



MAG. NORBERT DARABOS
BUNDESMINISTER FÜR LANDESVERTEIDIGUNG UND SPORT

S91143/3-PMVD/2010

25. März 2010

XXIV. GP.-NR

4262 /AB

26. März 2010

zu 4313 /J

Frau

Präsidentin des Nationalrates

Parlament

1017 Wien

Die Abgeordneten zum Nationalrat Windbüchler-Souschill, Freundinnen und Freunde haben am 27. Jänner 2010 unter der Nr. 4313/J an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend "Heer4U Kampagne und Jugendarbeitslosigkeit" gerichtet. Diese Anfrage beantworte ich wie folgt:

Zu 1 bis 3:

Die Aufgaben des Österreichischen Bundesheeres leiten sich vornehmlich aus der Bundes-Verfassung sowie den wehrrechtlichen Normen ab, wobei dabei das zentrale Element die militärische Landesverteidigung ist. Dass das Österreichische Bundesheer eine Institution des Öffentlichen Dienstes darstellt und zur Erfüllung seiner gesetzlichen Verpflichtungen tausenden österreichischen Staatsbürgerinnen und Staatsbürgern Arbeitsplätze bietet, ist eine unbestreitbare Tatsache. Die Eindämmung der Jugendarbeitslosigkeit erfolgt in Österreich bekanntlich mit einem vielschichtigen Instrumentarium, wovon das Österreichische Bundesheer nicht als Bestandteil gesehen werden kann. Dessen ungeachtet ergeben sich diverse positive Effekte für den Arbeitsmarkt, wenn das Österreichische Bundesheer jährlich mehr als 1000 jungen Menschen die Möglichkeit bietet, befristete oder unbefristete Dienst- oder Ausbildungsverhältnisse einzugehen. Nach einer mehrjährigen Verpflichtung entstehen zusätzlich Ansprüche auf Berufsförderung. Durch derartige Berufsförderungsmaßnahmen und Möglichkeiten zur Weiterqualifizierung entstehen wiederum verbesserte Chancen am zivilen Arbeitsmarkt.

Zu 4, 17 und 18:

Die unter der Bezeichnung „Heer4U“ laufende Maßnahme ist eine Informationsreihe für Jugendliche im Alter zwischen 14 und 18 Jahren und wurde für einen Zeitraum von drei Jahren (2009 bis 2011) konzipiert.

Zu 5:

„Heer4U“ wendet sich an relevante Zielgruppen, um zur Sicherstellung des erforderlichen personellen Rahmens des Österreichischen Bundesheeres beizutragen, behandelt den Themenbereich „Karriere beim Heer“ und setzt sich aus informativen Botschaften und emotionalen Impulsen zusammen. Den Kriterien einschlägiger Marktkommunikation folgend, soll mit emotionalen Impulsen Aufmerksamkeit bei den relevanten Zielgruppen geweckt werden, um eine Auseinandersetzung mit den informativen Inhalten zu bewirken.

Zu 6:

Um eine an den Bedürfnissen der Rezipienten orientierte Wirkung zu erzielen, wurde crossmedial über zielgruppenaffine und jugendrelevante Printmedien, TV und Internet kommuniziert.

Zu 7:

Die Kosten für die Produktion von 20 Videoclips (Podcasts, Testimonials, Werbevideoclips) betragen 32.800 €, somit durchschnittlich 1.640 € je Spot.

Zu 8:

Hiezu ist festzuhalten, dass mit dieser Kampagne keine Werbeagentur beauftragt wurde, da im Sinne der Wirtschaftlichkeit, Zweckmäßigkeit und Sparsamkeit die entsprechenden Kosten für reine Agenturleistungen nicht vertretbar schienen und auch nicht budgetiert waren und diese Leistungen im eigenen Bereich des Ressorts erbracht werden konnten.

Zu 9:

Die Kosten für die grafische Bearbeitung beliefen sich auf 7.080 €.

Zu 10 und 11:

Es erfolgten insgesamt 71 Inseratenschaltungen in 16 Printmedien und einem Online-Medium. Die Schaltungen erfolgten in Jugend- und Kinomagazinen, Schulkalendern, Schulplanern, Schüler- und Maturazeitschriften sowie Lehrlingsbroschüren.

Zu 12:

Die Kosten für digitale Werbebanner und Nachrichtenservice betragen 24.000 €. Jene für die Schaltungen von 71 Inseraten in 16 verschiedenen Printmedien 192.346,64 €. Die Kosten für die Ausstrahlung von Radio- und Fernsehspots durch privatrechtliche Sender

beliefen sich auf 138.384,23 €. Die Kosten für Schaltungen (um Lehrlinge zu erreichen, um über Spezialfunktionen im Österreichischen Bundesheer zu informieren sowie um Hinweise auf Berufs- und Studieninformationsmessen zu geben) betragen einschließlich sämtlicher begleitenden Kommunikationsmaßnahmen 45.282,78 €.

Zu 13:

Die Gesamtkosten der bisherigen Informationsreihe „Heer4U“ belaufen sich auf 439.893,65 €.

Zu 14:

Nein. Der Clip „Ulan gegen Audi R8“ ist weder als Teil der Informationsreihe für Jugendliche „Heer4U“ produziert worden oder hierfür vorgesehen gewesen.

Zu 15 und 16:

Über die oben angeführten allgemeinen Werbemaßnahmen hinaus, erfolgte keine gesonderte Bewerbung der Videoclips. Die Verfügbarkeit der Videoclips wurde lediglich über eine durch die APA verbreitete Pressemitteilung bekannt gegeben, wofür keine gesonderten Kosten angefallen sind.

Zu 19:

Der finanzielle Aufwand für die Informationsreihe „Heer4U“ wird voraussichtlich im laufenden und im kommenden Jahr im bisherigen Ausmaß etwa gleich bleiben.

Zu 20:

Die Entscheidung für eine Dienstleistung im Österreichischen Bundesheer beruht grundsätzlich auf multikausalen Faktoren. Inwieweit die gesamte Informationsreihe „Heer4U“ im Einzelfalle als Faktor werbewirksam relevant war, könnte erst nach Durchführung empirischer Erhebungen beantwortet werden.

Zu 21:

Zielsetzung der Informationsreihe „Heer4U“ liegt darin, das Interesse der Jugendlichen für den Soldatenberuf zu wecken, wobei schon die allgemeine Lebenserfahrung Auskunft über die Gefahreneignung des Dienstes sowohl für Berufspersonal als auch für der allgemeinen Wehrpflicht unterliegende Soldaten des Österreichischen Bundesheeres gibt. Im Rahmen der Aufnahme- und Personalgespräche bei den Streitkräften und beim Heerespersonalamt wird darüber hinaus umfassend über die Besonderheiten des gefahreneigneten Berufsbildes der Soldatinnen und Soldaten informiert. Die Erfahrung zeigt, dass bei den Bewerberinnen und Bewerbern bereits vorab ein hohes Maß an Eigenverantwortung und Bewusstsein hinsichtlich des Gefahrenpotentials des Soldatenberufs besteht.

Zu 22:

Für Soldaten des Österreichischen Bundesheeres ist auf Grund des besonderen Vertrauensverhältnisses nach den gesetzlichen Vorgaben die österreichische Staatsbürgerschaft zwingend erforderlich.

Zu 23:

Diese Frage betrifft keinen Gegenstand des Vollziehungsbereichs des Bundesministeriums für Landesverteidigung und Sport.

And Weber