

Präsidentin des Nationalrates  
Doris Bures  
Parlament  
1017 Wien

Wien, am 26. August 2015

Geschäftszahl (GZ): BMWFW-10.101/0506-IM/a/2015

- In Beantwortung der schriftlichen parlamentarischen Anfrage Nr. 5764/J betreffend "Plakatkampagne auf Flughäfen", welche die Abgeordneten Sigrid Maurer, Kolleginnen und Kollegen am 26. Juni 2015 an mich richteten, stelle ich fest:

**Antwort zu den Punkten 1, 6 und 8 der Anfrage:**

Die Marketing- und Kommunikationskampagne "Forschungsplatz Österreich", deren erste Phase im September 2007 begonnen hat, hat sich zum Ziel gesetzt, Österreich im Ausland stärker als attraktiven Standort für innovative Unternehmen und Forscher zu positionieren und internationale, F&E-treibende Unternehmen nach Österreich zu holen.

- Die in der Anfrage angesprochene Plakatkampagne ist Teil der Phase IV dieser Kampagne. Als solche ist sie lediglich ein Teil des integrierten Kommunikations- und Marketingkonzeptes "Forschungsplatz Österreich" und beschränkt sich auf den Flughafen Wien-Schwechat. Acht Citylights-Plakate im Inneren des Flughafengeländes (Gate F) mit vier deutschen und vier englischen Sujets und ein Außenwerbungs-Plakat an der Ausfahrt Flughafen Wien-Schwechat sollen ausländische Geschäftsleute, die in Wien ankommen oder von dort abreisen, mit den Botschaften der Kampagne ansprechen.

Folgende vorab definierte Detailziele liegen der Kampagne "Forschungsplatz Österreich" zugrunde:

### Marketingziele

- Mehr Gelder internationaler Unternehmen für F&E Aufträge ins Land holen
- Leitbetriebe/Leading Competence Units (LCUs) anlocken, die auf Grund ihrer internationalen Strukturen das Umfeld für innovative Entwicklungen schaffen
- Technologietransfer nach Österreich fördern, damit mehr geforscht wird

### Kommunikationsziele

- Österreich international im Bewusstsein der Zielgruppen als attraktiven, F&E- und innovationsfreundlichen Standort für innovative Firmen und Forscher stärker verankern
- Innovation, Forschung & Entwicklung als österreichischen Wettbewerbsvorteil konkret nachvollziehbar machen
- Die Attraktivität des F&E Standortes Österreich für Forscher aus aller Welt sichtbar machen
- Österreich als Brückenkopf zu den CEE-Märkten mit großem Aufholbedarf in innovationsstarken Branchen noch stärker ins Bewusstsein rücken

### **Antwort zu den Punkten 2 und 3 der Anfrage:**

Die Zielerreichung der Kampagne "Forschungsplatz Österreich" wurde von Phase I bis Phase III und wird auch in der derzeit laufenden Phase IV beurteilt durch:

a) folgende vertraglich festgelegte quantitative Ziele:

- Anzahl der neuen F&E –relevanten Investitionen im Kampagnenzeitraum
- Anzahl aktiver von der ABA-Invest in Austria betreuter, laufender Investitionsprojekte im Kampagnenzeitraum
- Zahl der internationalen Medienberichte in den Zielmärkten der Kampagne über den Forschungsplatz Österreich
- Direkte Unternehmensgespräche mit in Österreich präsenten F&E Einrichtungen ausländischer Unternehmen

Für die derzeit laufende Phase IV der Kampagne sind das 25 neue F&E-relevante Investitionen, 65 aktiv von der ABA betreute, laufende Investitionsprojekte, 115 internationale Medienberichte und 20 direkte Unternehmensgespräche.

Insgesamt wurden für die Phasen I - III in der Zeit von September 2007 bis Ende 2014 vorab folgende Ziele gesetzt: 77 neue F&E-relevante Investitionen, 195 aktiv von der ABA betreute, laufende Investitionsprojekte, 335 internationale Medienberichte und 25 direkte Unternehmensgespräche.

Diese Ziele wurden für die Phasen I - III folgendermaßen übertroffen: 99 neue F&E-relevante Investitionen, 270 aktiv von ABA betreute, laufende Investitionsprojekte, 485 internationale Medienberichte und 56 direkte Unternehmensgespräche.

