
9334/AB XXIV. GP

Eingelangt am 09.12.2011

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

BM für Verkehr, Innovation und Technologie

Anfragebeantwortung

An die
Präsidentin des Nationalrats
Mag.^a Barbara PRAMMER
Parlament
1017 W i e n

GZ. BMVIT-11.000/0018-I/PR3/2011
DVR:0000175

Wien, am . Dezember 2011

Sehr geehrte Frau Präsidentin!

Die Abgeordneten zum Nationalrat Dr.ⁱⁿ Moser, Freundinnen und Freunde haben am 11. Oktober 2011 unter der **Nr. 9441/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend Polit-Kuhhandel rund um die Millionenkampagne zur „Rettungsgasse“ gerichtet.

Diese Anfrage beantworte ich wie folgt:

Zu Frage 1 und 4 bis 11:

- *Welchen finanziellen Umfang hat der Kommunikationsauftrag (incl. „Medienkooperationen“, „Beilagen zur Tageszeitungen“ u.dgl.) der ASFINAG zur Rettungsgasse?*
- *Was ist der geplante Umsetzungszeitraum des Kommunikationsauftrags zur Rettungsgasse?*
- *Welche Rolle spielte Werner Faymanns Ex-Pressesprecherin Klaudia Niedermühlbichler bei der Entstehung dieser Kampagne und bei der Auswahl der Auftragnehmer?*
- *Welche Rolle spielte Ihr Generalsekretariats-Mitarbeiter und nunmehriger Niedermühlbichler-Nachfolger bei der ASFINAG, Christian Spitaler, bei der Entstehung dieser Kampagne und bei der Auswahl der Auftragnehmer?*
- *Wie kam es konkret zur Betrauung der intensivst ÖVP-vernetzten Agentur P8 Hofherr mit einem maßgeblichen Teil dieses Auftrags?*
- *Was ist der finanzielle Anteil von P8 Hofherr im Rahmen dieses Auftrags?*

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

- *Was ist die Leistung von P8 Hofherr im Rahmen dieses Auftrags?*
- *Was ist die Gegenleistung der ÖVP für diesen Auftrag an P8 Hofherr?*
- *Wie soll angesichts der Tatsache, dass diese Kampagne Anfang Oktober 2011 noch immer nicht gestartet ist, bis zum Inkrafttreten der „Rettungsgasse“ mit Jahresbeginn 2012 eine flächendeckende Bewusstseinsbildung abgeschlossen sein?*

Diese Fragen betreffen Themenbereiche bzw. Angelegenheiten die in die Entscheidungskompetenz von Unternehmensorganen fallen und sind somit von dem in § 90 GOG 1975 determinierten Fragerecht nicht umfasst.

Zu Frage 2 und 3:

- *Wie erklären Sie, dass die ASFINAG diesen Auftrag zu bezahlen hat, obwohl die Rettungsgasse doch ein erklärtes Anliegen der Bundesregierung – vgl. Regierungsprogramm - ist und Sie selbst in Ihrem Erhebungsbericht an den Nationalrat festhalten, dass die ASFINAG erst nach dieser – wörtlich – „Vorgabe“ der Regierung überhaupt ein Projekt zum Thema aufsetzte?*
- *Wie erklären Sie, dass ausgerechnet bei dieser doch recht simplen und punktuellen Einzelmaßnahme, die erst bei den Unfallfolgen ansetzt, eine derart pompös dotierte begleitende Kommunikationskampagne aufgesetzt wird, nicht jedoch für die Unfallvorbeugung bei Hauptunfallursachen wie Schnellfahren, Alkohol am Steuer oder Handy am Steuer?*

Seitens der Einsatzorganisationen wurde darauf hingewiesen, dass es bei der Versorgung von Unfallopfern zu vermeidbaren Verzögerungen kommt, weil die Richtungsfahrbahn einer Autobahn durch den unfallbedingten Stau blockiert ist und auch der Pannestreifen für die Einsatzfahrzeuge nicht immer frei befahrbar ist. Die geltende Bestimmung des § 26 Abs. 5 StVO, wonach alle Straßenbenützer einem herannahenden Einsatzfahrzeug Platz machen müssen, reicht nicht aus, diese Probleme zu vermeiden

Als Lösung bietet sich das System der sogenannten „Rettungsgasse“ an, das in Deutschland seit vielen Jahren im Gesetz verankert ist und auch in anderen Ländern erfolgreich praktiziert wird. Dabei müssen die Autofahrer bereits dann, wenn sich ein Stau aufzubauen beginnt, zwischen den einzelnen Fahrstreifen einen freien Raum, eben die Rettungsgasse, bilden, die dann für die Einsatzfahrzeuge eine ungehinderte Zufahrtmöglichkeit zum Unfallort schafft. Die Rettungsgasse ist also bereits vorsorglich zu bilden, und es gibt eindeutige Handlungsanweisungen für das Verhalten der Autofahrer.

