

2577/J XXI.GP

Eingelangt am: 07. 06. 2001

Anfrage

des Abgeordneten Dr. Caspar Einem
und Genossinnen und Genossen
an die Bundesministerin für auswärtige Angelegenheiten
betreffend der Öffentlichkeitsarbeit der Außenministerin.

Am 6. Juni 2001 wurden zwei gleichlautende Inserate zum Thema „Strategische Partnerschaft“ in der Financial Times geschaltet.

Angesichts dieser Tatsache richten die unterfertigten Abgeordneten an die Bundesministerin für auswärtige Angelegenheiten folgende Anfrage:

- 1) Welche Kosten sind für den Steuerzahler auf Grund der Schaltung dieser zwei Inserate angefallen?
- 2) Falls die Kosten nicht vom Bund getragen worden sein sollten: Haben Sie die Schaltung der Inserate veranlaßt?
- 3) Wer hat die dafür angefallenen Kosten getragen?
- Wie hoch waren sie?
- 4) Welche Gründe waren ausschlaggebend auf Seite 3 und auf Seite 11 der Financial Times vom 6.6.2001 gleichlautenden Inserate zu schalten?
- 5) Gehen Sie davon aus, dass die 2fache Schaltung dieses Inserates die Leser der Financial Times doppelt so stark beeinflusst als eine Einfache? Oder gehen Sie von einer darüber hinaus gehenden Wirkung aus?
- 6) Gehen Sie davon aus, dass die Schaltung dieser Inserate die Position Österreichs in Europa und im Vereinigten Königreich verbessert?
- Wenn ja, in welcher Weise?
- 7) Welchen Nutzen haben die Österreicherinnen und Österreicher von derartigen Inseraten?

- 8) Welche vergleichbaren Werbemaßnahmen sind bisher im Jahr 2001 geschehen?
- Zu welchen Kosten?
- 9) Welche Werbemaßnahmen dieser Art sind bis zum Jahresende geplant?
- Zu welchen Kosten?
- 10) In dem Inserat ist von strategischer Partnerschaft die Rede. Im Vernehmen nach haben die Vertreter der dazu eingeladenen Partnerstaaten darauf bestanden, dass auf das Wort „strategisch“ verzichtet wird. Haben Sie vor, nun auch Inserate über die Ergebnisse der Regionalkonferenz am 6.6.2001 zu schalten?
- 11) In der Einschaltung der Financial Times werden Sie mit dem Satz zitiert: „I regard enlargement as my Numer One foreign policy priority.“ Welchen Preis sind Sie für diese Priorität zu zahlen bereit:
 - a) an Werbekosten
 - b) an Abstrichen an den Beitrittsbedingungen (z.B. Übergangsfristen)