
15424/J XXVII. GP

Eingelangt am 28.06.2023

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

Anfrage

der Abgeordneten Mag. Julia Seidl, Mag. Gerald Loacker, Kolleginnen und Kollegen

an den Bundesminister für Arbeit und Wirtschaft

betreffend Tourismuskampagnen: Transparenz über Kosten und Ziele

Politik sollte gestalten, die Rahmenbedingungen laufend verbessern und damit den Wettbewerb in den Branchen sowie die Attraktivität für Unternehmer, Arbeitnehmer und Konsumenten erhöhen. Die am 19.06.2023 von Staatssekretärin Kraus-Winkler präsentierte Image-Kampagne für den Tourismus wirft zahlreiche Fragen auf, die durch diese Anfrage beantwortet werden sollen. Welche Ziele werden und können überhaupt mit einer solchen Kampagne erreicht werden? Welche Kosten waren damit verbunden? Warum müssen die Steuerzahler dafür aufkommen und nicht die Wirtschaftskammer, während das Ministerium eher an gesetzlichen Modernisierungsschritte arbeiten könnte?

Am 19.06.2023 präsentierte Staatssekretärin Kraus-Winkler eine **Image-Kampagne für den Tourismus**. Das Ziel dieser Maßnahme ist es - laut Zitat von Kraus-Winkler auf der Kampagnenseite - das Bewusstsein für den Tourismus in der Gesellschaft zu stärken. Die über 200.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sollen "in den Mittelpunkt" gestellt werden und so will man "den Erfolg des österreichischen Qualitätstourismus sicherstellen". Auf der extra dafür geschaffenen Unterseite des Bundesministeriums für Arbeit und Wirtschaft finden sich **neben zahlreichen Statistiken zum Tourismus auch viele Links zu Aus- und Weiterbildung sowie Karriereoptionen** im Tourismus. Abgerundet wird das neue Informationsangebot mit Social-Media-Sujets, die "in einer ersten Phase von 19.06.2023 bis Oktober" auf den Plattformen Facebook, Instagram und LinkedIn veröffentlicht werden sollen. **Unklar bleibt, welche quantifizierbaren Ziele durch eine solche Maßnahme überhaupt erreicht werden sollen**. Die Bewertung dieser Kampagne hängt somit wesentlich von der Höhe der damit einhergehenden Kosten ab.

Eine **Attraktivierung des Arbeitsmarkts könnte auch mit Reformen erreicht werden**, wie z.B. mit der Senkung der überdurchschnittlich hohen Abgaben auf Arbeit oder der Schaffung steuerlicher Anreize für Vollzeitarbeit. Bezeichnend war auch, dass das Problem hinsichtlich der mangelnden Kinderbetreuungsangebote in der gesamten Pressekonferenz mit keinem einzigen Wort erwähnt wurde. Angesichts des hohen

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

Frauen- und Teilzeitanteils in der Branche ist das schon bemerkenswert. Es scheint sehr fragwürdig, ob solche Linksammlungen mit schönen Fotos die inhaltliche Arbeit voll kompensieren können.

Mehr Informationsangebote statt Reformen war auch im April 2023 das **Rezept der Regierungsparteien**, als sie mittels Entschließungsantrag die Staatssekretärin beauftragten, zusätzliche niederschwellige Informationsangebote zur gezielten Unterstützung klein strukturierter Tourismusbetriebe bei der Betriebsnachfolge zu schaffen. Auch hier hat man sich von inhaltlichen Erleichterungen verabschiedet und die eigene Arbeit auf "Informationsoffensiven" beschränkt. **Nach fast 3/4 dieser Legislaturperiode ist also nur ein Auftrag für mehr Information erteilt worden, der ohnehin vom Regierungsprogramm abgedeckt wäre.** Nebenbei unterstreicht dieses Vorgehen, dass das aktuelle Informationsangebot der Wirtschaftskammern, deren Kernaufgabe es ist, ihre Mitglieder zu informieren, offensichtlich nicht ausreicht. **Unternehmerinnen und Unternehmer müssen für diese Informationen also doppelt bezahlen** - aus den Kammerbeiträgen und aus den Steuern - und haben erst recht keine Aussicht auf verbesserte gesetzliche Rahmenbedingungen.

Inwiefern ist es überhaupt **Aufgabe der öffentlichen Hand**, eine Kampagne für eine Branche zu finanzieren? Andere Branchen neben dem Tourismus haben auch Interessen und würden sich auch über fremdes Geld für eigene Anliegen freuen. Eine Umverteilung von Geldmitteln auf einen spezifischen Wirtschaftssektor erscheint nicht zwingend logisch.

