

---

**2132/J XXIII. GP**

---

**Eingelangt am 16.11.2007**

**Dieser Text wurde elektronisch übermittelt. Abweichungen vom Original sind möglich.**

## **ANFRAGE**

der Abgeordneten Dr Gabriela Moser, Freundinnen und Freunde

an den Bundesminister für Verkehr, Innovation und Technologie

betreffend „Medienkooperation“

Wie aus diversen Werbeblöcken in verschiedenen Tageszeitungen, vor allem aber in Massenblättern, ersichtlich ist, wenden ÖBB und Asfinag seit Ihrem Amtsantritt erhebliche Mittel für „Öffentlichkeitsarbeit“ auf. Dabei scheint wiederholt auch das Konterfei des Verkehrsministers auf. Nachdem die ÖBB verstärkt KundInnen ansprechen sollen, ist die Werbeintensität zumindest teilweise nachvollziehbar. Die Sinnhaftigkeit der Asfinag-Werbung erschöpft sich in Image-Bildung, die angesichts der Monopolstellung der Asfinag jedoch zweitrangig ist. Vor allem die finanzielle Situation der Asfinag lässt diese Aufwendungen im Umfang von 1.32 Mio als nicht gerechtfertigt erscheinen. Der Antragstellerin liegen Informationen vor, dass die Zeitung „Österreich“ für die Beilage „Land der Tunnel“ 100.000 Euro, für die Beilage „Innovativ: Sicher unterwegs“ 138.000 Euro für die Beilage „Innovativ-Datenhighway“ 85.000 Euro, für Verkehrsinfo 110.000 Euro und für die Vignettenkooperation 521.000 Euro erhält. Mit der „Kronzeitung“ wird über eine Beilage „Tunnelsicherheit“ um 250.000 Euro verhandelt.

Da der Antragstellerin eine Auftragsbestätigung einer Zeitschrift vorliegt, aus der direkt hervorgeht, dass der Auftrag von über 20.000 Euro direkt von „Herrn Faymann“ kam und die Asfinag diese Rechnung zu begleichen hat, erheben sich Fragen über den Zweck und die Notwendigkeit dieser Werbeeinschaltungen „auf höchsten Wunsch“.

Allseits bekannt ist ja die Tatsache, dass Sie vormalig als Wohnbaustadtrat der Stadt Wien durch Inseratengelder die positive Darstellung Ihrer Verdienste um den Wohnbau verstärkten und Ihre Kontakte zu Massenblättern verbesserten. Die Beauftragung von staatseigenen Firmen durch den zuständigen Minister, Inserate zu schalten, erfordert genaue Durchleuchtung, da „Umwegrentabilitäten“ nicht

auszuschließen sind. Vor allem dann, wenn in die Abteilung „Unternehmenskommunikation“ der Asfinag – in die wesentlichen Schnittstelle für die Öffentlichkeitsarbeit – eine ehemalige Mitarbeiterin aus Ihrem Kabinett, Frau Klaudia Niedermühlbichler (KNI), wechselte.

Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher folgende

### **ANFRAGE:**

1. Welche Aufträge, Medienkooperationen einzugehen, erteilten Sie der Asfinag konkret (Umfang, Kosten und Medien)?
2. Wodurch sind die hohen Summen gerechtfertigt, die auf Ihren Auftrag hin die Asfinag für Werbezwecke erbringen muss?
3. Wie können Sie dies angesichts der Finanzlage der Asfinag rechtfertigen?
4. Wie werden Sie den Image-Schaden der Asfinag, den Sie mit Ihrer Entscheidung bewirkten, bestehende Vorstandsverträge mittels Millionenhöhe Abfertigungen aufzulösen, wieder korrigieren?
5. Aus welchen Gründen wechselte Klaudia Niedermühlbichler von Ihrem Kabinett in die Abteilung UKom / Leitung Marc Zimmermann der Asfinag?