

2939/J XXV. GP

Eingelangt am 29.10.2014

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

Anfrage

der Abgeordneten Dr.in Gabriela Moser, Freundinnen und Freunde an den Bundesminister für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft

betreffend Nation Brand Agentur

Mit einem Ministerratsvortrag der vier beteiligten Ministerien am 13.8.2013 zum Marke Österreich-Projekt ("Nation Brand Austria – Competitive Identity") wurden unter anderem auch Details dazu festgelegt, wie die immerhin rund 740.000 Euro teuren Arbeiten des britischen Branding-Beraters Simon Anholt konkret nutzbar gemacht und in einen längerfristigen Prozess samt entsprechender Struktur übergeleitet werden sollen. BMWFJ, BKA, BMEIA und BMVIT stellten dabei unter anderem die Einrichtung einer „Nation Brand Agency“ mit entsprechender Basisfinanzierung in den Raum.

Nachdem das Thema in der unmittelbaren Vorwahlphase somit prominenten Stellenwert erhielt, fand es auch in das Regierungsprogramm 2013-2018 der aktuell amtierenden Bundesregierung Aufnahme. Konkret wird folgende Maßnahme angekündigt: „Einrichtung einer Nation Brand Agency im Wirtschaftsministerium zur Bildung einer »Marke Österreich«.“

Auch das Bundesfinanzgesetz 2014 - BFG 2014 enthält als Maßnahme zur Erreichung des Wirkungsziels 3 „Stärkung der österreichischen Außenwirtschaft“ unter anderem „Bemühungen um verstärkte positive Wahrnehmung Österreichs im Ausland durch die Errichtung einer Nation Brand Agentur (...).“ Als Meilenstein für 2014 wird dazu im Gesetz angeführt: „Inkrafttreten des Gesetzes zur Einrichtung einer Nation Brand Agentur.“

Das Bundesfinanzgesetz 2015 - BFG 2015 skizziert den weiteren Verlauf dieses Weges – so enthält es als Maßnahme zur Erreichung des Wirkungsziels 3 „Stärkung der österreichischen Außenwirtschaft“ unter anderem „Stärkung eines einheitlichen Außenauftritts Österreichs z.B.: durch Einrichtung einer Nation Brand Agentur zur Bildung und Etablierung einer „Marke Österreich“, und als Meilenstein 2015 für die Nation Brand Agentur wird der „Abschluss erster operativer Projekte der Nation Brand Agentur“ festgehalten.

Nachdem Kosten, Inhalte und Neuigkeitswert der bisherigen Arbeiten medienöffentlich wiederholt mit einiger Häme bedacht wurden – vgl. die Berichterstattung in „profil“ oder „t.a.i.“ –, ist es nun allerdings plötzlich still um das Thema geworden.

Im Februar 2014 hieß es noch (Zitat BM Reinhold Mitterlehner im ORF-Radio):

"Wir haben da einen Bericht vorgelegt, und der Bericht hat die entsprechende Genehmigung im Regierungsprogramm erhalten, und jetzt werden wir die Umsetzung machen. Ich brauche ja auch eine finanzielle Dotierung und eine Grundlage, was den rechtlichen Rahmen anbelangt. Das machen wir gerade." (...) Dafür werde man aber bald Ergebnisse sehen, so der Minister: "Jetzt in diesem Jahr. Ich sehe nicht einmal einen zeitlichen Verzug, sondern eine ziemlich genaue und zeitgerechte Umsetzung."

Was auch immer in den letzten neun Monaten und davor „gerade gemacht“ wurde: Nunmehr sind sämtliche einschlägige Links auf der Homepage des nunmehrigen BMWFW stillgelegt, auch der Ministerratsvortrag, der bereits einigermaßen detailliert auf das Vorhaben, zB auf die Kosten der geplanten Agentur einging, ist nur mehr auf Umwegen öffentlich auffind- und einsehbar.

Ob die innovativeren Vorschläge aus dem Anholt-Produkt die Auftraggeber überfordern, die consulter-mainstreamigen Vorschläge den Auftraggebern peinlich sind oder die Pläne für eine eigene solide budgetierte und personell ausgestattete Agentur für dieses Thema doch noch als etwas überdimensioniert und unzeitgemäß erkannt wurden, ist bislang unbekannt.

Die unterfertigenden Abgeordneten stellen daher folgende

ANFRAGE

- 1) Welche Ressorts haben das Nation-Brand-Projekt mit Simon Anholt in den Jahren 2011, 2012 und 2013 jeweils aus welchen Titeln und in welchem Umfang finanziert?
- 2) Sind im Zusammenhang mit diesem Projekt in den Jahren 2011, 2012 und 2013 zusätzliche Kosten für weitere externe Beratungsleistungen entstanden, wenn ja welche und von wem wurden die entsprechenden Leistungen geliefert?
- 3) Von welchen Kosten gehen Sie a) für die Nation Brand Agentur, b) sonstige Maßnahmen zum Projekt „Nation Brand“ in den Jahren 2014 bis 2018 jährlich jeweils aus?
- 4) Welche Ressorts werden diese Mittel jeweils beisteuern? Bitte um jahresweise Darstellung im Einzelnen.
- 5) Welche personellen Weichenstellungen im Zusammenhang mit der Nation Brand Agentur sind a) bereits erfolgt, b) in Vorbereitung für welchen Zeitpunkt?
- 6) Können Sie ausschließen, dass bei der Postenbesetzung einer künftigen Nation Brand Agentur KabinettsmitarbeiterInnen des früheren BMWFJ oder des derzeitigen BMWFW zum Zug kommen?
- 7) Welche Ergebnisse des Nation Brand Projekts „jetzt in diesem Jahr“ 2014 (BM Mitterlehner, ORF-Mittagsjournal 8.2.2014) sind zu erwarten?
- 8) Wie weit sind insbesondere die Vorarbeiten für das laut Bundesfinanzgesetz 2014 als Meilenstein 2014 des Nation Brand Projekts vorgesehene „Inkrafttreten des Gesetzes zur Einrichtung einer Nation Brand Agentur“ derzeit gediehen?
- 9) Falls eine Umsetzung 2014 nicht erfolgen soll – warum nicht?
- 10) Wie weit sind die Arbeiten für die „ersten Projekte“ gediehen, die laut Bundesfinanzgesetz 2015 als Meilenstein 2015 des Nation Brand Projekts im kommenden Jahr fertiggestellt werden (sollen)?

- 11) Gibt es eine Quantifizierung der Wirkung, sprich des wirtschaftlichen Nutzens dieser vorgesehenen Maßnahmen, wenn ja welche und wie wurde sie errechnet?
- 12) Wird das Projekt „Nation Brand“ in Zusammenarbeit mit der Wirtschaftskammer (WKÖ) bzw. der Außenwirtschaft Österreich weitergeführt? Falls ja: Welchen konkreten Beitrag leistet die WKÖ in inhaltlicher bzw. in finanzieller Hinsicht?