- www.bmaw.gv.at/teamtourismus
- <https://www.parlament.gv.at/gegenstand/XXVII/A/3295>

Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher folgende

Anfrage:

1. Team-Tourismus

- a. Welche Organisationseinheiten des Bundes waren bei der Erarbeitung beteiligt?
- b. Welche Stakeholder waren bei der Erarbeitung beteiligt?
- c. Waren bei der Erarbeitung und Durchführung des Projekts externe Berater beteiligt?
 - i. Wenn ja, welche?
 - ii. Wenn ja, welche Kosten waren damit verbunden?
 - iii. Wenn ja, welche konkreten Leistungen wurden von diesen erbracht?
 - iv. Wenn ja, wie ist die Vergabe abgelaufen? Wurden Vergleichsangebote eingeholt?
- d. Vergabe:

- i. Wie war das Vergabeverfahren ausgestaltet? Bitte einzelne Schritte zeitlich einordnen
 - ii. Welche Wertgrenzen gab es bei der Wahl des Vergabeverfahrens zu berücksichtigen?
 - iii. Inwiefern wurde das Vergaberecht bei der Aufteilung einzelner Leistungen auf unterschiedliche Vergaben berücksichtigt?
 - iv. Wie viele Angebote wurden eingeholt? Bitte geben Sie die Namen aller Unternehmen an, die ein Angebot gelegt haben, samt veranschlagter Kosten.
 - v. Welche Kriterien waren für die Entscheidung im Vergabeverfahren entscheidend?
- e. Ablauf: Auf der Webseite ist von einer "ersten Phase" die Rede:
 - i. Wie lange soll dieses Projekt laufen?
 - ii. Welche weiteren Phasen sind geplant und wie sollen diese konkret aussehen?
- f. Kennzahlen:
 - i. Welche konkreten Kennzahlen werden herangezogen, um den Erfolg der Maßnahme zu bewerten?
 - ii. Wie viele Page Views hat die Image-Seite?
 - iii. Wie sehen die konkreten Sharing-Kennzahlen aus?
 - iv. Wie sehen die konkreten Download-Kennzahlen aus?
- g. Kosten:
 - i. Welche Kosten sind insgesamt für das gesamte Projekt vorgesehen?
 - ii. Aus welchen konkreten Leistungen stellen sich die Gesamtkosten zusammen? Bitte in einer Tabelle konkrete Leistungen, Kosten und Auftragnehmer angeben.
 - iii. Welche Kosten sind mit der Erstellung der Webseite verbunden?
 - iv. Welche Kosten sind für die Erstellung der Social-Media-Sujets verbunden?
 - v. Welche Personalkosten sind mit diesem Projekt verbunden?
 - vi. Woher stammen die Mittel für dieses Projekt?
 - vii. Wurden für dieses Projekt Mittel verwendet, die für die Leuchtturm-Förderungsaktion "innovative Konzepte Kinderbetreuung" vorgesehen waren, aber nicht abgerufen wurden?
 - viii. Sind im Zuge dieses Projekts auch Zahlungen an die Wirtschaftskammern geflossen?
 - 1. Wenn ja, für welche konkreten Leistungen und in welcher Höhe?

2. Informationsoffensive Betriebsnachfolge

- a. Welche Organisationseinheiten des Bundes waren bei der Erarbeitung beteiligt?
- b. Welche Stakeholder waren bei der Erarbeitung des Konzepts beteiligt?
- c. Waren bei der Erarbeitung und Durchführung des Projekts externe Berater beteiligt?
 - i. Wenn ja, welche?
 - ii. Wenn ja, welche Kosten waren damit verbunden?
 - iii. Wenn ja, welche konkreten Leistungen wurden von diesen erbracht?
 - iv. Wenn ja, wie ist die Vergabe abgelaufen? Wurden Vergleichsangebote eingeholt?
- d. Vergabe:
 - i. Wie war das Vergabeverfahren ausgestaltet? Bitte einzelne Schritte zeitlich einordnen
 - ii. Welche Wertgrenzen gab es bei der Wahl des Vergabeverfahrens zu berücksichtigen?
 - iii. Inwiefern wurde das Vergaberecht bei der Aufteilung einzelner Leistungen auf unterschiedliche Vergaben berücksichtigt?
 - iv. Wie viele Angebote wurden eingeholt? Bitte geben Sie die Namen aller Unternehmen an, die ein Angebot gelegt haben, samt veranschlagter Kosten.
 - v. Welche Kriterien waren für die Entscheidung im Vergabeverfahren entscheidend?
- e. Ablauf:
 - i. Wann soll dieses Informationsangebot zur Verfügung gestellt werden und in welche Form?
- f. Kennzahlen:
 - i. Welche konkreten Kennzahlen werden herangezogen, um den Erfolg der Maßnahme zu bewerten?
 - ii. Falls bei Beantwortung dieser Anfrage bereits Informationsmaterial oder eine Webseite zur Verfügung steht:
 - 1. Wie viele Page Views hat die Informationsseite?
 - 2. Wie sehen die konkreten Sharing-Kennzahlen aus?
 - 3. Wie sehen die konkreten Download-Kennzahlen aus?
- g. Kosten:
 - i. Welche Kosten sind insgesamt für das gesamte Projekt vorgesehen?
 - ii. Aus welchen konkreten Leistungen stellen sich die Gesamtkosten zusammen? Bitte in einer Tabelle konkrete Leistungen, Kosten und Auftragnehmer angeben.

- iii. Woher stammen die Mittel für dieses Projekt?
 - iv. Wurden für dieses Projekt Mittel verwendet, die für die Leuchtturm-Förderungsaktion "innovative Konzepte Kinderbetreuung" vorgesehen waren, aber nicht abgerufen wurden?
 - v. Sind im Zuge dieses Projekts auch Zahlungen an die Wirtschaftskammern geflossen?
 - 1. Wenn ja, für welche konkreten Leistungen und in welcher Höhe?
3. Nach welchen Kriterien entscheidet das BMAW, für welche Branchen die Gemeinschaft der Steuerzahler eine Image-Kampagne finanzieren muss und für welche nicht?