



REPUBLIK ÖSTERREICH
HUBERT GORBACH
VIZEKANZLER
Bundesminister
für Verkehr, Innovation und Technologie

XXII. GP.-NR

1891 /AB

2004 -08- 12

zu 2048 J

GZ 13.000/0001-I/CS3/2004

An den
Präsidenten des Nationalrates
Dr. Andreas Khol

Parlament
1017 Wien

Wien, *M. Aug.* 2004

Sehr geehrter Herr Präsident!

Die schriftliche parlamentarische Anfrage Nr. 2048/J-NR/2004 betreffend Öffentlichkeitsarbeit des Ressorts, die die Abgeordneten Öllinger, Freundinnen und Freunde am 9. Juli 2004 an mich gerichtet haben, beehre ich mich wie folgt zu beantworten:

Vorweg darf ich mitteilen, dass von Seiten des Bundesministeriums für Verkehr, Innovation und Technologie keine Werbung betrieben wird, sondern es sich um Informationsarbeit handelt.

Desweiteren muss ich neuerlich festhalten, dass mir für den Zeitraum vor dem Jahr 2000 eine Beantwortung aus verwaltungsökonomischen Gründen leider nicht möglich ist.

Fragen 1, 3, 5 und 6:

Wie hoch ist der Gesamtbetrag (inkl. USt) der jeweils in den Jahren 1998, 1999, 2000, 2001, 2002 und 2003 von Ihrem Ressort einschließlich aller Dienststellen für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung bzw. Informationsarbeit ausgegeben wurde?

Wie hoch sind die Beträge (inkl. USt), die von Ihrem Ressort im Jahr 2004 bisher (bitte in der Antwort den Stichtag ausweisen) für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit ausgegeben wurden?

Für welche Publikationen wurden in den Jahren 2003 und 2004 von Ihrem Ressort Inserate geschaltet bzw. Druckkostenbeiträge geleistet (bitte die Beträge mit USt ausweisen)?

Welche Inseratenkampagnen wurden von Ihrem Ressort (einschließlich aller Dienststellen und vorgelagerten Einrichtungen) in den Jahren 2003 und 2004 (bitte den Stichtag ausweisen) mit welchen Mitteln finanziert?

Antwort:

Titel	Mittlempfänger	Jahr	Betrag
Werbemaßnahmen Straßenverkehr	CI&M	2001	5.087,10
		2002	8.060,51
		2003	12.200,00
			25.347,61
		2001	
Anti-Drogenkampagne 2001/2002; Arbeits- und Lernbroschüre MEGA IN - MEGA OUT	Klub der Exekutive	2001	4.123,30
Bewertung der Angebote zur Verkehrssicherheitskampagne "Gurt und Kindersicherheit"	Freistil Tometschek, Werbekonzeption und Text	2001	1.308,11
Verkehrssicherheitskampagne "Gurt und Kindersicherheit"	McCann-Erickson	2001	348.031,28
Verkehrssicherheitskampagne "Gurt und Kindersicherheit"-Schaltungen	CI&M	2001	496.282,78
Verkehrssicherheitskampagne "Gurt und Kinderverkehrssicherheit" - Ablehnungshonorar	Publico Salzburg	2001	726,73
Verkehrssicherheitskampagne "Gurt und Kinderverkehrssicherheit" - Ablehnungshonorar	mediaConnection	2001	726,73
Verkehrssicherheitskampagne "Gurt und Kinderverkehrssicherheit" - Ablehnungshonorar	Ogilvy & Mather	2001	726,73
Verkehrssicherheitskampagne "Gurt und Kinderverkehrssicherheit" - Ablehnungshonorar	Priglinger & Partner	2001	726,73
Verkehrssicherheitskampagne "Gurt und Kinderverkehrssicherheit" - Ablehnungshonorar	COC Communication	2001	726,73
Verkehrssicherheitskampagne "Gurt und Kinderverkehrssicherheit" - Ablehnungshonorar	Georg Feldmann	2001	726,73
Wettbewerb im öffentlichen Verkehr, Druckkostenbeitrag	Verkehrsclub Österreich	2001	14.534,57
			868.640,42
		2002	
"Fair & Sicher"-Verkehrssicherheitskampagne 2001 Burgenland	Kuratorium für Schutz und Sicherheit, Landesstelle Burgenland	2002	25.217,47
Bikers Project 2002 - Bundesweite Kampagne zur Erhöhung der Sicherheit der Motorradfahrer	Mag. Michael Praschl, Motiv- und Mobilitätsforschung	2002	255.507,95
Verkehrssicherheitskampagne "Gurt und Kindersicherheit"	McCann-Erickson	2002	103.386,14
Verkehrssicherheitskampagne "Gurt und Kindersicherheit"-Schaltungen	CI&M	2002	138.614,08

