

4132/AB XXI.GP

Eingelangt am: 06.09.2002

BM für auswärtige Angelegenheiten

Die Abgeordneten zum Nationalrat Gerhard Reheis, Kolleginnen und Kollegen haben am 11. Juli 2002 unter der Nr. 4242/J-NR/2002 an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend die österreichische Entwicklungs-zusammenarbeit gerichtet.

Diese Anfrage beantworte ich wie folgt:

Zu Frage 1:

Die österreichische ODA lag 2001 bei ca. 495 Mio. € und somit um ein Vielfaches über dem in der Anfrage genannten Budgetbetrag. Da zwischen dem Verteidigungsbudget und den international anrechenbaren österreichischen ODA-Leistungen kein Zusammenhang besteht, ist keine vernünftige gemeinsame Vergleichsgrundlage gegeben.

Zu Fragen 2 und 3:

Der Nationalrat hat in den vergangenen Legislaturperioden jeweils das vom SPÖ-Finanzminister der SPÖ-geführten Bundesregierung dem Hohen Haus vorgelegte Budget, einschließlich der EZA-Leistungen, genehmigt. Seit ich der österreichischen

Bundesregierung angehöre, gab es zwei wesentliche Entwicklungen, die die ODA nachhaltig steigern: die Beitragsleistungen an die EU-Entwicklungszusammenarbeit von jährlich rund 100 Mio. € sowie deutlich gestiegene Leistungen für Entschuldungsmaßnahmen, im Jahr 2001 beispielsweise 163 Mio. €. Trotz der notwendigen Budgetkonsolidierung konnte damit die ODA 2001 auf 0,25% des BNE - gegenüber 0,23% des BNE im Jahr 2000 - angehoben werden. Die Bundesregierung hat sich im Rahmen der EU verpflichtet, im Jahr 2006 eine ODA-Leistung von 0,33% des BNE zu erbringen.

Zu Frage 4:

Österreich soll seinen innerhalb der EU vereinbarten EZA-Beitrag leisten, nicht aber anderen EU-Mitgliedern eine Vorreiterrolle streitig machen.

Zu Fragen 5 und 6:

Die Mitgliedsstaaten der EU streben gemäß den Schlussfolgerungen des Europäischen Rates (Barcelona) vom 15. und 16. März 2002 an, gemeinsam bis 2006 für die öffentliche Entwicklungshilfe einen EU-Durchschnittswert von 0,39% des Bruttovolkseinkommens zu erreichen: "Im Hinblick auf dieses Ziel werden alle Mitgliedstaaten der Europäischen Union auf jeden Fall bestrebt sein, im Rahmen ihrer jeweiligen Haushaltsmittelzuweisungen bis 2006 mindestens ein Volumen von 0,33% des BVE für öffentliche Entwicklungshilfe zu erreichen". Auch wenn keine darüber hinausgehende rechtlich bindende "geforderte Höhe" oder "geforderte Anhebung" besteht, haben sich auch die früheren Bundesregierungen zu dem von der Bundesregierung Kreisky bereits 1970 im UN-Rahmen erklärten und nicht erfüllten Ziel einer ODA-Anhebung auf 0,7% bekannt. Ich werde daher ebenso wie meine zahlreichen Amtsvorgänger auch weiterhin für einen angemessenen österreichischen ODA-Beitrag eintreten.

Zu Frage 7:

Die ODA Österreichs lag auch 2001 wieder über dem OECD-Durchschnitt.

Zu Fragen 8 bis 10:

Die Teilnahme an internationalen Konferenzen (wobei die FAO nicht in den Zuständigkeitsbereich des Bundesministeriums für auswärtige Angelegenheiten fällt) ist kein Gradmesser des Eintretens für Entwicklungszusammenarbeit.

Gerade auch die Informationsinitiative zeigt aber, dass mir die EZA ein Anliegen ist; denn diese Initiative stärkt das Bewusstsein einer breiteren Öffentlichkeit für die Bedeutung der EZA und die zahlreichen Betätigungsmöglichkeiten in diesem Bereich. Damit werden auch die Bemühungen der in der EZA tätigen NGOs zur Erhöhung ihres eigenen Spendenaufkommens unterstützt.

