



FRAU BUNDESMINISTER  
DR. MARILIES FLEMMING  
70. 0502/ 49-Pr.2/88

II-3754 der Beilagen zu den Stenographischen Protokollen  
des Nationalrates XVII. Gesetzgebungsperiode

13. April 1988  
1031 WIEN, DEN .....  
RADETZKYSTRASSE 2  
TELEFON (0222) 75 56 86

1605 IAB  
1988-04-15  
zu 1687 IJ

An den  
Herrn Präsidenten  
des Nationalrates  
Parlament  
1017 Wien

Auf die Anfrage der Abgeordneten Dr. Dillersberger und Genossen vom 26. Februar 1988, Nr. 1687/J, betreffend die tatsächlichen Kosten der Umweltkampagne 1988 beeheue ich mich, folgendes mitzuteilen:

Zu 1.:

Zuerst möchte ich betonen, daß die vorliegende Kampagne keine "Propagandaaktion für den Bundesminister und sein Ressort" darstellt, sondern es sich um eine Informations- und Aufklärungskampagne des Umweltschutzes, der sich an alle österreichischen Bürger richtet, handelt.

Der mit der Werbegesellschaft m.b.H. & Co KG, Demner & Merlicek abgeschlossene Vertrag beinhaltet ein gemäß der Kalkulation vom 3. März 1988 für die Gesamtplanung, Gestaltung und Durchführung zu entrichtendes Entgelt von öS 5,816.794,54, exklusive Mehrwertsteuer bzw. öS 6,980.153,45 brutto.

Zu 2.:

Zum Zeitpunkt meiner Beantwortung vom 11. Jänner 1988 zu Anfrage 1326/J bzw. 1182/AB war der exakte Kreativ- und Umsetzungsteil und damit die Gesamtkosten der Kampagne noch nicht in einer Form gesichert, die eine exakte Beantwortung zugelassen hätte.

- 2 -

Zu 3. und 4.:

Werbekampagnen und -maßnahmen wurden bereits in den vergangenen Jahren in verschiedener Form durchgeführt. So wurden 1986 allein für die Katalysator-Kampagne 4,5 Millionen S aufgewendet und die Aktion "Lieber bleifrei" vom Bundesministerium für Gesundheit und Umweltschutz mit S 450.000,-- mitfinanziert.

Eine den gesamten Umweltschutz umfassende Kampagne, wie die vorliegende, gab es bisher noch nicht. Ein Vergleich der Kosten derselben mit jenen der früheren punktuellen Maßnahmen spricht meines Erachtens nach für die derzeit in Gang befindliche und dringend erforderliche Kampagne für die verstärkte Bewußtseinsbildung im Umweltbereich.

Zu 5.:

Die Annahme besteht, wie schon zum vorherigen Punkt ausgeführt, nicht zu Recht. Wie bereits eingangs erläutert, geht es hier nicht um Werbeeffekte für ein Ressort und seine Aufgaben, sondern um die Präsenz des Umweltdenkens bei allen unseren Mitbürgern.

Zwingender Grund für diese Aufklärungskampagne liegt darüber hinaus in der volkswirtschaftlichen Notwendigkeit.

Zwei Beispiele:

1. Ein wesentlicher Schwerpunkt der Aufklärungskampagne ist die Aufforderung kein Treibgas zu verwenden.  
Damit ist eine positive Auswirkung auf das von der Wissenschaft festgestellte Ozonloch zu erwarten. Eine Vergrößerung desselben würde unser Überleben in Frage stellen.

- 3 -

2. Die Reparatur für Umweltsünden - und dort nur die jenes Teiles, der reparabel ist - erfordert Milliardenbeträge. Jedes jetzt installierte Rauchgasfilter, jede jetzt durchgeführte Klärung von Industrieabwässern - diese Aufforderungen sind ein weiterer Schwerpunkt der Kampagne - verhindern, daß die aufzubringenden Kosten exponential weiter steigen. Der volkswirtschaftliche Nutzen beträgt mit Gewißheit ein vielfaches der Kosten dieser Kampagne.

Zu 6.:

Der Aussage, daß die Ausgaben der Informations- und Aufklärungskampagne auf dem Gebiet des Umweltschutzes in der vorliegenden Höhe horrend sind, kann ich nicht beipflichten. Vielmehr vertrete ich die Ansicht, daß es eine der unverzichtbaren Aufgaben eines Umweltministers ist, die Bevölkerung auf dem Gebiet des Umweltschutzes ausreichend zu informieren, aufzuklären und zu sensibilisieren.

A handwritten signature consisting of stylized initials and a surname, written in black ink.