



Mag. Norbert DARABOS  
BUNDESMINISTER FÜR LANDESVERTEIDIGUNG

S91143/148-PMVD/2007

1090 WIEN  
Roßauer Lände 1  
norbert.darabos@bmlv.gv.at

9. Jänner 2008

Frau  
Präsidentin des Nationalrates

Parlament  
1017 Wien

XXIII. GP.-NR  
1978 / AB  
09. Jan. 2008  
zu 1972 / J

Die Abgeordneten zum Nationalrat Dr. Bösch, Kolleginnen und Kollegen haben am 9. November 2007 unter der Nr. 1972/J an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend "Internationale Einsätze und Kooperation mit Firmen" gerichtet. Diese Anfrage beantworte ich wie folgt:

Einleitend darf festgehalten werden, dass Informationsmaßnahmen des Bundesministeriums für Landesverteidigung bzw. des Österreichischen Bundesheeres unter Beachtung der Grundsätze der Sparsamkeit, Wirtschaftlichkeit und Zweckmäßigkeit erfolgen. Alle Kommunikationsmaßnahmen haben ausschließlich einen direkten Bezug zur Aufgabenstellung meines Ressorts und dienen der objektivierten Information der Bevölkerung. Eine aufmerksamkeitsstarke Werbewirkung – bloße „Reklame“ – ist nicht im Interesse meines Ressorts.

Österreichische Soldatinnen und Soldaten sind Botschafter der Hoffnung und Menschlichkeit in humanitären Krisengebieten und tragen durch ihren Einsatz zu Stabilität, demokratischen Strukturen und dauerhaftem Frieden bei. In diesem Bereich besitzt das Österreichische Bundesheer ein sog. „Alleinstellungsmerkmal“, das es zu vermitteln gilt. Das kommunikative Umfeld des Nationalfeiertages und die Großveranstaltung des Österreichischen Bundesheeres am Heldenplatz in Wien boten die Gelegenheit, mit speziell darauf zugeschnittenen Informationen auf diesen besonderen Umstand hinzuweisen.

Im Einzelnen beantworte ich die vorliegende Anfrage wie folgt:

### Zu 1, 2, 10 und 11:

Die bereits bestehenden Idee und Konzeption der Werbeagentur Cayenne wurde dem Österreichischen Bundesheer kostenfrei überlassen. So fielen lediglich für Fotoshootings, Lithographie und Reinzeichnung für mehrere Sujets Kosten von insgesamt rund 21.500 Euro (inkl. Steuern) an. Die Kosten für das in der Anfrage angesprochene Sujet können nicht direkt abgeleitet werden, folgende Leistungen wurden jedoch erbracht:

Koordination mit Visagistin, Briefing Foto-Trp/Beleuchtung, Fremdkosten Visagistin, Formatmutationen, Lektorat sowie pdf-writing, 16 Andrucke sowie Farbprüfungen PR-Beitrag sowie Input Nachbearbeitung von 40 Porträts/Aufnahmen, Bildbearbeitung für fünf Inserat-Motive (Paint-Box), Graphik für vier Mastersujets sowie 13 Formatmutationen, Botendienste, Konzepterstellung für Inserat-Flight (Kampagnen-Konzept inkl. Konzepterstellung und Präsentation), Graphisches Konzept der Inserate (Kreativ-Direktion sowie Scribbles, Zeichnungen für Präsentation, Textierung (Konzept, acht Seiten samt sechs Sujet-Texten), Abstimmung der Sujets mit den Büros der Generaldirektoren, Terminkoordination mit Büros der Generaldirektoren, Briefing HBF (in Summe für sechs Termine), Leitung der Shootings (sechs Termine, rd. zwölf Stunden), diverse Korrespondenz, Account Management, Supervision durch Geschäftsführung, Copyrights auf Idee und Umsetzung, Verwendungsrechte (nach Richtsätzen der WKO).