Im Jahr 2001 betrug die Gesamtreichweite dieser Initiative bei den 14- bis 49-jährigen 60% = 2,4 Mio., jede Person wurde im Schnitt 3,5 mal erreicht. Die Reichweite bei Entscheidungsträgern betrug sogar 76% = 980.000, wovon jede Person im Schnitt 3,6 mal erreicht wurde. Themen der Entwicklungszusammenarbeit waren damit erstmals über einen kompakten Zeitraum von rund 6 Wochen stark medienpräsent, wobei die Handlungsorientierung von der Öffentlichkeit sehr positiv aufgenommen wurde.

Für die Informationsinitiative wurden im Jahr 2000 etwa ATS 240.000,- und im Jahr 2001 etwa ATS 3 Mio. ausgegeben; für das Jahr 2002 werden Kosten von etwa € 230.000,- erwartet.

Die Kosten werden aus dem Budget für Informations- und Öffentlichkeitsarbeit des Bundesministeriums für auswärtige Angelegenheiten getragen, wobei aber durch die finanzielle Unterstützung von Unternehmen (Sponsoring von TV-Spots und Inseraten) 2001 und 2002 ca. €50.000 an zusätzlichen Mitteln für die

Öffentlichkeitsarbeit gewonnen werden konnten. Dazu kamen im Jahr 2001 Gratisschaltungen von Printmedien im Wert von ca. ATS 4 Mio., in diesem Jahr ist mit einem ähnlich hohen Anteil an Gratisschaltungen zu rechnen.

Im Jahr 2001 wurde demnach mit einem Mitteleinsatz von ATS 3 Mio. alleine in diesem Bereich eine Kommunikationsleistung von umgerechnet mehr als 7 Mio. ATS erreicht.

Dem Bundesministerium für auswärtige Angelegenheiten sind keine Klagen von NGOs über diese Informationsinitiative zugegangen.

Zu Frage 11:

Im Rahmen der gesamten Informationsinitiative erfolgte keine bezahlte Einschaltung in Printmedien.

Im Zeitraum Herbst 2000 bis Frühjahr 2002 wurde eine Reihe von "Medienkooperationen" verwirklicht, wobei das Bundesministerium für auswärtige Angelegenheiten interessierten Journalistinnen Informationen, Kontakte und organisatorische Unterstützung zur Verfügung stellt, einschließlich etwa Flugkosten oder Ersatz von Spesen und Auslagen bzw. Produktionskosten.

Im Jahr 2001 haben darüber hinaus über 20 Tages- und Wochenzeitungen in Summe 49 Inserate kostenlos abgedruckt, was einem Werbegegenwert von ca. ATS 4 Mio. entspricht.

Für das Jahr 2002 ist mit ähnlichen Zahlen zu rechnen.

Sämtliche Kosten für Medienkooperationen werden aus dem laufenden Budget des Bundesministeriums für auswärtige Angelegenheiten bezahlt. Im einzelnen entstanden durch die Medienkooperationen etwa folgende Kosten:

Im Jahr 2000:

- > Kooperation mit der Tageszeitung "Die Presse", 5 x 1 ganze Seite,
Kostenbeitrag ca. ATS 220.000,-
- > Kooperation mit "Wiener Zeitung", 5 x 1 ganze Seite, Kostenbeitrag für externe redaktionelle Arbeiten ca. ATS 20.000,-.

Im Jahr 2001:

- > Medienkooperation mit ö 1, 5 Sendungen von jeweils 25 Minuten "Journal Panorama" im Zeitraum Mai/Juni; Kostenbeitrag ca. ATS 80.000,-
- > Medienkooperation mit der Tageszeitung "Kurier", 7 Teile, jeweils ca. 1/3 Seite, Kostenbeitrag ca. ATS 220.000,-

Im Jahr 2002:

- > Medienkooperation mit ö 1, 5 Sendungen wie oben, Zeitraum Mai/Juni, Kostenbeitrag ca. € 7.200,-
- > Medienkooperation mit der Tageszeitung "Der Standard", 10 Beiträge im Zeitraum Mai/Juni/Juli, unterschiedliche Größen, Kostenbeitrag ca. € 12.000,-
- > Medienkooperation mit der Tageszeitung "Salzburger Nachrichten", 6 Beiträge jeweils ganzseitig, Mai/Juni/Juli, Kostenbeitrag ca. € 7.800,-.