Verkehrssicherheitskampagne "Alkohol und Jugendliche" - Ablehnungshonorar	McCann Erickson	2002	900,00
Verkehrssicherheitskampagne "Alkohol und Jugendliche" - Ablehnungshonorar	Jung von Matt/Donau Werbeagentur	2002	900,00
Verkehrssicherheitskampagne "Alkohol und Jugendliche" - Ablehnungshonorar	Dr. Hochegger Kommunikationsberatung GmbH	2002	900,00
Verkehrssicherheitskampagne "Alkohol und Jugendliche" - Schaltungen	CI&M	2002	618.976,92
Verkehrssicherheitskampagne "Alkohol und Jugendliche" - Konzept und Produktion	Power Agency	2002	359.317,29
Verkehrssicherheitskampagne "Alkohol und Jugendliche" - Erweiterung der Homepage www.sind-sie-sicher.at	Pixelwings Medien AG	2002	686,40
Nationales Verkehrssicherheitsprogramm - Einschaltung im ORF-Ratgeber "Alles rund ums Auto"	Dr. Peter Müller, Buch- und Kunstverlag GmbH	2002	7.691,70
Kindersitzbroschüre - Einschaltung in der Elternvereinszeitung "Familienmagazin"	Familienmagazin	2002	916,65
Kindersitzbroschüre - Einschaltung im pädagogischen Arbeitsblatt "Helfer"	Österr. Gesellschaft für das schöpferische Spiel	2002	840,00
Thema Alkohol - Einschaltung in der Arbeits- und Lernbroschüre MEGA IN - MEGA OUT	Klub der Exekutive	2002	4.123,30
Folder - Richtiges Verhalten im Tunnel	Druckerei Berger	2002	11.126,65
Folder - Richtiges Verhalten im Tunnel	ÖAMTC-Verlag	2002	45.184,43
Folder - Richtiges Verhalten im Tunnel	ARBÖ Presse	2002	22.226,40
Folder - Richtiges Verhalten im Tunnel	Fa. Sattler	2002	523,20
			1.597.038,58
		2003	
Bikers Project 2003 - Bundesweite Kampagne zur Erhöhung der Sicherheit der Motorradfahrer	Mag. Michael Praschl	2003	150.000,00
Verkehrssicherheitskampagne "Alkohol und Jugendliche" - Schaltungen	CI&M	2003	129.228,96
Verkehrssicherheitskampagne "Alkohol und Jugendliche" - Konzept und Produktion	Power Agency	2003	4.620,00
Inserat Wiener Bezirkszeitung "Fahrradverordnung"	Mader Zeitschriftenverlag	2003	8.190,00
Inserat Wiener Bezirkszeitung "Verkehrssicherheit geht uns alle an"	Mader Zeitschriftenverlag	2003	8.190,00
art industrial "242 Mio Euro für ihre Sicherheit und Mobilität"	Inserate Krone OÖ und OÖN	2003	20.047,32
"Koralmtunnel"	Kärntner Nachrichten	2003	1.890,00
"Veranstaltung Schlaue gegen Stau" (Bereitstellung des Multi Media Truck T mit dem 24 m2 LED-Großbildschirm)	Media Wall	2003	14.500,00
Inserat ÖBB-Reform und LKW-Maut	Neue Freie Zeitung	2003	3.276,00
Klub der Exekutive Anti Drogen	Media Production	2003	8.678,88
Inserat betr. Forschung & Entwicklung	Kleines Blatt, Free Media	2003	6.300,00
			354.921,16

