
10369/J XXIV. GP

Eingelangt am 19.01.2012

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

ANFRAGE

des Abgeordneten Dr. Walter Rosenkranz
und weiterer Abgeordneter

an den Herrn Bundesminister für Gesundheit
betreffend **"Satte Rabatte" für Werbeinserate – Verhandlungsgeschick des BMG bei entgeltlichen Einschaltungen**

In Beantwortung der Anfrage 9073/J betreffend Gesamtkosten der Regierungsinserate listet das Bundesministerium für Gesundheit für den Zeitraum 1. Jänner bis 1. Juli 2011 Einschaltungen in den folgenden Printmedien auf:

Medium	Sujet	Betrag in EUR <small>(inkl. Steuern)</small>
Kinder und Eltern 2/2011	Ernährungskampagne	2.751,00
Mediengruppe Österreich		114.902,56
Salzburger Nachrichten 21.4.		5.713,93
Illustrierte Neue Welt 3/4		2.370,82
Verein Förderung Patienteninformation		2.840,04
Krone LIVE 15.4.		36.540,00
Journal Krone		101.277,54
KOSMO 04/11		11.226,60
PRO-GE Taschenkalender 2011		2.772,00
PRO-GE Broschüre „Essensreport“ Jänner 2011		1.500,--
Standard 12.3.		9.493,85
Woman		29.051,20
News 3.3.2011		33.842,34
AHVV Verlags GmbH		152.373,31

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

Allein für das erste Halbjahr ergeben sich daher für eine Reihe von Medien wiederholte Aufträge.

In diesem Zusammenhang richten die unterfertigten Abgeordneten an den Herrn Bundesminister für Gesundheit die folgende

Anfrage

1. Welche Einschaltungen erfolgten seitens des BMG bzw. nachgelagerter Dienststellen im zweiten Halbjahr 2011? (Bitte aufgegliedert nach Medium, Informationszweck, Informationsart und Kosten inkl. Steuern!)
2. Zu welchen Konditionen erfolgten die Werbeeinschaltungen in den genannten Medien?
3. Wurde seitens des BMG versucht, bei größeren Auftragsvolumen bzw. durch Inaussichtstellung wiederholter Aufträge Rabatte zu erzielen? (Bitte nach Medium und Konditionen aufgliedern!)
4. Falls nein, warum nicht?
5. Hätte bei den genannten Medien die Möglichkeit bestanden, Rabatte gewährt zu bekommen?