

XXIII. GP.-NR

1672 IJ

19. Okt. 2007

ANFRAGE

der Abgeordneten Josef Bucher und Kollegen
an den Bundesminister für Wirtschaft und Arbeit
betreffend „ÖVP Tourismusverantwortliche werfen sich gegenseitiges Versagen vor“

Liest man ein in der Wochenzeitung NEWS erschienenenes Interview mit dem ÖVP Tourismussprecher Obernosterer wird einmal mehr klar, warum die Tourismuswirtschaft sich von der Politik nichts erwarten darf. Da kritisiert ein jahrelanger Eigentümervertreter und Kammerfunktionär die Arbeit der eigenen Österreich Werbung hinsichtlich Kostenbewusstsein und Effizienz. Nicht nur, dass seit Generationen die ÖVP für den Tourismus in unserem Land verantwortlich ist, und sich BM Bartenstein die Österreich Werbung mit der schwarzen Wirtschaftskammer „teilt“, wird jetzt auch noch durch schwache Argumente eine Budgetaufstockung um 10 Mio EUR ab 2009 verhindert. Treffender kann man das Quertreiben des ÖVP Tourismussprechers nicht zusammenfassen, wie das der Chefredakteur der TAI Herr Günther Greul in der Ausgabe am 27.07.07 treffend titelte; „Soll das Politik sein?“.

In der letzten Tourismusausschusssitzung wurde als Schwerpunkt die Arbeit der Österreich Werbung behandelt, wo – im Gegensatz zu oben erwähnter Stellungnahme Obernosterers - kein Wort über mangelnde Effizienz beim Einsatz der Budgetmittel verloren wurde.

Nicht zuletzt im Sinne einer auch im Interesse der Steuerzahlerinnen und Steuerzahler gelegenen Aufklärung über die tatsächliche Situation der von der ÖVP kritisierten Österreich Werbung richten die unterfertigten Abgeordneten an den Herrn Bundesminister für Wirtschaft und Arbeit nachstehende

ANFRAGE

1. Was werden Sie unternehmen, damit die derzeitigen Mittel für die Österreich Werbung optimal eingesetzt werden können, wie es Herr Obernosterer fordert?
2. Ist es richtig, dass Mängel in der Kooperation mit den Ländern bestehen? Wenn ja, um welche Bundesländer handelt es sich dabei?
3. Das Budgeteinsparungsvolumen aufgrund von Doppel- und Dreifachgleisigkeiten wird von „Experten“ Obernosterer mit 10 % angegeben. Seit wann kommt es zu diesen Mehrgleisigkeiten und mit welchen Maßnahmen werden Sie dafür sorgen, dass diese beseitigt werden?
4. Da Herr Obernosterer ein hochrangiger Funktionär der Wirtschaftskammer Österreich ist und somit Einblick in die Agenden der ÖW hat, müssen Einsparungspotentiale auf irgendeinem Weg errechnet worden sein. Zitat: "Durch bessere Koordination könnte man locker 10% einsparen". Wie setzt sich dieser Einsparungsprozentsatz zusammen?

5. Laut Interview Obernosterer gibt es Mängel in der Bewerbung um den Inlandsgast. Wenn es Mängel gibt und man die Mängel kennt, warum wird nichts dagegen unternommen?

6. Zitat Obernosterer: "Wir müssen uns besser verkaufen. Das Produkt an sich ist toll". Dieser Satz stellt der Hotellerie ein gutes Zeugnis aus jedoch wird der Österreich Werbung in der Vermarktung die Kompetenz abgesprochen. Warum verkauft die Österreich Werbung ein an sich gutes Produkt so schlecht?

7. Seit Generationen ist die ÖVP für die Tourismuspolitik in unserem Land zuständig. Sie als Präsident der Österreich Werbung mit Ihren Parteikollegen aus der Wirtschaftskammer bestimmen den Kurs, die Geschäftsführung und die Ziele des Unternehmens ÖW. Warum erkennt man erst jetzt die Defizite? (Zitat Obernosterer)

8. Ihr Tourismussprecher kritisiert weiters die Bewerbung der EURO 08, wonach kein Bundesland mit der ÖW zusammenarbeiten wollte. Warum ist dieser Umstand eingetreten?

9. Warum „tingeln“ lt. ÖVP Tourismussprecher alle durch die gleichen Länder (gemeint sind Märkte) und geben Geld aus?

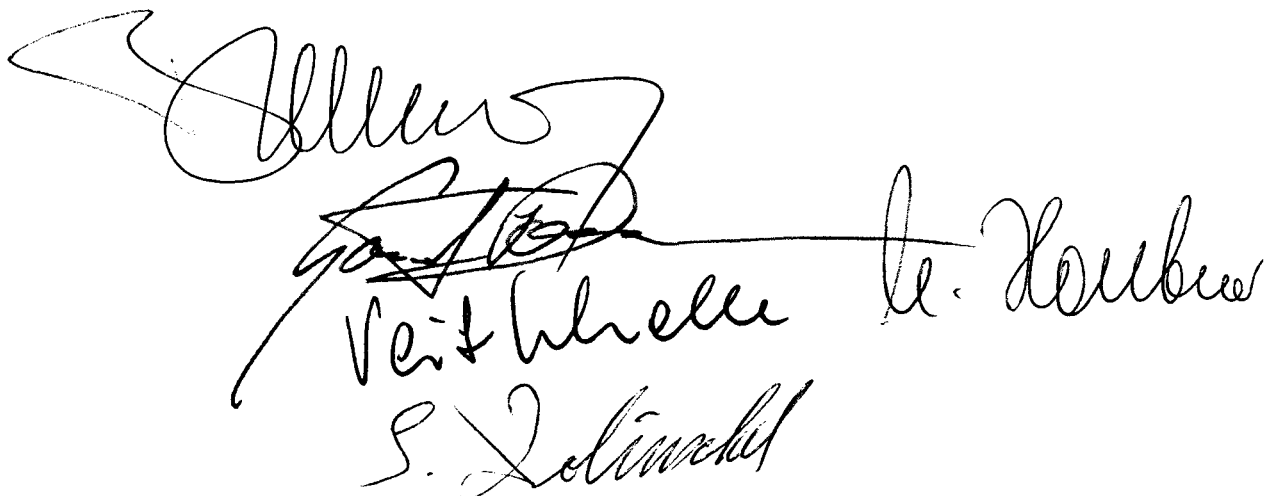
10. Ist Ihr Vertrauen in die Geschäftsführung der Österreich Werbung angesichts der Kritik aus den eigenen Reihen noch aufrecht?

11. Wenn nicht - würde ein ständiger Wechsel der Unternehmensführung und der Strategien, den Österreichischen Tourismus nicht destabilisieren?

13. Wie hoch sind die isolierten Ausgaben der Österreich Werbung für die EURO 08 und in welchen Tranchen werden diese zur Überweisung gebracht?

14. Halten Sie eine Aufstockung der ÖW-Mittel um EUR 10 Mio. ab dem Geschäftsjahr 2009 für sinnvoll? Wenn ja, welche Maßnahmen werden Sie ergreifen, um dieses Ziel zu erreichen?

15. Das Budget der Österreich Werbung ist im Vergleich zu den internationalen Mitbewerbern eher gering. Wie wollen Sie sicherstellen, dass das Tourismusland Österreich nicht weiter Marktanteile verliert, und die ÖW ihren Arbeitsauftrag auf Zukunft finanzieren kann?


Verkehrliche
S. Schindler