

3609/AB XX.GP

Die schriftliche parlamentarische Anfrage Nr. 365 0/J - NR/ 1998 betreffend Werbeeinschaltungen des Bundesministeriums für Unterricht und kulturelle Angelegenheiten zur Rechtschreibreform, die die Abgeordneten Mag. Karl Schweitzer und Kollegen am 10. Februar 1998 an mich richteten, wird wie folgt beantwortet:

1. In welchem Zeitraum fand diese gesamte oben beschriebene Werbekampagne für die Rechtschreibreform statt?
2. In welchen Zeitungen wurden wie oft oben beschriebene Inserate geschalten?

Antwort:

Die Inserate wurden am 12. Dezember 1997 in den Tageszeitungen "Der Standard" und "Salzburger Nachrichten", am 16. Dezember 1997 in der "Neuen Kronen Zeitung" und am 17. Dezember 1997 im "Kurier" und "Die Presse" geschalten.

3. Wurde für diese Werbekampagne ein eigenes Werbebüro beauftragt?

Antwort:

Mit der Konzeption und Umsetzung wurde die Firma Creatext Wien 4. beauftragt.

4. Wie hoch sind die Kosten für diese Werbekampagne?

Antwort

Die Gesamtkosten der Kampagne betrugen S 402.329,40.

5. Werden die Kosten ausschließlich vom Bundesministerium für Unterricht und kulturelle Angelegenheiten getragen?

Wenn nein, wer ist noch daran beteiligt?

Antwort

Die Kosten wurden ausschließlich von meinem Ressort getragen.

6. Aus welchen Mitteln wurde diese Werbekampagne finanziert?

Antwort:

Die Finanzierung erfolgte aus dem Ansatz des Budgets für Öffentlichkeitsarbeit.

7. Unter welchem Titel wird diese Werbekampagne im Budgetvoranschlag für 1997 ausgewiesen?

Antwort

Themenkonzentrierte Inserate, die einmalig geschaltet werden, können aus Aktualitätsgründen nicht langfristig geplant werden. Der Ansatz für die genannten Inserate war 1/12008 und 1/12208.

8. Welchen Zweck soll diese Werbung für die Rechtschreibreform erfüllen?

Antwort:

An den österreichischen Schulen wurde eine Umfrage über die Umsetzung der Rechtschreibreform durch mein Ressort durchgeführt. Dieses Ergebnis wurde einer breiten Öffentlichkeit mitgeteilt, die über die Akzeptanz und die Vorteile der Rechtschreibreform informiert werden sollte.

9. Sind Sie der Auffassung, dass diese Werbeeinschaltungen die Akzeptanz der neuen Rechtschreibreform in der Bevölkerung erhöht?

Antwort:

Die Rückmeldungen waren durchaus positiv. Es kann davon ausgegangen werden dass die Akzeptanz der Rechtschreibreform durch diese Informationen verstärkt wurde.

10. Sind weitere Werbekampagnen zur Rechtschreibreform von Ihren Seiten geplant?

Wenn ja, welche?

Antwort:

Weitere Informations - und Werbekampagnen zur Rechtschreibreform sind derzeit nicht geplant.