Insgesamt wurden dabei € 347,62 Mio. investiert und 1.810 neue Arbeitsplätze geschaffen.

b) externe Evaluierungen:

Die bisher abgeschlossenen Phasen I bis III der Kampagne "Forschungsplatz Österreich" wurden mehrfach extern evaluiert, zuletzt nach Abschluss von Phase III durch Pöchhacker Consulting und IMAS sowie durch eine Berechnung der volkswirtschaftlichen Effekte der "Internationalen Kommunikationskampagne Forschungsplatz Österreich" von o.Univ.-Prof. Dr. DDr. h.c. Friedrich Schneider, Institut für Volkswirtschaftslehre, Johannes Kepler Universität Linz.

Evaluierung Pöchhacker Innovation Consulting und IMAS, Dezember 2013

Gemäß der Befragung der angesiedelten Unternehmen mit F&E-relevanten Projekten im Rahmen der Motivforschung von IMAS (2013) gaben 46 % der Befragten an, dass die Kampagne zur Bewerbung des Forschungsstandorts Österreich sowie die Betreuungsaktivitäten der ABA generell eine wichtige bzw. gewisse Rolle für die Investitionsentscheidung zugunsten Österreichs eingenommen hat.

Ein Vorher-Nachher-Vergleich der während der Kampagne und der zuvor realisierten F&E-Ansiedlungsprojekte sowie der Vergleich der F&E-relevanten Ansiedlungsprojekte mit allen von der ABA realisierten Ansiedlungsprojekten zeigt ebenfalls eine positive Wirkung der Kampagne, die vor allem in Kontext der inter-

nationalen Finanz- und Wirtschaftskrise 2008/2009 – die voll durchschlug, als die Kampagne startete – zu sehen ist.

Im Rahmen der Evaluierung wurde mit einer Vielzahl an Stakeholdern (12 Vertreterinnen und Vertreter von Betriebsansiedlungsagenturen der Bundesländer; sieben Vertreterinnen und Vertreter von Bundesorganisationen, die im Steering Committee zur Kampagne vertreten sind; sieben Wirtschaftsdelegierte in den Zielmärkten) Interviews zur internationalen Kommunikationskampagne "Forschungsplatz Österreich" geführt. Alle Befragten sprachen sich für eine Weiterführung der Kampagne aus und gaben an, im Falle einer Fortführung wieder mit der ABA in der Umsetzung der Kampagne kooperieren zu wollen. Auf Basis der Ergebnisse kann konstatiert werden, dass den Kosten der Kampagne "Forschungsplatz Österreich" ein hoher Output (z.B. Pressearbeit, Werbeschaltungen, Messebesuche, Investorenveranstaltungen), ein hohes Outcome (z.B. Artikel, Unternehmenskontakte, aktive Projekte) und ein hoher Impact gegenüberstehen. Aus Sicht der Evaluatorinnen und Evaluatoren liegt daher grundsätzlich ein positives Kosten-Nutzen-Verhältnis zur internationalen Kommunikationskampagne "Forschungsplatz Österreich" vor, und eine Weiterführung wird ausdrücklich empfohlen.

#### Berechnungen der volkswirtschaftlichen Effekte der "Internationalen Kommunikationskampagne Forschungsplatz Österreich" 2008 bis 2013

Berechnungen der volkswirtschaftlichen Effekte der "Internationalen Kommunikationskampagnen Forschungsplatz Österreich" im Zeitraum 2008 bis 2013 wurden von o.Univ.-Prof. Dr. DDr. h.c. Friedrich Schneider, Institut für Volkswirtschaftslehre, Johannes Kepler Universität Linz, durchgeführt. Dieser stellt fest: "Ich kenne kaum einen Einsatz von öffentlichen Steuergeldern, wo mit so wenig Mitteln ein so hoher volkswirtschaftlicher Nutzen entstanden ist!"

Auch die weiteren Evaluierungen zur Kampagne "Forschungsplatz Österreich" seit Beginn der Kampagne Phase I, durchgeführt von Kreutzer, Fischer & Partner in den Zeiträumen November/Dezember 2007, November/Dezember 2008, und Jänner/Februar 2010, enthielten durchwegs positive Einschätzungen.

**Antwort zu Punkt 4 der Anfrage:**

Die Bedeckung ist in der UG 33 gegeben.