Die Rettungsgasse ist eine wichtige Maßnahme zur Rettung von Menschenleben, gleichzeitig handelt es sich aber um eine völlig neue Bestimmung. Es muss daher unbedingt sichergestellt sein, dass die Einführung reibungslos von Statten geht und die Verkehrsteilnehmer/innen beim Inkrafttreten der neuen Regeln bereits umfassend informiert sind. Es ist daher Aufgabe des Straßenerhalters, mit einer breitflächigen, aber maßvollen, effizienten und informativ gestalteten Informationskampagne in Kooperation mit den Autofahrerclubs, den Fahrschulen sowie den Feuerwehr- und Rettungsorganisationen für ausreichende Informationen über das richtige Verhalten der Verkehrsteilnehmer zur Bildung der Rettungsgasse zu sorgen.

Zu den Fragen 12,14,16:

- *Wie viel Geld wurde a) vom BMVIT, b) von der ASFINAG in den Jahren 2006 bis 2011 jeweils in Aufklärungskampagnen zu den Gefahren von Schnellfahren investiert (jeder dritte tödliche Unfall passiert, weil der Unfallenker zu schnell gefahren ist)?*
- *Wie viel Geld wurde a) vom BMVIT, b) von der ASFINAG in den Jahren 2006 bis 2011 jeweils in Aufklärungskampagnen zu den Gefahren von Alkohol am Steuer investiert (Alkohol ist eine Hauptursache für unschuldig Getötete und Verletzte im Straßenverkehr)?*
- *Wie viel Geld wurde a) vom BMVIT, b) von der ASFINAG in den Jahren 2006 bis 2011 jeweils in Aufklärungskampagnen zu den Gefahren von Telefonieren am Steuer investiert?*

Zu den angefragten Themen "Schnellfahren", "Alkohol am Steuer" und "Telefonieren" wurden seitens des BMVIT in den Jahren 2006 bis 2011 mehrere Aufklärungskampagnen zum Teil themenübergreifend oder verknüpft mit anderen verkehrssicherheitsrelevanten Themen durchgeführt. Dafür wurden Euro 5.570.377,46 verausgabt.

Im Übrigen verweise ich auf die Antwort zu den Fragen 1 und 4 bis 11.

Zu den Fragen 13, 15 und 17:

- *Wie viel Geld a) planen Sie, b) plant die ASFINAG 2012 in Aufklärungskampagnen zu den Gefahren von Schnellfahren zu investieren?*
- *Wie viel Geld a) planen Sie, b) plant die ASFINAG 2012 in Aufklärungskampagnen zu den Gefahren von Alkohol am Steuer zu investieren?*
- *Wie viel Geld a) planen Sie, b) plant die ASFINAG 2012 in Aufklärungskampagnen zu den Gefahren von Telefonieren am Steuer zu investieren?*

Das bmvit hat mit der Erstellung des Verkehrssicherheitsprogramms 2011 bis 2020 einen wichtigen Schritt für mehr Verkehrssicherheit gesetzt. Mehr als 250 Maßnahmen sind zur Umsetzung vorgesehen; so auch die Durchführung von bewusstseinsbildenden Kampagnen vor allem bei Zielgruppen und Schwerpunkten gemäß Unfallstatistik. Folgerichtig werden entsprechend der Notwendigkeit und Dringlichkeit zielgerichtete Maßnahmen gesetzt werden. Die dafür erforderlichen Mittel werden in jenem Ausmaß eingesetzt werden, wie es zur Erfüllung der angestrebten Wirkung und unter den Prämissen der Sparsamkeit, Wirtschaftlichkeit und Zweckmäßigkeit erforderlich sein wird.

Im Übrigen verweise ich auf die Antwort zu den Fragen 1 und 4 bis 11.