

XXII. GP.-NR

4382 /J

19. Juni 2006

ANFRAGE

des Abgeordneten Kogler, Freundinnen und Freunde

an den Bundesminister für Landesverteidigung

betreffend Werbekampagne "Eurofighter. Die optimale Lösung für Österreich"

Der Presse- und Informationsdienst des Bundesministeriums für Landesverteidigung ließ Informationsfolder mit dem Titel „Eurofighter. Die optimale Lösung für Österreich“ in großer Stückzahl herstellen. Die auf rund zehn Paletten gelieferten Druckerzeugnisse gelangten jedoch nicht zur Verteilung. Stattdessen wurden sie in der Heeresbild- und Filmstelle zwischengelagert und sukzessive entsorgt.

Die Firma EADS schaltete im Jahr 2004 ganzseitige Inserate, unter anderem in den Zeitschriften „Der Offizier“ oder „Heeressport“. Titel: „Eurofighter. Die optimale Lösung für Österreich“.

Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher folgende

ANFRAGE:

1. Wann wurden die Folder „Eurofighter. Die optimale Lösung für Österreich“ in Auftrag gegeben?
2. Wer hat den Inhalt des Folders erstellt und wer hat die grafische Aufbereitung geliefert?
3. Wie viel Stück des Folders wurden gedruckt?
4. Welche Kosten sind dem Bundesministerium für Landesverteidigung für Inhalt, Graphik, Layout und sonstige, mit der Erstellung verbundene Leistungen, entstanden?
5. Wie hoch waren die Druckkosten?
6. Gab es Kostenübernahmen oder Zuschüsse von dritter Stelle?
7. Zu welchen Anlässen und in welcher Form sollte der Folder zum Einsatz kommen?
8. Falls überhaupt - wie viele Folder gelangten zur Verteilung?
9. Wer entschied die Folder nicht einzusetzen und stattdessen zu entsorgen?
10. Warum wurde entschieden, die (restlichen) Folder nicht einzusetzen?

11. Wenn die Folder schon unbrauchbar waren, wieso wurden sie nicht beim Presse- und Informationsdienst im Bausch und Bogen entsorgt?
12. Warum wurden sie stattdessen in der Heeresbild- und Filmstelle gelagert und dort nach und nach (heimlich?) entsorgt?
13. Gehört es zu den Aufgaben der Heeresbild- und Filmstelle, überflüssiges Werbematerial anderer Stellen zu entsorgen?
14. Von wem wurde der Slogan „Eurofighter. Die optimale Lösung für Österreich“ erfunden? Hat das Bundesministerium für Landesverteidigung eine Werbekampagne der Firma EADS aufgegriffen und fortgeführt, oder hat die Firma EADS beim BMLV werbemäßig Anleihen genommen?
15. Gab es zu diesem Ideenfluss einen korrespondierenden Geldfluss?
16. In welchen Medien, die im Eigentum oder in einem Naheverhältnis zum Bundesministerium für Landesverteidigung stehen (insofern Heeresangehörige in ihrer Dienstzeit an der Erstellung dieser Medien arbeiten), gab es Werbeeinschaltungen der Firma EADS oder Eurofighter GmbH?
17. Wann wurden diese Inserate geschaltet und was waren die erzielten Einnahmen (aufgeschlüsselt nach Medium, Datum und der jeweiligen Einnahme)?
18. Welche Aufgaben hat Hauptmann Markus Fauland, zu 50% dienstfreigestellter Leiter der Öffentlichkeitsarbeit der Luftraumüberwachung und welche Leistungen erbringt er in seiner Dienstzeit?
19. Gehört etwa die Verfassung einer OTS mit dem Titel „Eurofighter-Typhoon ist die optimale Lösung für Österreich“ zu seinen Aufgaben als Heeresbediensteter, oder hat er das in seiner dienstfreien Zeit als Abgeordneter des Nationalrats verfasst?
20. Ist das Aufgreifen und propagieren der Werbekampagne eines Rüstungskonzern durch einen Heeresbediensteten mit dem Dienstrecht vereinbar?
21. Ist es bei der Beantwortung der Frage 20 erheblich, ob diese Tätigkeit entgeltlich oder unentgeltlich erfolgte?
22. Können sie ausschließen, dass Hauptmann Fauland für Werbe- oder Lobbying-Tätigkeiten von dritter Seite Geld erhalten hat?