

GÜNTHER PLATTER  
BUNDESMINISTER FÜR LANDESVERTEIDIGUNG

S91143/49-PMVD/2006

24 . Oktober 2006

XXII. GP.-NR

4638 /AB

Herrn

2006 -10- 3 0

Präsidenten des Nationalrates

zu 4734 /AB

Parlament

1017 Wien

Die Abgeordneten zum Nationalrat Stadlbauer, Genossinnen und Genossen haben am 21. September 2006 unter der Nr. 4734/J an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend "Bundesheer on the Road" gerichtet. Diese Anfrage beantworte ich wie folgt:

Zunächst lege ich Wert auf die Feststellung, dass mit der als Tour durch die Bundesländer durchgeführten Informationsveranstaltung „Bundesheer on the Road“ dem Auftrag zur Information der Bevölkerung über die verfassungsgesetzlichen Aufgaben des Bundesheeres und die ihm dafür zur Verfügung stehenden Mittel Rechnung getragen wurde. Bekanntlich ist im Zuge des laufenden Transformierungsprozesses das Streitkräfteführungskommando mit Wirksamkeit vom 1. September 2006 aufgestellt worden, das durch diese Veranstaltung bundesweit der Öffentlichkeit vorgestellt wurde. Dabei konnte das Bild „eines modernen Bundesheeres, das sich sehen lassen kann“ vermittelt und kommuniziert werden, und, dass das Österreichische Bundesheer – nach erfolgter Reform – moderner, besser ausgerüstet und international einsatzfähiger ist und neben Schutz und Hilfe im Inland gleichwertig wesentliche Leistungen im Rahmen des internationalen Krisenmanagements erbringt.

Im Einzelnen beantworte ich die vorliegende Anfrage wie folgt:

Zu 1 bis 3:

Für „Bundesheer on the Road“ wurden insgesamt rund 495.000 Euro aufgewendet, davon rund 45.000 Euro für heereigenes Personal und rund 50.000 Euro für fremdes Personal sowie rund 83.000 Euro für den Betrieb diverser heereigener Fahrzeuge, Hubschrauber und Gerätschaften.

Zu 4:

Die Informationsveranstaltung „Bundesheer on the Road“ wurde im Zeitraum 6. bis 25. September 2006 an neun Terminen in allen Landeshauptstädten durchgeführt.

Zu 5 bis 7:

„Bundesheer on the Road“ wurde im zeitlichen Zusammenhang mit der Aufstellung des Streitkräfteführungskommandos zur Information der Bevölkerung über die Transformation zum „neuen“ Bundesheer durchgeführt. Im Hinblick auf die damals bevorstehenden Nationalratswahlen wurde auch im Bereich der Einladungen ganz bewusst darauf geachtet, dass parteipolitische Aspekte, die nicht dem Zweck dieser Veranstaltung entsprochen hätten, nicht zum Tragen kommen. Aus diesem Grund habe ich auch nicht persönlich an den einzelnen Veranstaltungen teilgenommen. Auch dadurch sollte zum Ausdruck gebracht werden, dass diese für das Österreichische Bundesheer sehr wichtige Informationsreihe keine Bühne für parteipolitische Zwecke bilden kann. Regional bekannte Persönlichkeiten und Medienvertreter wurden durch die Militärkommanden eingeladen, Aufzeichnungen hierzu liegen nicht auf.

Zu 8 bis 13:

„Bundesheer on the Road“ wurde von mehr als 40.000 Personen besucht, pro Veranstaltung jeweils mehr als 4.500. Dies entspricht – nach ersten Berechnungen – einem Informationswert von rund 600.000 Euro. Mit der Tour „Bundesheer on the Road“ wurden die Ziele und Leistungen des „neuen“ Bundesheeres und des mit 1. September 2006 neu aufgestellten Streitkräfteführungskommandos bundesweit der Öffentlichkeit vorgestellt. Zudem wurde im Rahmen dieser Tour auch über Luftraumüberwachung, Grundwehrdienst, Job und Karriere beim Heer, Ausbildungsdienst sowie KPE/KIOP informiert. Im Übrigen verweise ich auf meine einleitenden Ausführungen.

Zu 14 und 15:

Für die Durchführung und Planung der Tour „Bundesheer on the Road“ wurden die Agenturen Markant, Cayenne (jeweils rund 35.000 Euro) und Headquarter (rund 30.000 Euro) beauftragt. Die für die einzelnen Agenturen ausgewiesenen Kosten sind in dem bereits zu den Fragen 1 bis 3 genannten Gesamtbetrag enthalten.