		2004	
Autoland Österreich, Presse und Standard	Content Partner Med	2004	12.600,00
Div. Inserate HVK	Kleines Blatt, Free Media	2004	8.400,00
Medienresonanzanalyse HVK	Media Watch	2004	23.760,00
			44.760,00

Was den Bereich Innovation und Technologie anlangt darf ich mitteilen, dass die sachliche Informationstätigkeit immer im Zusammenhang mit den laufenden Technologieprogrammen steht und folgende Leistungen beinhaltet:

- Awareness-Maßnahmen für neue Technologien
- Darstellung österreichischer Technologiebereiche für internationales Publikum
- Zielgruppenorientierte Information über aktuelle Ausschreibungen in Fachzeitschriften
- Inserate zur Bekanntmachung von Wettbewerben

Die Gesamtbeträge für Informationsarbeit in Form von Ausschreibungsankündigungen, Informationsveranstaltungen und Produktion von Informations- und Ergebnisbroschüren belief sich, abhängig von der Anzahl der Technologieprogramme und der dafür zugeteilten Mittel, auf rd. € 140.000,-- (2000), € 140.000,-- (2001), € 170.000,-- (2002) und € 280.000,-- (2003).

Die Entwicklung der Mittel resultiert aus den 2002 neu initiierten Technologieprogrammen, welche im Jahr 2003 ihre ersten Ergebnisse erzielten.

Ausschließlich für das populärwissenschaftliche Magazin "Format Science" leistet das bmvit gemeinsam mit dem bmbwk einen Finanzierungsbeitrag zu den Herstellungskosten in Höhe von jeweils € 30.000,-- pro Ausgabe (inklusive USt). Es wurde ein Finanzierungsbeitrag für insgesamt vier Ausgaben vereinbart, die erste Ausgabe erschien im November 2003, für 2004 sind drei weitere Ausgaben geplant.

Mit Stichtag 30.6.2004 wurde bisher für das Jahr 2004 ein Finanzierungsbeitrag in Höhe von € 59.400,-- (inklusive USt) für zwei Ausgaben des populärwissenschaftlichen Magazins "Format Science" zu den Herstellkosten ausbezahlt.

Für Informationen betreffend Programme wurden bis zum Stichtag 30.6.2004 € 55.750,-- ausbezahlt.

Weiters wurden in den Jahren 2003 und 2004 in der Wiener Zeitung Inserate im Wert von ca. € 5.250,-- geschaltet sowie Druckkostenbeiträge in Höhe von € 12.600,-- für die Sonderbeilage „Autoland Österreich“ in den Zeitungen Presse und Standard ausbezahlt.

Die Ausgaben für den Jahresbericht des Österreichischen Patentamtes betragen € 10.400,88 (2000), € 9.315,49 (2001), € 7.335,87 (2002), € 7.920,00 (2003) und € 11.725,28 (2004).

Fragen 2 und 4:

Wie hoch waren die in den jeweiligen Budgetvoranschlägen für 1998 – 2003 für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit für Ihr Ressort (einschließlich aller Dienststellen und vorgelagerten Einrichtungen) ausgewiesenen Beträge?

Wie hoch sind die im Budgetvoranschlag 2004 für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit für Ihr Ressort ausgewiesenen Beträge (einschließlich aller Dienststellen und vorgelagerten Einrichtungen)?

Antwort:

Öffentlichkeitsarbeit, Werbung bzw. Informationsarbeit erfolgt überwiegend zu Lasten der Voranschlagsposten 7280 „Sonstige Leistungen von Gewerbetreibenden, Firmen und juristische Personen“ bzw. 7270 „Entgelte für sonstige Werkleistungen von Einzelpersonen“ sowie bei den übrigen gemäß den Erläuterungen des Leitfadens für den Ansatz- und Kontenplan des Bundes sachlich in Betracht kommenden Voranschlagsposten.

Als Budgettitel bzw. -ansätze kommen dafür je nach inhaltlicher Thematik folgende Titel bzw. Ansätze in Betracht:

- Zentraleitung 1/65008
- Sektion II Verkehr 1/65118
- Sektion III Innovation und Technologie 1/65338
- Verkehrssicherheitsfond Titel 1/657xx

Mit freundlichen Grüßen

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'S' or 'L' shape followed by a series of vertical strokes and a final flourish.