

---

**7229/AB XXIV. GP**

---

Eingelangt am 23.02.2011

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

BM für Verkehr, Innovation und Technologie

## Anfragebeantwortung

An die  
Präsidentin des Nationalrats  
Mag.<sup>a</sup> Barbara PRAMMER  
Parlament  
1017 Wien

GZ. BMVIT-11.000/0038-I/PR3/2010  
DVR:0000175

Wien, am . Februar 2011

Sehr geehrte Frau Präsidentin!

Die Abgeordneten zum Nationalrat Hagen und KollegInnen haben am 23. Dezember 2010 unter der **Nr. 7333/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend Geldverschwendungsaktion durch Verkehrsschilder „GIB ACHT IM TUNNEL“ an Autobahnen und Schnellstraßen gerichtet.

Diese Anfrage beantworte ich wie folgt:

Zu den Fragen 1 bis 20, 22 bis :

- *Wie viele der Verkehrsschilder „GIB ACHT IM TUNNEL“ wurden österreichweit an den einzelnen Schnellstraßen und Autobahnen aufgestellt (bitte aufgeschlüsselt nach der Autobahn und Schnellstraße)?*
- *Wann wurden diese Schilder aufgestellt?*
- *Nach welchen Kriterien wurden diese Verkehrsschilder aufgestellt und wer hat die Standorte dieser Schilder festgelegt?*
- *Warum wurden diese Verkehrsschilder beispielsweise an der S 31 – Burgenland Schnellstraße aufgestellt, obwohl es an dieser Straße keine Tunnel gibt?*

- *War die getroffene Errichtung der Verkehrsschilder mit Ihnen bzw. Ihrem Ministerium abgesprochen?*
- *Halten Sie die Errichtung solcher Verkehrsschilder wie an der S 31, A 1 oder A4 für sinnvoll und zweckmäßig?*
- *Sind Sie der Meinung, dass mit der Herstellung und Verwendung der Verkehrsschilder die Einnahmen aus Vignette und LKW-Maut sparsam und zweckmäßig ausgegeben wurden?*
- *Wie lange sollen diese Verkehrsschilder aufgestellt bleiben?*
- *Treten Sie dafür ein, dass die Verkehrsschilder an den tunnellosen Schnellstraßen und Autobahnen entfernt werden? Wenn nein, warum nicht?*
- *Glauben Sie, dass durch die Errichtung dieser Schilder die Verkehrssicherheit erhöht wird?*
- *Welche konkreten Ergebnisse für die Verkehrssicherheit erwarten Sie sich durch die Errichtung dieser Verkehrsschilder insbesondere bei tunnellosen Schnellstraßen und Autobahnen?*
- *Konnten Sie bereits positive Auswirkungen bzw. Ergebnisse aufgrund der Werbeaktion feststellen? Wenn ja, welche?*
- *Wie viele dieser Verkehrsschilder wurden in einer Entfernung von über 20 km vor einem Tunnel errichtet bzw. ohne Tunnel aufgestellt?*
- *Wie hoch sind, waren bzw. werden die Gesamtkosten für diese Werbeaktion „GIB ACHT IM TUNNEL“ sein?*
- *Wer trägt die Kosten für die Verkehrsschilder und deren Herstellung?*
- *Wie hoch sind bzw. waren die Herstellungskosten für diese Schilder?*
- *Wann wurde mit dieser Kampagne gestartet und wann soll sie beendet werden?*
- *Welche finanzielle bzw. vertragliche Verpflichtung sind Sie bzw. das Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie für die Kampagne einschließlich der Errichtung dieser Verkehrsschilder eingegangen?*
- *Mit wem sind Sie bzw. Ihr Ministerium welche exakte Vereinbarung für diese Werbeaktion eingegangen?*
- *In welchen Medien und an welchen Tagen wurde die Kampagne bzw. Werbeaktion „GIB ACHT IM TUNNEL“ geschaltet und auf welchen Zeitraum ist bzw. wurde sie angelegt?*
- *Wie hoch sind die jeweiligen Kosten im Zusammenhang mit der Werbeaktion bzw. Inseratschaltung in den einzelnen Printmedien?*
- *Wer hat dieses Inserat geschaltet bzw. welche Werbeagentur wurde mit dieser Kampagne beauftragt? Welche Kosten verursachte die beauftragte Agentur?*
- *Gab es inhaltliche Vorgaben für diese Kampagne und wenn ja, welcher Art?*
- *Gab es eine Ausschreibung für die Erstellung dieser Kampagne? Wenn ja, wo wurde sie bekannt gemacht und wer hat sich an der Ausschreibung beteiligt?*
- *Wer hat den Auftrag für die Ausschreibung vergeben und welche Kriterien waren dafür ausschlaggebend?*
- *Wann und von wem (natürliche und juristische Person) wurde der Auftrag für die graphische und inhaltliche Gestaltung dieser Kampagne erteilt? An wen wurde der Auftrag für die graphische und inhaltliche Gestaltung dieser Kampagne erteilt?*
- *Wurden mehrere Angebote für den Auftrag der graphischen und inhaltlichen Gestaltung der Kampagne eingeholt?*
- *Wenn ja, nach welchem Prinzip wurde die Auftragserteilung getätigt? Wurde der billigste Anbieter ausgewählt?*
- *Wie lautet die exakte Beauftragung (Vertrag) für die graphische und inhaltliche Gestaltung der Kampagne?*
- *Wurden die graphische Gestaltung und die inhaltliche Textierung getrennt in Auftrag gegeben?*
- *Wurden für die Kampagne unterschiedliche Aufträge an mehrere Auftragnehmer erteilt?*

