
10222/AB XXIV. GP

Eingelangt am 19.03.2012

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

BM für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft

Anfragebeantwortung

NIKOLAUS BERLAKOVICH

Bundesminister



lebensministerium.at

An die
Frau Präsidentin
des Nationalrates
Mag.^a Barbara Prammer
Parlament
1017 Wien

ZI. LE.4.2.4/0018 -I 3/2012

Wien, am 16. MRZ. 2012

Gegenstand: Schriftl. parl. Anfr. d. Abg. z. NR Dr. Walter Rosenkranz, Kolleginnen und Kollegen vom 19. Jänner 2012, Nr. 10375/J, betreffend „Satte Rabatte“ für Werbeinserate – Verhandlungsgeschick des BMLFUW bei entgeltlichen Einschaltungen

Auf die schriftliche parlamentarische Anfrage der Abgeordneten Dr. Walter Rosenkranz, Kolleginnen und Kollegen vom 19. Jänner 2012, Nr. 10375/J, teile ich Folgendes mit:

Zu Frage 1:

Im zweiten Halbjahr 2011 sind seitens des Bundesministeriums für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft (BMLFUW) Kosten von € 1.819.069,94 (inkl. Steuern) angefallen. In nachstehenden Medien wurden Einschaltungen getätigt:

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

Kurier, Die Presse, Neue Kronenzeitung, Kleine Zeitung, Salzburger Nachrichten, Wirtschaftsblatt, Standard, Oberösterreichische Nachrichten, NÖN, ÖKOStandard, Österreich, News/X-Press, News Culinarium, Österr. Bauernzeitung, Heute, Kommunal, Forum Land, Agrar Wien Aktuell, Tiroler Tageszeitung, Vorarlberger Nachrichten, die Furche, Neues Volksblatt, Falter, LebensART, Umweltschutz, Kochen&Küche, BVZ, Tele-Magazin, TV-Media, Bezirksblätter, Weekend Magazin, Welt der Frau, Wienerin/Miss, Woman, Wellness Magazin, der Schweineprofi, startmagazin, the Gap, M*Magazine, Ganze Woche, ZukunftsBranchen, Viennale, COOL Jugendmagazin, Programm am Himmel, Aqua Press internat., BauernJournal Österreich, der fortschrittliche Landwirt, ORF, Kosmo, Prima Vista/green 1, Bio Magazin, Energy Radio Wien, ÖKB-Nachrichten, facebook, Konsument, Corporate Media Service GmbH.

Zu den Fragen 2 bis 5:

Selbstverständlich ist das BMLFUW bemüht, einen günstigen Rabatt zu bekommen.

Die Werbeeinschaltungen in den in Frage 1 genannten Medien erfolgten zu den bestmöglichen Konditionen. Das BMLFUW ist stets bestrebt, sämtliche verfügbaren Rabattmöglichkeiten auszuschöpfen, die natürlich von verschiedenen Faktoren wie Zeitpunkt der Schaltung (Wochentag, Wochenende, auflagenstärkster Tag), Platzierung und Anzahl der Schaltungen im betreffenden Medium abhängig sind bzw. auch von der Reichweite des jeweiligen Mediums bestimmt werden.

Der Bundesminister: