

Nr. 2197/J

1991 -12- 19

A n f r a g e

der Abgeordneten Reichhold, Mag. Haupt, Apfelbeck, Huber
an den Bundesminister für Land-und Forstwirtschaft
betreffend Milchwerbung

In der Milchpreiskalkulation der NÖM sind 1,6 Groschen pro Liter
Milch als "Werbegroschen" ausgewiesen.

Die unterfertigten Abgeordneten richten an den Bundesminister für
Land-und Forstwirtschaft folgende

A n f r a g e

- 1) Wie hoch ist der für Werbung vorgesehene Anteil des Milchpreises ?
- 2) Wird der "Werbegroschen" (oder wie dieser für Werbung vorgesehene Anteil immer bezeichnet wird) bundeseinheitlich eingehoben ?
- 3) Wird der "Werbegroschen" nur vom Produzenten, oder auch vom Erzeugerbetrieb, vom Vertrieb, vom Konsumenten anteiligt bezahlt ?
- 4) Werden einheitliche Werbeaktionen für Milch und Milchprodukte durchgeführt; oder kalkuliert und wirbt jede Großmolkerei, jeder Molkereiverband, jede milchverarbeitende Gesellschaft oder Genossenschaft selbständig ?
- 5) Wie groß ist der Werbeetat der Milchwirtschaft insgesamt ?
- 6) Fördert das Bundesministerium für Land-und Forstwirtschaft solche Werbemaßnahmen ?
- 7) Wenn ja, in welcher Höhe ?
- 8) Welche Milch-Werbemaßnahmen wurden in den letzten fünf Jahren durchgeführt ?
- 9) Wie viel Werbematerial wurde wo verteilt, welche Werbemaßnahmen wurden wo und wie oft gesetzt ?
- 10) Wie teuer kam die Printmedienwerbung ?
- 11) Wie teuer war die Radio-und TV-Werbung ?
- 12) Welchen Effekt hatten die Werbemaßnahmen (Kosten-Nutzen-Relation) ?
- 13) Wie viel Werbematerial ist aus früheren Werbekampagnen noch vorhanden ?

- 14) Welche Kosten hat dieses lagernde Material verursacht?
- 15) Können diese Restbestände an Werbematerial noch verwendet werden und werden sie tatsächlich noch verwendet ?
- 16) Wie viele Mittel werden jährlich für Werbung für Milch und Milchprodukte in Österreich ausgegeben ?
- 17) Erhalten inländische oder ausländische Werbefirmen solche Aufträge ?
- 18) Wie viele Werbemittel gehen so an ausländische Firmen bzw ins Ausland ?
- 19) Wie viele einbehaltende Werbemittel werden tatsächlich für Werbung ausgegeben ?
- 20) Bestehen Werbemittel-Rücklagen ?
- 21) Wenn ja, in welcher Höhe ?
- 22) In welcher Weise werden nicht für Werbezwecke verwendete, aber für Werbezwecke einbehaltene Preisanteile der Milch von wem, wo und für welche Zeitspannen (durchschnittlich, minimal, maximal) zu welchen Konditionen veranlagt ?