



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

XXII. GP.-NR

3747 /AB

2006 -03- 13

zu 3791 /J

GZ. BMVIT-9.000/0001-I/CS3/2006 DVR:0000175

An den  
Präsidenten des Nationalrates  
Dr. Andreas Khol

Parlament  
1017 Wien

Wien, 13. März 2006

Sehr geehrter Herr Präsident!

Die schriftliche parlamentarische Anfrage Nr. 3791/J-NR/2006 betreffend Informations- und Werbemaßnahmen 2005, die die Abgeordneten Mag. Becher und GenossInnen am 13. Jänner 2006 an mich gerichtet haben, beehre ich mich wie folgt zu beantworten:

Eingangs darf ich festhalten, dass es sich bei den Schaltungen des BMVIT keinesfalls um Werbemaßnahmen handelt, sondern ausschließlich um Informationen über den Ressortbereich, wie dies in Teil 1 der Anlage zu § 2 Bundesministeriengesetz vorgesehen ist.

**Fragen 1, 2 und 3:**

In welchen Publikationen wurden von Ihrem Ressort im Jahr 2005 welche Inserate geschaltet?

Wie hoch waren die Kosten (inkl. Steuern) für die unter 1. beauskunfteten Inserate?

Wie hoch waren die Gesamtausgaben (inkl. Steuern) Ihres Ressorts für Öffentlichkeitsarbeit bzw. für Informations- und Werbemaßnahmen im Jahr 2005?

**Antwort:**

Zur Information der Bevölkerung über das neue Vormerksystem wurden Inserate in folgenden Medien geschaltet: Kleine Zeitung Steiermark, Kronen Zeitung, Kurier, Kärntner Woche, OÖN, Die Presse, SN, Standard, TT, Neue Vorarlberger Tageszeitung und VN.

Die Inserate zur Erhöhung der Verkehrssicherheit mittels verkehrstelematischer Technologie insbesondere Verkehrsbeeinflussungsanlagen wurden in folgenden Medien geschaltet:

Kleine Zeitung, Krone, SN, TT, Kärntner Tageszeitung, Die Presse, VN, OÖN, NÖN, Kärntner Woche, Wann&Wo, Szbg. Bezirksbl., TIPS, OÖ Rundschau und Bezirksjournal Wien.

Weitere Inserate insbesondere zu den Themen Alkohol am Steuer, „Gu(r)te Fahrt“, Leitbetriebe in Österreich, Technologiestandort Österreich, Schülerverkehrssicherheit, Innovation schafft Arbeitsplätze, Energie für die Zukunft, Wirtschaftsstandort Österreich, Gurtenkampagne und diverse Schaltungen und Kundmachungen des BMVIT wurden in folgenden Medien geschaltet: Anti Drogen Heft „Mega in-Mega out, Wirtschaftsblatt, Car 4 you, Der Österreichische Journalist, Die Presse, Wiener City Katalog, Report plus, Kurier, Bezirksjournale, Eurokommunal, Die Wirtschaft, Pro Umwelt, Magazin Visionär, Messezeitung St. Pölten, Kronen Zeitung, Baby Express, Lieferanzeiger, Bundesheer Aktiv, Branchen Telefonbuch, Location

Des weiteren wurden für die Verkehrssicherheitskampagne zum Thema „Gurte retten Leben“ Video und Hörfunkspots produziert und in österreichischen Fernseh- und Hörfunksendungen gesendet sowie Informationssujets in österreichischen Printmedien und Informationsplakate entlang des Straßennetzes geschaltet.

Diese Kampagne hat seit ihrer Ausstrahlung eine eklatante Verbesserung der Gurte-Verwendung bewirkt:

In einigen Detailwerten wie zum Beispiel der Kindersicherung am Beifahrersitz im Freiland und auf Autobahnen wird - als direkte Auswirkung der Kampagne - nun eine 100%ige Sicherungsquote erreicht, sodass in diesem Bereich Kinder nun ausnahmslos nur mehr gesichert mitgeführt werden. In anderen Bereichen, wie der Kindersicherung am Rücksitz, gab es eine Verbesserung der Anschnallmoral um bis zu 21 Prozent. Außerdem wurde diese Kampagne als erstes "Social Advertisement" zur impactstärksten Kampagne des Jahres 2005 gekürt.

Für oben angeführte Inserate und Schaltungen wurden im Jahr 2005 aus dem Budget des BMVIT 655.727,53 Euro aufgewendet.

**Frage 4:**

Welche von Ihrem Ressort im Jahr 2005 in Auftrag gegebenen Informations- und Werbemaßnahmen wurden von anderen Ministerien mit welchen Beträgen mitfinanziert?

**Antwort:**

Keine.

**Frage 5:**

An welchen Informations- und Werbekampagnen welcher Ministerien hat sich Ihr Ressort im Jahr 2005 mit welchen Beträgen beteiligt?

**Antwort:**

Das BMVIT hat sich an keinen Informationskampagnen anderer Ministerien finanziell beteiligt. In die Informationskampagne „Unternehmen Arbeitsplatz“ war das BMVIT (gemeinsam mit dem BKA, BMWA und BMF) eingebunden.

**Fragen 6 und 7:**

Welche Informations- und Werbemaßnahmen (bitte geordnet nach Medium und Inhalt) planen Sie für das Jahr 2006?

Mit welchen Kosten (inkl. Steuern) ist für die unter 6. beauskunfteten Informations- und Werbemaßnahmen zu rechnen?

**Antwort:**

Es sind auch für das Jahr 2006 keine Werbemaßnahmen geplant.

Informationskampagnen sind derzeit zu den Themenbereichen Verkehrssicherheit und zu den Infrastrukturinvestitionen geplant. Diese befinden sich derzeit allerdings erst in der Konzeptionsphase. Genauer Umfang und Häufigkeit der Schaltung insbesondere auch Auswahl der Medien ist noch offen. Eine genaue Angabe der zu erwartenden Kosten lässt sich daher noch nicht vornehmen.

Mit freundlichen Grüßen

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'G' or 'S' shape with several loops and a long horizontal stroke at the bottom.