Im Dezember 2001 wurden entsprechend einer Entschließung des Nationalrats im Rahmen der Informationskampagne "Fair Trade" österreichweit ca. 1800 Plakate zu den Sujets Banane, Kaffee und Orangensaft, und im Jänner 2002 in Wien 300 Plakate gratis zum Sujet Banane affichiert. Außerdem wurden in diesem Zeitraum in Zeitungen und Zeitschriften diverse Inserate mit diesen Sujets (z.B. in Der Standard, Kurier, Wellness

Magazin, Tiroler Tageszeitung) geschaltet. Die Kosten dafür betragen insgesamt ca. € 165.000.-.

Zu Frage 12:

Alle TV-Spots dieser äußerst sparsamen und wirksamen Informationsinitiative des Bundesministeriums für auswärtige Angelegenheiten wurden zum Sozialtarif des ORF geschaltet, was eine Reduktion um 60% gegenüber dem Normalpreis bedeutet. Im Jahr 2001 wurden im ORF zwischen 23.4. und 31.5. 2001 53 Spots mit einer Länge von je 20 Sekunden platziert. Die Kosten dafür betragen ca. ATS 1.490.000,-. 2002 wurden 49 Spots zu je 25 Sekunden für eine Gesamtauftragssumme von ca. € 158.000,- geschätzen.

Darüber hinaus wurden 2001 - finanziert im Rahmen von Social Sponsoring durch österreichische Unternehmen - 60 TV-Spots im Österreichfenster von RTL geschaltet. Im Jahr 2002 werden derartige gesponserte TV-Spots (voraussichtlich 240 Mal) während des Sommers laufen, wobei auch hier keine Kosten für das Bundesministerium für auswärtige Angelegenheiten anfallen.

Im Rahmen der Informationskampagne "Fair Trade" wurde aus Mitteln des Bundesministeriums für auswärtige Angelegenheiten die Schaltung von Spots zu je 20 Sekunden in ORF1 und ORF2 zu den Sujets Banane, Kaffee und Orangensaft mitfinanziert. Für die 64 Schaltungen (in den Monaten Dezember 2001 - Februar 2002) wurden € 180.000.- bezahlt.

Zu Frage 13:

Für den Herbst 2002 sind einige Expertenveranstaltungen zum Thema "Nachhaltige Entwicklung" geplant.

Zu Frage 14:

Die Planung und Abwicklung der Kommunikationsaktivitäten obliegt der PR-Agentur Trimedia Communications, die im Jahr 2000 im Rahmen einer EU-weit durchgeführten Ausschreibung mit der Abwicklung dieser Öffentlichkeitsarbeit

beauftragt wurde. Die "Informationsinitiative" ist Teil der laufenden Informations- und Öffentlichkeitsarbeit und kein Sonderprojekt.

Für die Kreation der TV-Spots und Inserate der Informationsinitiative wurden im Rahmen dieses Auftrags von Trimedia in Abstimmung mit dem Bundesministerium für auswärtige Angelegenheiten 10 österreichische Werbeagenturen zu einem Verhandlungsverfahren in Anlehnung an die ÖNORM 2050 eingeladen. Vier Agenturen legten Angebote, die Agentur Euro RSCG E & E wurde mit den Kreativleistungen beauftragt.

Die Kreationskosten betrugen 2001 ATS 300.000,- und 2002 ca. € 8.700,-. An Produktionskosten fielen im Jahr 2001 ca. ATS 300.000,- für die Produktion von 3 verschiedenen TV-Spots sowie ca. ATS 335.000,- für Inserate, Informationsmaterialien und Online-Informationen an, im Jahr 2002 ca. € 20.500,- für die TV-Spots und ca. € 5.000,- für Inserate, Informationsmaterialien und Online-Informationen.