



DORIS BURES  
 Bundesministerin  
 für Verkehr, Innovation und Technologie

**XXIV. GP.-NR**  
 912 /AB  
**10. April 2009**

zu 849 /J

GZ. BMVIT-9.000/0008-I/PR3/2009  
 DVR:0000175

An die  
 Präsidentin des Nationalrats  
 Mag.<sup>a</sup> Barbara PRAMMER  
 Parlament  
 1017 Wien

Wien, am 09. April 2009

Sehr geehrte Frau Präsidentin!

Die Abgeordneten zum Nationalrat Dr. Moser, Freundinnen und Freunde haben am 10. Februar 2009 unter der Nr. **849/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend besondere „Bedienung“ bestimmter Verlage bei der Inseratenplatzierung des BMVIT gerichtet.

Diese Anfrage beantworte ich wie folgt:

Zu den Fragen 1 bis 3:

- *Welche/s Sujet/s hat das BMVIT im Jahr 2008 und im bis zur Beantwortung dieser Anfrage abgelaufenen Teil des Jahres 2009 in den Zeitschriften des Mucha Verlags FM, FaktuM und ExtraDienst mit welchen Kosten – bitte um detaillierte Aufgliederung im einzelnen – geschaltet?*
- *Welche konkrete Zielgruppenanalyse o.dgl. lag dieser Inseratenschaltung zugrunde? Bitte um Übermittlung derselben.*
- *Welche Reichweite haben die drei erwähnten Blätter?*

Wie mir die Leiterin der Kommunikationsabteilung des BMVIT, in deren Entscheidungskompetenz die angefragten Schaltungen fielen, mitteilt, wurden seitens des Bundesministeriums für Verkehr, Innovation und Technologie im gefragten Zeitraum Sujets zum Themenschwerpunkt Verkehrssicherheit (Kindersicherheit, Kindersitze, Kampagne „Erst denken, dann lenken“) in den Zeitschriften FaktuM, ExtraDienst und FM geschaltet.

Das Gesamtvolumen dieser Schaltungen betragen € 98.299,-- , davon wurden Ausgaben in der Höhe von € 25.200,-- aus den dafür zweckgebundenen Mitteln des Verkehrssicherheitsfonds bedeckt.

Die Zielgruppe der angesprochenen Magazine ist eine sehr breite und besteht sowohl aus der Tourismusbranche (Reiseveranstalter, Reiseunternehmen, Touristikorganisationen, Fachmessen, Tourismusschulen, Fremdenverkehrsbetriebe, Hotellerie, Gastronomie, Diskotheken, etc...) als auch der gesamten Medien- und Agenturbranche sowie Pressebüros des öffentlichen Bereiches.

Die drei angesprochenen Magazine haben in Summe eine Reichweite von 220.000 Leser/innen je Ausgabe. Somit wurden im gefragten Zeitraum rund 1,14 Mio. Leserkontakte erreicht.

#### Zu Frage 4:

- *Wer entscheidet seitens des BMVIT a) generell, b) in den hier gegenständlichen konkreten Fällen, wo geschaltet und wieviel Budget dafür flüssig gemacht wird?*

Die Abwicklung von Informationsaktivitäten obliegt den nach der Geschäftseinteilung des BMVIT zuständigen Organisationseinheiten. Es sind dies primär innerhalb der festgelegten Wertgrenzen die Abteilungsleitungen. Bei höheren Beträgen kann weiters eine Befassung der zuständigen Sektionsleitung, der/des Generalsekretärin/s und der Ressortleitung in Frage kommen.

Die konkret vorliegenden Aufträge wurden von der Leiterin der Kommunikationsabteilung vergeben.

#### Zu den Fragen 5 und 6:

- *Halten Sie die allein rund um den Jahreswechsel 2008/09 in Rechnung gestellte Summe von über 45.000 Euro plus Steuern und Abgaben, insgesamt also ca. 60.000 Euro, für Inserate weit abseits des Themenspektrums des BMVIT, für angemessen?*
- *Wie erklären Sie das Eingehen einer ganzen Reihe mit 5.1.2009 datierten Inseratenrechnung des Mucha Verlags bereits vor Weihnachten 2008 vor dem Hintergrund der geltenden Rechnungslegungsvorschriften?*

Auf Grundlage der in der Kommunikationsabteilung des BMVIT vorhandenen Vergleichsmöglichkeiten und Erfahrungen sowie in Anbetracht der Tatsache, dass diese Schaltungen – wie aus der Beantwortung der Fragen 1 bis 3 ersichtlich – einen Teil zur Verkehrssicherheit beitragen, wird der Betrag für angemessen angesehen.

Seitens des Verlages wurden nach dem Erscheinen der Magazine die Rechnungen, datiert mit 5.1.2009, meinem Ressort zugeleitet und auch ordnungsgemäß im Jänner 2009 bezahlt.

Zu den Fragen 7 und 8:

- *Wie stehen Sie zur Tatsache, dass eine im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit tätige leitende Mitarbeiterin des BMVIT in Jury-Entscheidungen des hier so großzügig mit Inseraten versorgten Verlags mitwirkt, zugleich den Rechnungen zufolge selbst als Ansprechpartnerin im BMVIT für diese Inserate fungiert?*
- *Können Sie Unvereinbarkeiten mit dem seit Anfang 2008 geltenden Anti-Korruptionsrecht in diesem Zusammenhang ausschließen?*

Wie mir die Leiterin der Kommunikationsabteilung mitteilt, kann mit den von Ihnen zitierten „Jury-Entscheidungen“ nur die Teilnahme am jährlich vom Mucha-Verlag veranstalteten Werbe-Edward gemeint sein, an dem regelmäßig zahlreiche Marketing- und Werbeleiter/innen Österreichs zur Beurteilung diverser Werbeformen – z.B. TV-, Kino- und Radiospots, Plakate, Inserate – eingeladen werden; die Teilnahme erfolgte nach Angabe der Leiterin unentgeltlich.

A handwritten signature in black ink, which appears to read 'Doris Bures'.