

4577/AB XXII. GP

Eingelangt am 13.09.2006

Dieser Text ist elektronisch textinterpretiert. Abweichungen vom Original sind möglich.

BM für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft

Anfragebeantwortung

Auf die schriftliche Anfrage der Abgeordneten Dipl.-Ing. Dr. Wolfgang Pirkhuber, Kolleginnen und Kollegen vom 13. Juli 2006, Nr. 4610/J, betreffend Werbemaßnahmen des BMLFUW, beehe ich mich Folgendes mitzuteilen:

Zu Frage 1:

Es darf festgehalten werden, dass es sich bei Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit weder um Werbung noch um persönliche Imagekampagnen oder Sonstiges handelt, sondern um Informationsarbeit. Die Rechtsgrundlage hiefür bildet das Bundesministeriengesetz idGf, Anlage zu § 2, Teil 2, A, wo die Informationstätigkeit der Bundesregierung als Aufgabenbereich des Bundeskanzleramtes normiert ist. Dazu gehören insbesondere die Angelegenheiten der Information der Regierung sowie die Information der Öffentlichkeit über die Arbeit der Regierung. Dies wird auch im zitierten Rechnungshofbericht bestätigt.

Zu Frage 2 :

Die Gesamtausgaben meines Ressorts für die Finanzierung der Öffentlichkeits- und Informationsarbeit in der XXII. GP wurden in diversen Voranfragen bereits erschöpfend bekannt gegeben (siehe die Beantwortungen zu 1451/J-NR/2004, 2046/J-NR/2004, 3208/J-NR/2005 und 3789/J-NR/2006).

Die Gesamtausgaben für Öffentlichkeits- und Informationsarbeit für den Zeitraum Jänner bis 13. Juli 2006 betrugen € 2,381.282,32.

Zu den Fragen 3 und 4:

Die Gesamtsumme für Einschaltungen von Inseraten bzw. PR-Beiträge in den verschiedenen Medien für den Zeitraum Jänner bis 13. Juli 2006 beträgt € 1,206.423,85. Die Details sind der beiliegenden Aufstellung zu entnehmen. Bezüglich der Vorjahre verweise ich auf meine Antworten zu den angeführten Voranfragen.

Zu Frage 5:

Die Auswahl der Medien, in welchen Inserate und PR-Beiträge beauftragt werden, richtet sich nach den Zielgruppen, die mit bestimmten Informationen erreicht werden sollen und wird nicht nach Parteinähe getroffen.

Im Sinne der Frage 5 dürfte es sich um folgende Medien handeln (sie sind auch in Beantwortung der Frage 4 berücksichtigt):

	2003	2004	2005	2006
Tiroler Bauernzeitung	€ 3.803,--			
Neues Volksblatt	€ 2.016,--	€ 10.962,--		
Kurz und bündig		€ 1.575,--	€ 2.500,--	
Zukunft Kärnten Zukunft Land			€ 3.150,--	
Österr. Bauernzeitung				€ 40.850,--

Zu Frage 6:

Gemeinschaftliche Informations- und Öffentlichkeitsaktivitäten erfolgten in den Jahren 2004 und 2005 in Kooperation mit der österreichischen Hagelversicherung.

Der finanzielle Beitrag dieser Partnerorganisation ist meinem Ressort nicht bekannt.

Der finanzielle Beitrag des BMLFUW betrug:

im Jahr 2004 € 145.863,--
im Jahr 2005 € 85.521,--.

Zu Frage 7:

In Kooperation mit der Agrarmarkt Austria (AMA) erfolgten in den Jahren 2005 und 2006 gemeinsame Aktivitäten betreffend „Genuss Region Österreich“.

Beilage zu 4610/J

Inserate	Beträge in EURO
Publikation / Medium - 2006 (Stand Juli 2006)	
KURIER	34.650,00
MEDIAPRINT / KRONEN ZEITUNG	42.309,00
Mediaprint • Sonderjournal Stadtfest	10.080,00
NON	25.200,00
NEWS Special Grillen	50.400,00
NEWS	44.958,00
HEUTE	25.200,00
KOMMUNAL	50.715,00
BLICK INS LAND	21.726,00
AQUA PRESS INTERNATIONAL	6.000,00
Agrarpost	9.566,00
Agro Werbung / Ö.Bauernzeitung	40.850,00
UNSER LAND	4.410,00
Zeitschrift Umweltschutz	10.584,00
Universum Magazin	23.100,00
LEBENSART	39.600,00
Magazin GEWINN	34.795,00
Bezirksjournale	15.750,00
REGAL	22.617,00
FALSTAFF Magazin	7.560,00
KGV Verlag / Div. Guides	36.654,00
Der fortschrittlich Landwirt	4.692,00
GARTEN Guide 2006	2.520,00
Frühjahr/Sommer Programm Am Himmel	2.940,00
Umweltberatung/ Umwelttageszeitung	6.300,00
Wellness Magazin	16.254,00
Quattro - ZS Boku Insight	2.315,00
Media Select - Kampagne: (HEUTE, KL.ZEITUNG, KRONE, KURIER, NÖN)	25.675,00
News (Beilage "Die Klimagewinner")	55.000,00
Der Häuslbauer	4.410,00
Initiative klima:aktiv mobil (Krone/Krone bunt/Krone Bgld., News, Salzburger Nachrichten, Tiroler Tageszeitung, Vorarlberger Nachrichten, Bezirksblatt Burgenland, Movin 4 Life, Auto-Touring, Automagazin Salzburg, Presse, Freizeitkurier, Tele, Heute, Schaltungen Hörfunk-, TV- und Kinospots)	529.593,85
Summe	1.206.423,85