

161/AB XXI.GP

Die schriftliche parlamentarische Anfrage Nr. 137/1 - NR/1999 betreffend Werbeeinschaltungen im Österreichischen Rundfunk, in privaten Rundfunkanstalten, Tageszeitungen, Wochenzeitungen, Monatsmagazinen und sonstigen Druckschriften im Jahr 1999, die die Abgeordneten Ing. Peter Westenthaler und Kollegen am 9. Dezember 1999 an mich richteten, wird wie folgt beantwortet:

Ad 1. - 3.:

Im Rahmen des Erwachsenenbildungs - Aktionsprogramms vom 20. bis zum 25. September 1999 fand erstmalig eine bundesweite Aktionswoche zur Erwachsenenbildung statt. Ziel der Woche war es, die Öffentlichkeit für das Thema Erwachsenenbildung stärker zu sensibilisieren, von der Notwendigkeit des lebensbegleitenden Lernens zu überzeugen und zur Weiterbildung zu gewinnen.

Mit der neuen Bildungsinitiative wurde eine Idee der UNESCO - Weltkonferenz 1997 aufgegriffen, die in vielen europäischen Ländern mit „Lernfesten“ und „Lernwochen“ bereits erfolgreich umgesetzt wurde. Es wurden alle Erwachsenenbildungseinrichtungen eingeladen, diese Woche für die Präsentation ihrer Angebote zu nutzen und die Möglichkeit zu ergreifen, in diesem Rahmen auf die kreativen Ansätze der Angebote und Projekte hinzuweisen bzw. diese zu präsentieren.

Unterstützt wurde diese Aktion durch zielgruppenspezifische Öffentlichkeitsarbeit mit einem eigens für diese Woche entwickelten Corporate Design sowie einer bundesweiten Öffentlichkeits - kampagne unter Einbindung von Fernsehen, Hörfunk und Presse.

In der Zeit vom 12.9. bis zum 23.9.1999 wurden 23 Werbespots à 15 Sekunden zur Woche der Erwachsenenbildung in ORF 1 und ORF 2 geschaltet. Die Kosten beliefen sich auf ÖS 525.960,-.

Weiters wurde die Auftaktveranstaltung „train your brain“ im Hörfunk Ö3 insgesamt sieben Mal im Veranstaltungskalender angekündigt. Die Kosten beliefen sich auf ÖS 56.000,--.

Außer der Aktion „train your brain“ wurden noch folgende Informationskampagnen gestartet:

Medienkampagne des BMUK „Bildung macht stark“ ORF - TV - Spot

S 1,165.428,-- Juni/Juli 99 (29 x)

S 859.824,-- Aug./Sept. 99 (14 x)

Informationskampagne der Bundesregierung zum NAP ORF - TV - Spot

S 1,867.800,-- Juli/Aug. 99 (12x á 60 sec.)

Ad 4. - 6.

Für die Auftaktveranstaltung „train your brain“ wurden in Radio 88,6 von 16.9. bis 20.9.1999

25 Werbespots á 20 Sekunden geschaltet. Die Kosten beliefen sich auf ÖS 71.250,--.

Weiters wurden für die Aktion „Bildung macht stark“ auf W1 in der Zeit von

13. bis 19. September 1999 täglich sieben Spots á 25 Sekunden geschaltet. Die Kosten betragen

S 91.087,24,--.

Ad 7. - 9.:

Für die Aktion „train your brain“ wurden folgende Inserate geschaltet:

Tageszeitung:	Summe:	Anzahl:	Erscheinungstermin:
Presse	ÖS 12.600,--	1	18.9.1999
Kurier	ÖS 400.000,--	4	16., 17., 18., 19.9.1999

Weiters wurden 30 Inserate geschaltet, die den Zweck hatten, grundsätzliche Anliegen und/oder Detailinformationen, die weltreichende bildungspolitische Relevanz besitzen, einer breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Damit werden die Anliegen von Bundesregierung und gesetzgebenden Organen über den engen Expertenkreis hinaus einer breitest möglichen Gruppe von Staatsbürgern, die von den Veränderungen betroffen sind und sie materiell ermöglichen, bekannt gemacht. Jede öffentliche Institution muss alle verfügbaren modernen Kommunikationsformen nützen, um dem Informationsrecht der Bürger entsprechen zu können.

Gesamtkosten: S 2,006.374,--

Tageszeitung:	Summe:	Anzahl	Erscheinungstermin
Krone	S 159.135,67	2	2.7. u. 9.7.99
	S 159.135,67	2	27.8. u. 3.9.99
Presse	S 69.001,92	2	29.6. u. 6.7.99
	S 77.627,16	2	26.8. u. 2.9.99
OÖ - Nachrichten	S 172.846,80	1	30.6.99
	S 154.652,40	1	25.8.99
Sbg. Nachrichten	S 117.936,--	2	2.7. u. 9.7.99
	S 104.832,--	1	27.8.99
Tiroler TZ	S 151.432,12	2	1.7. u. 8.7.99
	S 151.432,12	2	26.8. u. 2.9.99
Vbg. Nachrichten	S 110.250,87	2	2.7. u. 9.7.99
	S 110.250,87	2	27.8. u. 3.9.99
Kleine Zeitung	S 164.190,27	2	2.7. u. 9.7.99
	S 164.190,27	2	27.8. u. 3.9.99
Die neue Furche	S 31.806,--	2	1.7. u. 8.7.99
	S 31.806,--	2	26.8. u. 2.9.99
Neues Volksblatt	S 18.000,--	1	24.2.99
	S 28.923,93	1	2.7.99
	S 28.923,93	1	27.8.99

Ad 10 - 12.:

Für "train your brain" wurden folgende Inserate geschaltet:

Falter	1 Inserat	ÖS 10.400,--	15.09.1999
News	1 Inserat	ÖS 12.500,--	09.09.1999

Weiters wurden folgende Inserate geschalten:

Falter	4 Inserate	ÖS 76.320,--	Jänner - April 99
Furche	1 Inserat	ÖS 15.807,--	18.09.1999

Ad 13. - 15.:

In der Zeitschrift „Jugend und Medien“ wurden vier Inserate geschalten, die Kosten betragen S 132.000,--.

In der Zeitschrift „Biblioviel“ wurden drei Inserate geschalten, die Kosten betragen S 11.000,--. Diese Inserate dienten der Darstellung des neuesten Medienangebotes des BMUK.

Weiters wurde ein Inserat im Juli/August 99 im Wiener Journal geschaltet, die Kosten betragen S 95.198,40.

Ad 16 - 18.:

Für den KURIER vom 15.09.1999 wurde eine Sonderbeilage zur Erwachsenenbildung erstellt. Die Gesamtkosten beliefen sich auf ÖS 200.640,--.

Weiters wurden je eine Beilage für folgende Zeitungen erstellt:

1. Sonderausgabe Presse: Bildungsjournal
2. Sonderbeilage Standard: Schulprojekt „Wasser“
3. Sonderausgabe Kurier: Kooperation zwischen ÖKS, BMUK und Kurier - „Nachbar in Not - Flüchtlingskinder in Albanien“
4. Sonderausgabe zum Millennium - Presse

Gesamtkosten: S 505.608,74

Presse - Bildungsjournal	S 66.000,--	Feb.99
Standard „Wasser“	S 130.052,74	März 99
Kurier „Nachbar in Not“	S 149.556,--	April 99
Presse Sonderausgabe zum Millennium	S 160.000,--	Dez. 99