.

Zu 13:

Bereits in der Planungsphase des Projektes zeigte sich, dass die Schweizer Armee bereits besondere Kenntnisse über theoretische Grundlagen hinsichtlich der Gestaltung und Pflege ihrer Unternehmenspersönlichkeit (Corporate Identity) erworben hat. Für die praktische Umsetzung des Projektes im Österreichischen Bundesheer wurde deshalb damals beurteilt, dass dieser Wissensvorsprung der Schweiz im Teilprojekt „Workshops“ zu nutzen wäre.

Zu 14:

Seit dem Jahr 2005 wurden für externe Leistungen im Rahmen des Projektes rund 200.000 Euro aufgewendet.

Zu 15 und 16:

Aus der Komplexität des Vorhabens und der Vielfalt der benötigten Komponenten (z.B. empirische Erhebungen zur Statusfeststellung etc.) wurde damals beurteilt, dass externe Leistungen in Anspruch genommen werden, solange diese sachlich gerechtfertigt sind.

Zu 18:

Im Rahmen von empirischen Erhebungen zum Image des Österreichischen Bundesheeres in der Bevölkerung und unter Soldatinnen, Soldaten, Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Ressorts wurde ein Imageprofil festgestellt. Für die Erfolgsfeststellung ist sowohl die Form des Profils als auch die Verbesserung in den Werten maßgeblich.

Zu 19:

Alle Aufträge wurden nach den geltenden haushaltsrechtlichen Vorschriften vergeben.

Zu 20 und 21:

Dazu verweise ich auf meine vorstehenden Ausführungen, insbesondere in Beantwortung der Fragen 8, 9, 11, 12 und 17.