**Antwort zu Punkt 5 der Anfrage:**

## Marketing

- Investorenseminare für potenzielle ausländische Investoren in den Zielländern
- Direct Marketing an potenzielle ausländische Investoren in den Zielländern
- Ansprache internationaler Unternehmen, die bereits in Österreich präsent sind
- Internationale Messeteilnahmen
- Lead Generation in allen Zielmärkten, um Termine mit potentiell anzusiedelnden forschenden internationalen Unternehmen zu organisieren

## PR

- Kooperation mit der Austria Presse Agentur (APA)
- Journalistenreisen ausländischer Journalisten zum Forschungsplatz Österreich
- Journalisteneinzelreisen hochkarätiger ausländischer Journalisten zum Forschungsplatz Österreich
- Anlassbezogene Medienarbeit: Presseaussendungen zu Fallbeispielen
- Online-Newsletter zu aktuellen Errungenschaften/Erfolgen im F&E Bereich an rund 10.000 Abonnenten;
- Personalisierung Forschungsplatz Österreich - Einzelinterviews von Vertretern des Innovationsstandortes Österreich, Botschafter für den Forschungsplatz Österreich
- Ausgewählte Case Studies/Testimonials, d.h. Contentbeschaffung über Vorzeigeunternehmen im Bereich Innovation und F&E
- Aktualisierung und Erweiterung der Website "Innovationsstandort Österreich" im Rahmen des ABA-Webauftritts
- Aktualisierung der Image- und Informationsbroschüren zu den Schwerpunktbranchen

### Werbung und Advertorials

- Werbung und Advertorials in Wirtschaftszeitungen und -magazinen Print/online wie z.B. "Wirtschaftswoche" sowie in Fachmedien im Bereich Innovation, F&E und Wissenschaft
- Produktion Imagevideo Forschungsplatz Österreich mit dem Ziel, dieses online, auf Messeauftritten und bei Präsentationen, zu verwenden

### **Antwort zu Punkt 7 der Anfrage:**

Die Kosten der Plakatkampagne belaufen sich auf insgesamt € 39.686,40 brutto.

### **Antwort zu den Punkten 9 und 10 der Anfrage:**

Dazu ist auf den Schaltplan für Print- und Onlineinserate der Kampagne "Forschungsplatz Österreich", Phase IV, in der Anlage zu verweisen.

### **Antwort zu Punkt 11 der Anfrage:**

Im Rahmen von "Forschungsplatz Österreich", Phase IV, werden keine Merchandise-Artikel produziert.

### **Antwort zu Punkt 12 der Anfrage:**

Es gibt keine eigene zur Kampagne gehörende Webseite, allerdings wurde auf der ABA-Homepage ein Bereich "Forschung und Entwicklung" eingerichtet. Dort sind auch Forschungsnews aus dem Newsfeed der APA zu finden.

**Antwort zu den Punkten 13 und 14 der Anfrage:**

Phase IV der Kampagne "Forschungsplatz Österreich" läuft von Juli 2014 bis Ende März 2016, bis dato wurden € 782.993 ausgegeben, insgesamt sind dafür Kosten in Höhe von rund € 1,8 Mio. geplant. Die geplanten Kosten für die Phasen I bis IV betragen insgesamt € 7,04 Mio.

**Anlage**

Dr. Reinhold Mitterlehner

	Unterzeichner	Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft
	Datum/Zeit	2015-08-26T10:17:32+02:00
	Aussteller-Zertifikat	CN=a-sign-corporate-light-02,OU=a-sign-corporate-light-02,O=A-Trust Ges. f. Sicherheitssysteme im elektr. Datenverkehr GmbH,C=AT
	Serien-Nr.	1184203
	Hinweis	Dieses Dokument wurde amtssigniert.
	Prüfinformation	Informationen zur Prüfung der elektronischen Signatur finden Sie unter: <a href="https://www.signaturpruefung.gv.at/">https://www.signaturpruefung.gv.at/</a> . Die Bildmarke und Hinweise zur Verifikation eines Papierausdrucks sind auf <a href="https://www.bmfwf.gv.at/amtssignatur">https://www.bmfwf.gv.at/amtssignatur</a> oder <a href="http://www.help.gv.at/">http://www.help.gv.at/</a> veröffentlicht.
Signaturwert	ZeqGwy9Mozk/6MM+b9vN16g1ClqWqrXSlr4YWCrGaiVZlsmRRc89AXxKuUGhrcOLDd2/5jhaf1jymdmcgO1o2MyPQlbup43XMPaB0oLHFBZPb1NdlvSoTx0ho6nOqlzf3TdQ3LsH7376DUmMvT3KJCljBzXeun+Cnwlel8Hnc+Jc7ThW34i3rtVUL+7lbgHWm6MppPLkVG1Z8LM+ul9ZGzE7Hyo10Xq2CqVgLjTLRpzwi6aP6o+29k9fG86xE84tnwQ+tipi7Qf++js4Zl+UKiCjt9GaXEkw8FpfBPnezsZZ45+YD0oadiqBImzTDIb+vjtVOXntXx40f0d53g==	

