

ENTSCHLIESSUNGSSANTRAG

der Abgeordneten Mag. Julia Seidl, Kolleginnen und Kollegen

betreffend: Österreich Werbung reformieren und zukunftsfit gestalten!

Der Ausstieg der aktuellen Geschäftsführerin ist ein guter Zeitpunkt, um sich endlich umfassende Gedanken darüber zu machen, wie die Österreich Werbung in Zukunft aufgestellt sein soll und welche Kernaufgaben sie erfüllen muss. Eines ist für uns NEOS klar: Wir geben uns mit einer Struktur, mit der man kaum Licht ins Dunkel bringen kann, nicht zufrieden. Der Ball liegt jetzt bei BM Kocher und Staatssekretärin Kraus-Winkler, im Rahmen der Neubesetzung der Österreich Werbung eine Strukturreform umzusetzen, welche die Österreich Werbung nachhaltig und zukunftsfit macht!

Die Österreich Werbung verfügt seit 20 Jahren - genauer gesagt seit 2002 - jährlich über eine Finanzierung des Bundes von 24 Mio. Euro. 2022 wurde dieses Budget um 4 Mio. auf 28 Mio. erhöht – ab 2023 wird sich die jährliche Finanzierung auf 30 Mio. Euro belaufen. Alleine bis 2025 beläuft sich damit die Budgeterhöhung auf insgesamt 22 Mio. Euro. (1) Das ist aber nicht nur bedingt durch eine Anpassung, welche die Inflation und höhere Grundkosten für Löhne und Gehälter bedingen, sondern auch durch eine immer stärker wachsende Aufgabenzuteilung, welche die Österreich Werbung mittlerweile zu erfüllen hat. Diese Voraussetzungen deuten in Richtung eines ständig steigenden Finanzierungsbedarfs, ohne mögliche parlamentarische Kontrolle über die Wirkung und Notwendigkeit eines immer größer werdenden Aufgabenportfolios und damit Budgets. Wir NEOS sehen dringenden Reformbedarf, der sich auch mit Doppelgleisigkeiten und einer besseren Abstimmung mit den einzelnen Werbeorganisationen der Bundesländer beschäftigt. Umso essenzieller ist es, genauer unter die Lupe zu nehmen, was mit den Geldern in welchen Bereichen vorangetrieben wird und ob hier der eigentliche Sinn und Zweck der Österreich Werbung abgedeckt wird. Wir sind davon überzeugt, dass es hier eine klare Struktur für die Zukunft braucht!

Eine Gegenüberstellung zwischen der Vergangenheit und dem Status quo zeigt schnell, dass sich die Kompetenzen der Österreich Werbung in vielen Bereichen stark ausgedehnt haben - und das, obwohl Österreich über eine Vielzahl von Strukturen verfügt, bei denen man Synergieeffekte erzielen könnte. Der gemeinnützige Zweck der Österreich Werbung ist laut eigenem Statut (gültige Version seit 2018) „die Stärkung der Tourismusdestination Österreich in deren wichtigsten Quellmärkten (In- und Ausland) mit dem Ziel, damit einen Beitrag zur Steigerung der Wertschöpfung für die österreichische Tourismus- und Freizeitwirtschaft zu liefern.“ Das zuständige Ministerium hat hier unseres Erachtens einen klaren Handlungsbedarf, die Österreich Werbung - mit Einbindung der Landestourismusorganisationen - zu reformieren!

1)

https://www.austriatourism.com/fileadmin/user_upload/Media_Library/Downloads/Prese/Jahresberichte/OEW_Jahresbericht_2021.pdf

Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher folgenden

ENTSCHLIESSUNGSANTRAG

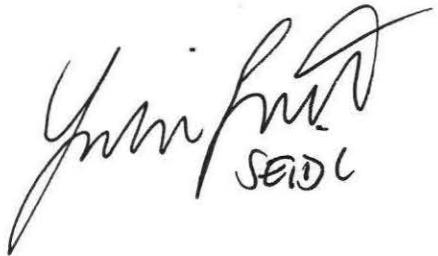
Der Nationalrat wolle beschließen:

"Die Bundesregierung, insbesondere der Bundesminister für Arbeit und Wirtschaft und die Staatssekretärin für Tourismus, wird aufgefordert, für die Österreich Werbung einen umfassenden Reformprozess umzusetzen, um eine zukunftsfitte Neuaufstellung der Österreich Werbung zu ermöglichen, deren Kernaufgaben zu konkretisieren, Synergien mit den Ländern besser zu nutzen und deren Tätigkeiten transparent zu gestalten."

In formeller Hinsicht wird die Zuweisung an den Tourismusausschuss vorgeschlagen.



(A. SCHEUER)



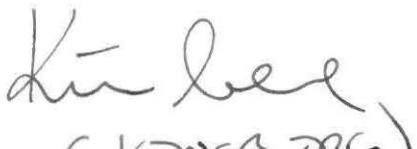
B. SEIDLITZ



(WERNER)



B. RITTERMANN



(KÜNNEBECK)