- *Wie hoch sind die exakten Gesamtkosten für die graphische und inhaltliche Gestaltung der Kampagne?*
- *Über welchen Zeitraum ist diese Kampagne geplant?*

Die selbstständige Tätigkeit ausgegliederter Einrichtungen in privatrechtlicher Form ist keine Verwaltungstätigkeit, die der politischen Kontrolle iSd. Art. 52 Abs. 1 B-VG unterliegt. Daran ändert auch die Regelung des Art. 52 Abs. 2 B-VG nichts, die nur klarstellen wollte, dass das Interpellationsrecht in Bezug auf ausgegliederte Einrichtungen nur insoweit besteht, als der Bundesminister auf die Tätigkeit der ausgegliederten Einrichtungen eine Ingerenzmöglichkeit besitzt (vgl. Kahl in Korinek/Holoubek, Österreichisches Bundesverfassungsrecht, RZ 28f. zu Art. 52 B-VG).

Die vorliegenden Fragen betreffen daher keine in die Zuständigkeit des Bundesministeriums für Verkehr, Innovation und Technologie fallenden Gegenstände der Vollziehung, insbesondere auch keine Angelegenheiten der Verwaltung des Bundes als Träger von Privatrechten und sind somit von dem in § 90 Geschäftsordnungsgesetz 1975 idGF. determinierten Fragerecht nicht erfasst.

Zu den Fragen 17, 21 und 36:

- *Welche Kosten sind bei dieser Werbeaktion der ASFINAG und welche dem Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie entstanden?*
- *Hat es über diese Werbeaktion Gespräche mit Ihrem Ministerium gegeben und wer hat daran teilgenommen und wann haben diese mit welchem Ergebnis stattgefunden?*
- *Wurden bzw. werden für diese Werbeaktion Budgetmittel des Bundesministeriums für Verkehr, Innovation und Technologie zur Verfügung gestellt? Wenn ja, um welche Ansätze handelt es sich?*

Dem BMVIT sind keine Kosten entstanden. Als Tunnelmanager war die ASFINAG auf Basis des Straßentunnelsicherheitsgesetzes (STSG) bzw. der EU-Tunnelsicherheitsrichtlinie verpflichtet eine entsprechende Kampagne durchzuführen. Die Kampagne wurde auf fachlicher Ebene mit der zuständigen Abteilung abgestimmt.