
3352/AB XXIV. GP

Eingelangt am 17.12.2009

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

BM für Verkehr, Innovation und Technologie

Anfragebeantwortung

An die
Präsidentin des Nationalrats
Mag.^a Barbara PRAMMER
Parlament
1017 W i e n

GZ. BMVIT-9.000/0058-I/PR3/2009
DVR:0000175

Sehr geehrte Frau Präsidentin!

Die Abgeordneten zum Nationalrat Petzner, Kolleginnen und Kollegen haben am 16. Oktober 2009 unter der **Nr. 3293/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend Werbekosten der Bundesregierung gerichtet.

Diese Anfrage beantworte ich wie folgt:

Vorweg möchte ich – wie schon mehrfach betont – festhalten, dass von Seiten des Bundesministeriums für Verkehr, Innovation und Technologie keine Werbung betrieben wird, sondern es sich um Informationsarbeit handelt.

Zu den Fragen 1, 2 und 4:

- *Wie viel Steuergeld hat das Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie seit 1.1.2009 bis zum Einlangen dieser Anfrage in Werbung in Printmedien investiert? (Bitte um Kostenaufschlüsselung nach Monat und jeweiligem Printmedium)*
- *Wie viel Steuergeld hat das Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie seit 1.1.2009 bis zum Einlangen dieser Anfrage in Werbung in TV, Internet und Hörfunk investiert? (Bitte um Kostenaufschlüsselung nach Monat und jeweiligem Medium)*
- *Welche Initiativen oder Kampagnen mit welchem Inhalt wurden seit 1.1.2009 bis zum Einlangen dieser Anfrage seitens Ihres Ressorts beworben?*

Da Ihre Fragen im laufenden Jahr 2009 mehrfach Gegenstand von schriftlich gestellten parlamentarischen Anfragen waren, erlaube ich mir auf meine Anfragebeantwortungen zu den Anfragen Nr. 1304/J, 2858/J, 2872/J sowie Nr. 3128/J zu verweisen.

Darüber hinaus wurden seitens meines Ressorts inklusive nachgeordneter Dienststellen € 596.798,88 für Informationstätigkeit in den Printmedien Austria Innovativ, Gewinn, Heute, Krone, Madonna, Nightline, Österreich, Die Presse, Der Standard, Vormagazin, Wiener Bezirksblatt und Woman ausgegeben.

Für Schaltungen in TV, Internet und Hörfunk sind im angefragten Zeitraum keine Kosten angefallen. Im Rahmen der Informationstätigkeit des BMVIT wären beispielhaft folgende Initiativen bzw. Kampagnen zu nennen: Im Rahmen der Verkehrssicherheit z.B. Kindersicherheit im Auto, Motorradoffensive 2009 („Trainieren, fahren, sparen“). Das BMVIT sieht es als seine Aufgabe, eine positive Stimmung für Forschung und Entwicklung – als Grundlage von Wachstum und Wohlstand – zu schaffen. Daher werden gezielte Schwerpunkte gesetzt, um für Forschung und Entwicklung zu interessieren, z.B.: mit Informationen über die Alpbacher Technologiegespräche, mit der Unterstützung von Forschungsschwerpunkten in Zeitungen und Zeitschriften, mit Informationen über den letzten Stand der Technik, z.B. Elektromobilität. Ein weiterer Schwerpunkt der Informationstätigkeit war Jugendlichen das Zukunftsfeld Forschung und Technik näher zu bringen: Unter dem Titel „Den Forschergeist wecken“ wurden z. B. beworben: 1000 Praktikumsplätze in forschungsnahen Unternehmen, Kinderuni, Lange Nacht der Forschung.

Zu Frage 3:

- *Wie viel Steuergeld hat das Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie seit 1.1.2009 bis zum Einlangen dieser Anfrage insgesamt in Drucksorten (Broschüren, Werbematerialien, Briefsorten etc) investiert?*

Ich verweise auf meine Anfragebeantwortung zur schriftlichen parlamentarischen Anfrage Nr. 3128/J.

Darüber hinaus wurden in die Neugestaltung und Druck der neuen Kindersitzbroschüre sowie dem Folder „Führerscheinvormerksystem“ €31.584,38 investiert.

Zu Frage 5:

- *Wie viel Steuergeld hat das Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie seit 1.1.2009 bis zum Einlangen dieser Anfrage insgesamt in Aufträge an Werbeagenturen, PR-Unternehmen und diverse Kommunikationsdienstleister investiert?*

Im Jahr 2009 wurden bis dato keine Agenturen mit Informationstätigkeit bzw. Öffentlichkeitsarbeit betraut.

Zu Frage 6:

- *Wie viele Mitarbeiter sind aktuell im Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie im Bereich Öffentlichkeitsarbeit beschäftigt und wie hoch sind in diesem Zusammenhang die Personalkosten im Durchschnitt pro Jahr?*

Die Abwicklung von Informationsaktivitäten obliegt den nach der Geschäftseinteilung des BMVIT zuständigen Organisationseinheiten. Eine Angabe der Personalkosten ist nicht möglich, da bei den meisten betroffenen Mitarbeiter/innen Öffentlichkeitsarbeit nur ein Teil ihres Aufgabenbereiches ist.