

**4734/J XXII. GP**

---

**Eingelangt am 21.09.2006**

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

## **Anfrage**

**der Abgeordneten Bettina Stadlbauer,  
und GenossInnen  
an den Bundesminister für Landesverteidigung  
betreffend „Bundesheer on the Road“**

Mit großem Aufwand und eigenem Track tourt das Bundesheer den ganzen September durch Österreich. Es gibt eine eigene Showbühne, sämtliche Geräte und Waffen werden ausgestellt und können von Besucherinnen „getestet“ werden! In einem eigenen Kidscorner können sich laut Homepage des BMLV „schon die Kleinsten auf Soldaten schminken lassen“!

Mit erheblichem Aufwand wird hier kurz vor einem Nationalratswahltermin Werbung für das Bundesheer gemacht, deren Zweck und Nachhaltigkeit in Frage gestellt werden muss, vor allem, wenn man die Kosten dafür bedenkt. Das Bundesheer gibt unverhältnismäßig Geld für Werbung aus, das für die Bediensteten im Heer dringend benötigt würde.

Die unterzeichneten Abgeordneten richten daher an den Bundesminister für Landesverteidigung nachstehende

**Anfrage:**

1. Wie hoch sind die Gesamtkosten für „Bundesheer on the Road“? (inkl. Honorare für Musiker, Sportler, Betriebsstunden von Geräten und Fahrzeugen, Tourtruck sowie Personalkosten)
  
2. Wie hoch sind die Personalkosten für „Bundesheer on the Road“? (bitte aufgelistet

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

nach Kosten für eigenes und bundesheerfremdes Personal)

3. Wie hoch sind die Kosten für die Betriebsstunden der Fahrzeuge, Hubschrauber, Tourtruck und diversen Gerätschaften während der Tour?
4. Wie viele Termine gab es für die Tour und an welchen Orten fand sie statt?
5. Welche prominente Personen und PolitikerInnen haben bei der Tour als RednerInnen fungiert?
6. Welche prominente Personen oder PolitikerInnen wurden zu „Bundesheer on the Road“ eingeladen?
7. Welche prominente Personen und PolitikerInnen konnten bei der Tour als BesucherInnen begrüßt werden?
8. Wie viele BesucherInnen kamen zu „Bundesheer on the Road“ insgesamt?
9. Wie viele BesucherInnen kamen zu „Bundesheer on the Road“ je nach Termin und Ort?
10. Was soll mit dieser Tour erreicht werden?
11. In welcher Höhe beziffern Sie den Werbewert dieser Tour?
12. Welchen nachhaltigen Effekt erwarten Sie durch diese Tour?
13. Aus welchem Grund findet die Tour im September 2006, im Monat vor der Nationalratswahl, statt?
14. Wurde eine Werbeagentur für die Durchführung und Planung von „Bundesheer on the Road“ beauftragt?
15. Wenn ja, welche und wie hoch waren die Kosten dafür?