

## **Anfrage**

der Abgeordneten Sigrid Maurer, Freundinnen und Freunde an den Bundesminister für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft

betreffend Plakatkampagne auf Flughäfen

### **BEGRÜNDUNG**

Das österreichische Magazin „Format“ berichtete in seiner Ausgabe vom 8. Mai 2015 über eine neue Kampagne für Forscher\_innen auf Flughäfen. Die Plakate sollen „die Vernetzung von Wissenschaft und Wirtschaft illustrieren und zum Investieren in heimische Forschung animieren“. Laut dem Magazin sind sie Teil einer neuen Kampagne für den Forschungsplatz Österreich.



Im Zusammenhang mit der Kampagne sind mehrere Dinge fraglich. Es darf bezweifelt werden, dass sich Unternehmer\_innen durch eine Plakatkampagne dazu anregen lassen, sich in Österreich mit ihren Firmen niederzulassen. Augenzeug\_innen, die die Plakate bereits live betrachten konnten berichten, dass die Schrift auf dem Plakat so klein ist, dass sie kaum gelesen werden kann. Und die zentrale Frage für Wissenschaftsbewegte lautet, was haben eigentlich die österreichischen Forscher\_innen davon? Vor dem Hintergrund großer

Finanzierungsprobleme insbesondere in der Grundlagenforschung wäre ihnen mit der Verwendung der Mittel für die Forschungsförderung wohl wesentlich besser geholfen, als mit einer Plakatkampagne auf internationalen Flughäfen.

Die unterfertigenden Abgeordneten stellen daher folgende

### **ANFRAGE**

- 1) Welche konkreten Ziele werden mit der Kampagne verfolgt?
- 2) Bei welcher Zielerreichung wird die Kampagne als erfolgreich beurteilt?
- 3) Wie wird die Zielerreichung gemessen?
- 4) Aus welchem Budget wird die Kampagne finanziert?
- 5) Aus welchen konkreten Maßnahmen besteht die Kampagne? Bitte um Auflistung.
- 6) Auf welchen konkreten Flughäfen werden die Plakate zu sehen sein? Bitte um Auflistung.
- 7) Auf welche Höhe belaufen sich die Kosten für die Plakatkampagne insgesamt?
- 8) Wie viele verschiedene Plakat-Sujets werden affiziert? Bitte um Beilage der Sujets.
- 9) Werden im Rahmen der Kampagne auch Inserate geschaltet?
  - a. Wenn ja, in welchen Medien?
  - b. Wenn ja, auf welche Höhe werden sich die Kosten für Inserate belaufen?
  - c. Wenn ja, bitte um Beilegung der verschiedenen Inserat-Sujets.
- 10) Werden im Rahmen der Kampagne auch Online-Inserate geschaltet?
  - a. Wenn ja, auf welche Höhe werden sich die Kosten für die Online-Inserate belaufen?
- 11) Werden im Rahmen der Kampagne auch Merchandise-Artikel produziert?
  - a. Wenn ja, welche konkret?
  - b. Wenn ja, zu jeweils welchen Kosten? Bitte um Auflistung des Stückpreises, der jeweiligen Gesamtanzahl und der Gesamtkosten.
  - c. Falls auch für diese Kampagne Schokolinsen in stilisierten Plastik-Reagenzröhrchen produziert werden, konnte hier ein Mengenrabatt aufgrund der für das Jahr der Forschung produzierten Schokolinsen ausgehandelt werden?
- 12) Gibt es einen zur Kampagne gehörenden Internetauftritt?
  - a. Wenn ja, unter welcher Web-Adresse ist dieser zu finden?
  - b. Wenn ja, ist die Adresse zu diesem Web-Auftritt auch auf den Plakaten und Inseraten vermerkt?
  - c. Wenn nein, auf welche Weise sollen sich interessierte Betrachter\_innen dann über Hintergrund und Zweck der Kampagne informieren?
- 13) Auf welche Höhe belaufen sich die Kosten für allfällige weitere Komponenten der Kampagne?
- 14) Auf welche Höhe belaufen sich die Gesamtkosten der Kampagne?