

Elisabeth Köstinger
Bundesministerin für
Landwirtschaft, Regionen und Tourismus

Herrn
Mag. Wolfgang Sobotka
Präsident des Nationalrats
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2020-0.331.099

Ihr Zeichen: BKA - PDion (PDion)2145/J-NR/2020

Wien, 27.07.2020

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Douglas Hoyos-Trauttmansdorff, Kolleginnen und Kollegen haben am 27.05.2020 unter der Nr. **2145/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Sonderbudget für Werbekampagne“ gerichtet.

Diese Anfrage beantworte ich nach den mir vorliegenden Informationen wie folgt:

Zu den Fragen 1 und 2:

- Welches Gremium hat entschieden, 40 Millionen Euro an Sonderbudget zur Verfügung zu stellen?
- Wo wurde die Ausschreibung für diese spezifische Werbekampagne veröffentlicht?
 - a. Wo wurde die Ausschreibung beworben?
 - b. Wer konnte sich für die Werbekampagne bewerben?
 - c. Wie lauteten die Ausschreibungskriterien?
 - d. Wie wurden die Gewinner ermittelt?

In Anbetracht der Auswirkungen der COVID-19 Pandemie wurde zur Stärkung der Tourismusdestination Österreich im In- und Ausland die Österreich Werbung mit zusätzlichen finanziellen Mitteln ausgestattet.

Je nach Situation und Reisemöglichkeiten werden umfangreiche Werbemaßnahmen geplant. Die Österreich Werbung als nationale Tourismusorganisation plant diese Marketingaktivitäten und führt diese auch selbst durch. Lediglich bei Inseratenschaltungen, bedient sie sich einer Medienagentur. Der diesbezügliche Rahmenvertrag besteht seit rund zwei Jahren und wurde entsprechend den gesetzlichen Vorgaben ausgeschrieben und vergeben.

Zu den Fragen 3 und 4:

- Welches Gremium hat über die Verwendungskriterien des Sonderwerbebudgets entschieden?
- Wann ist diese Entscheidung gefallen?

Die Kriterien für den Einsatz eines Sonderbudgets sind – so wie für den Einsatz des gewöhnlichen Budgets – in den Statuten der Österreich Werbung durch die Generalversammlung festgeschrieben. Die Umsetzung der Maßnahmen wird vom Präsidium der Österreich Werbung begleitet.

Zur Frage 5:

- Wie sehen diese Verwendungskriterien aus? Bitte um möglichst detaillierte Darstellung.
 - a. Wenn es keine Verwendungskriterien gibt: Wieso nicht?
 - b. Gibt es bestimmte Bedingungen, die (Sub)-Unternehmer_innen erfüllen müssen, um Aufträge im Zusammenhang mit dieser Werbekampagne zu erhalten?

Gemäß den Statuten der Österreich Werbung steht die Stärkung der Tourismusdestination Österreich in deren wichtigsten Quellmärkten im In- und Ausland im Zentrum. Dazu bedient sich die Österreich Werbung aller professionellen Instrumente und Methoden eines modernen Destinationsmarketings, soweit die Ziel- und Aufgabenstellung eine gemeinnützige ist.

Im Mittelpunkt der Zweckerfüllung stehen die marketingmäßige Verankerung der Tourismusdestination Österreich in den wichtigsten Quellmärkten des Auslands insbesondere mit den folgenden Schwerpunkten:

- Destinationsinformation,
- Marktforschung in den Quellmärkten,
- Projektdesigns gemäß den Spezifika der einzelnen Quellmärkte,
- Öffentlichkeitsarbeit,
- Verkaufsförderung und
- Vertriebsunterstützung.

Darüber hinaus ist die Österreich Werbung "Partnerin vor Ort" für die österreichische Tourismus- und Freizeitwirtschaft.

Als impulsgebende Akteurin im Netzwerk der österreichischen Tourismus- und Freizeitwirtschaft entwickelt die Österreich Werbung auch abgestimmt mit Anbietergruppen die Grundlagen für die Umsetzung neuer Visionen und Strategien im österreichischen Tourismusmarketing. Aufgrund des internationalen Netzes der Österreich Werbung kann das gewonnene Wissen, allen Unternehmen und Institutionen der österreichischen Tourismus- und Freizeitwirtschaft zur Verfügung gestellt werden.

Wie bereits in Beantwortung der Fragen 1 und 2 erwähnt, führt die Österreich Werbung die Konzeption und Umsetzung der Werbe- und Kommunikationsmaßnahmen selbst durch und bedient sich lediglich bei Schaltungen von Inseraten einer Medienagentur.

Elisabeth Köstinger

