

968/AB XXIV. GP

Eingelangt am 17.04.2009

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

BM für Verkehr, Innovation und Technologie

Anfragebeantwortung

GZ. BMVIT-9.000/0012-I/PR3/2009

DVR:0000175

An die
Präsidentin des Nationalrats
Mag.^a Barbara PRAMMER
Parlament
1017 Wien

Wien, am . April 2009

Sehr geehrte Frau Präsidentin!

Die Abgeordneten zum Nationalrat Dr. Moser, Freundinnen und Freunde haben am 18. Februar 2009 unter der **Nr. 938/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend BMVIT-Gelder für den „Sohn von Rambow“ gerichtet.

Diese Anfrage beantworte ich wie folgt:

Zu den Fragen 1 und 2:

- *Worin bestand die Unterstützung des BMVIT für den „Wiener Bezirksblatt-Kinomontag“ am 13.10.2008 in Wien konkret und welche Kosten waren damit (sowie ggf. mit der Werbung für diesen Event wie etwa im „Wiener Bezirksblatt“) verbunden?*
- *Wie erklären Sie die Verwendung von Verkehrssicherheitsgeldern des BMVIT für eine Grisiaufführung eines Films „mit wilden Stunts“ und der Zielgruppe „ab 6 Jahren“ samt Gratispopcorn etc.?*

Die Kosten des „Wiener Bezirksblatt-Kinomontag“ beliefen sich für das Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie auf € 56.700,--. Diese im Zuge der Verkehrssicherheitskampagne „Erst denken, dann lenken“ getätigten Ausgaben wurden aus den dafür zweckgebundenen Mitteln des Verkehrssicherheitsfonds bedeckt. Absicht der Maßnahme war es, die Zielgruppe der Jugendlichen in besonderer Weise zu erreichen, da der pädagogische Wert der Verkehrssicherheitskampagne bei dieser Zielgruppe besonders wichtig erscheint.

Zu den Fragen 3 und 4:

- Welche Mittel sind seitens des BMVIT im einzelnen für welche Gegenleistungen a) 2007 bis 2008, b) im bisherigen Verlauf des Jahres 2009 in Medien und andere Aktivitäten der VWZ Zeitschriftenverlags GmbH geflossen?
- Welche Mittel sind seitens des BMVIT im einzelnen für welche Gegenleistungen a) 2007 bis 2008, b) im bisherigen Verlauf des Jahres 2009 in Medien und andere Aktivitäten der übrigen Töchter der Echo Medienhaus Ges.m.b.H. sowie in Medien und andere Aktivitäten der Echo Medienhaus Ges.m.b.H. selbst geflossen?

In Ergänzung zu den Fragen 1 und 2 wurden in den angefragten Medien seitens des bmvit im Zeitraum 2007 bis zum Einlangen der gegenständlichen Anfrage im Rahmen der Verkehrssicherheitskampagnen „Erst denken, dann lenken“ sowie „Aus mit Licht am Tag“ Ausgaben in der Höhe von € 143.986,51 aus den dafür zweckgebundenen Mitteln des Verkehrssicherheitsfonds getätigt.

Die Ausgaben für den Themenbereich Forschung und Technologie belaufen sich auf € 44.100,--.