### Zu 3:

Die Kosten der Inseratenschaltung im Vorlauf der Feierlichkeiten des Nationalfeiertages betragen für alle Medien rund 24.000 Euro. Die Schaltungen in der Zeitung „Der Soldat“ und dem Magazin „Einsatz“ können nicht quantifiziert angegeben werden, da hierfür jährliche Rahmenvereinbarungen bestehen.

### Zu 4 bis 6:

Nein, keine.

### Zu 7:

Die Kosten wurden aus dem Budget des Bundesministeriums für Landesverteidigung getragen.

### Zu 8 und 9:

Ja; neben der Siemens AG Österreich waren dies die Raiffeisen Holding Niederösterreich-Wien und die Alcatel Lucent Austria GmbH.

Zu 12 und 14:

Hiezu verweise auf meine Ausführungen in Beantwortung der parlamentarischen Anfrage Nr. 1737/J.

Zu 13:

Keine.

Zu 15:

Die Siemens AG Österreich hat eine Partnerschaft mit einem Verband des Österreichischen Bundesheeres, in deren Rahmen Informations- und Partnerschaftsveranstaltungen durchgeführt werden.

Zu 16, 17, 20 und 22:

Keine.

Zu 18:

Seit 1969 haben Verbände des Österreichischen Bundesheeres die Möglichkeit, Partnerschaften mit zivilen Institutionen und Unternehmen zu schließen. Partnerschaften in diesem Sinne stellen rechtlich unverbindliche Plattformen für wehrpolitische Aktivitäten dar, die österreichische Unternehmen, Wirtschaftsorganisationen, wirtschaftlich orientierte Vereinigungen oder Bünde, Interessenvertretungen, Gesellschaften sowie Körperschaften des öffentlichen Rechts mit militärischen Verbänden zusammenführen. Ziel dieser Partnerschaften ist es, durch ein enges Zusammenwirken von Bundesheer und zivilen Organisationen das Vertrauen in die sicherheitspolitische Konzeption Österreichs zu stärken und die Akzeptanz der militärischen Landesverteidigung zu erhöhen. Durch Kooperationen und gemeinschaftliche Veranstaltungen sollen Bindungen zwischen dem Österreichischen Bundesheer und dem zivilen Umfeld wechselseitig gefördert und vertieft werden.

Zu 19:

Das Österreichische Bundesheer arbeitet im Zuge eines Landwirtschaftsprojektes mit der Raiffeisen Holding Niederösterreich-Wien, mit dem österreichischen Fleckviehzuchtverband und der Rinderbesamungsanstalt Gleisdorf zusammen. Dieses Projekt, das die Gründung einer Genossenschaft und die Errichtung einer Molkerei in Suva Reka sowie einer Besamungsanstalt in Stimlje umfasst, wird durch die angeführten Unternehmen und die Landeslandwirtschaftskammer Steiermark mit rund 1 Mio. Euro finanziert und durch die Austrian Development Agency gefördert.

Zu 21:

Die OMV AG ist eines der zahlreichen Partnerunternehmen, die das Österreichische Bundesheer bei seinen wehrpolitischen Aktivitäten unterstützt. Beispielhaft wäre hier die durch das Bundesministerium für Landesverteidigung veranstaltete Seminarreihe „Forum Bundesheer & Partner“ zu erwähnen, bei der die OMV AG unentgeltlich einen Referenten zum Thema „Wirtschaft und Sicherheitspolitik in Europa – Fokus Energieversorgung“ beistellte.

Zu 23:

Die Aufwendungen für die Missionen IFOR, SFOR und EUFOR/ALTHEA betragen – beginnend mit dem Jahr 1996 – bis dato rund 104 Mio. Euro.

Zu 24:

Für die Mission KFOR sind – beginnend mit dem Jahr 1999 – bis dato Kosten von rund 255 Mio. Euro erwachsen.

/ Axel Weber