
1737/J XXIII. GP

Eingelangt am 07.11.2007

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

Anfrage

der Abgeordneten Mag. Darmann, Ing. Westenthaler
Kollegin und Kollegen
an den Bundesminister für Landesverteidigung
betreffend Werbeeinschaltungen des BMLV für Partnerfirmen des österreichischen Bundesheeres

In letzter Zeit fanden sich in verschiedenen Tageszeitungen vermehrt Inserate des österreichischen Bundesheeres. Unter anderem wurde in der Ausgabe der Tageszeitung „DER STANDARD“ vom 19. Oktober 2007 ein Inserat geschaltet, auf dem der Bundesminister für Landesverteidigung, Mag. Norbert Darabos, und die Vorstandsvorsitzende der Siemens AG Österreich, Mag. Brigitte Ederer, abgebildet sind. Der Haupttext des Inserats lautet: „Das Bundesheer schafft die Grundlagen, wo wir Infrastruktur wieder aufbauen.“ Abgesehen davon, dass der Einsatz des Österreichischen Bundesheeres ja hoffentlich nichts mit den Infrastrukturschäden in den betroffenen Gebieten zu tun hat erscheint es doch sehr merkwürdig, wenn das BMLV für nationale und internationale Unternehmen wie Siemens oder Raiffeisen Werbeeinschaltungen in heimischen Tageszeitungen bezahlt.

In diesem Zusammenhang richten die unterzeichneten Abgeordneten an den Herrn Bundesminister für Landesverteidigung nachstehende

Anfrage:

1. Wie viele Partnerfirmen hat das Österreichische Bundesheer?
2. Mit welchen dieser Partnerfirmen hat das Österreichische Bundesheer bzw. das BMLV im Jahr 2007 gemeinsame Werbeeinschaltungen gemacht oder mit welchen Firmen sind solche noch geplant?
3. Wie viele dieser Werbeeinschaltungen werden zur Gänze vom Österreichischen Bundesheer bzw. vom BMLV bezahlt?
4. Wie viele dieser Werbeeinschaltungen werden von der jeweiligen Partnerfirma des Österreichischen Bundesheers bezahlt?

5. Gibt es Fälle einer Kostenteilung zwischen dem Österreichischen Bundesheer bzw. dem BMLV einerseits und der Partnerfirma andererseits? Wenn nein, warum nicht?
6. Wie hoch ist der Werbewert z.B. des Inserats, das Sie gemeinsam mit der Vorstandsvorsitzenden der Siemens AG Österreich, Mag. Brigitte Ederer, zeigt für Siemens?
7. Welche konkrete Werbewirkung erwarten Sie von der Inseratenkampagne für das Österreichische Bundesheer?
8. Wie hoch sind die Gesamtkosten dieser Kampagne bzw. die Einzelkosten der bisher erschienenen Inserate jeweils?
9. In welchen Medien hat das Österreichische Bundesheer bzw. das BMLV solche Werbeeinschaltungen platziert (aufgeschlüsselt nach Ausgabe/Datum und Medium)?
10. Richten sich die Einsätze des Österreichischen Bundesheeres, gemäß dem Spruch des Inserates im Standard vom 19. Oktober 2007 „Das Bundesheer schafft die Grundlagen, wo wir die Infrastruktur wieder aufbauen“, nach den Investitionswünschen der Siemens AG Österreich?