

1276/J XXII. GP

Eingelangt am 23.12.2003

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

Anfrage

der Abgeordneten Mag^a Muttonen
und GenossInnen

an die Bundesministerin für Bildung, Wissenschaft und Kultur
betreffend Werbeträger ÖBB

Eigene Zugnamen sind nicht nur für Unternehmen aus dem Bereich der Wirtschaft oder Kultur interessant. Auch die Bundesregierung dürfte mittlerweile die Werbekraft von Zugnamen im ÖBB-Fahrplan entdeckt haben: so werden beispielsweise die überraschten Reisenden am Villacher Hauptbahnhof mit der Meldung konfrontiert, dass „Unser soziales Österreich“ Verspätung habe.

Zugnamen auf Bestellung sind laut Auskunft der ÖBB zu Preisen um rund 10.000 Euro pro Fahrplanjahr zu haben. So positiv sich diese Marketingidee für die ÖBB erweist, stellt sich dennoch die Frage, wie tief die SteuerzahlerInnen in die Tasche greifen müssen, um diese weitere Eigenwerbung der Bundesregierung zu finanzieren.

Die unterzeichneten Abgeordneten stellen an die Bundesministerin für Bildung, Wissenschaft und Kultur nachstehende

Anfrage

1. Hat Ihr Ressort seit dem Jahr 2000 Zugnamen der ÖBB gekauft?
2. Wenn ja, welche?
3. Welche Kosten sind den SteuerzahlerInnen seit dem Jahr 2000 dafür entstanden?