
4921/J XXIV. GP

Eingelangt am 24.03.2010

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

Anfrage

des Abgeordneten Mag. Roman Haider
und anderer Abgeordneter

an den Bundesminister für Wirtschaft, Familie und Jugend
betreffend Werbeeinsatz der Österreichwerbung bei den Olympischen Winterspielen
in Vancouver.

Die Österreich Werbung nutzt die Olympischen Winterspiele, um auch im Fernsehen auf das Wintersportland Nummer 1 in Europa aufmerksam zu machen. Die TV-Spots der aktuellen Winterkampagne werden im Umfeld der Olympia-Berichterstattung auch auf Eurosport in deutscher, englischer und französischer Sprache ausgestrahlt und erreichen damit sportbegeisterte Zuseher in knapp 60 Ländern. „Skifahren“, „Snowboarden“ und „Eislaufen“ heißen die Spots, die mit einer Länge von jeweils 15 Sekunden durch eine ungewöhnliche Kameraperspektive Lust auf Wintersport in Österreich machen und ihre Fortsetzung auf www.austria.info/winter finden. (OTS ÖW vom 12.02.2010)

Die unterfertigenden Abgeordneten stellen daher an den Bundesminister für
Wirtschaft, Familie und Jugend nachfolgende

Anfrage:

1. In welchen Ländern und in welchen Medien wurde im Umfeld der Olympia Berichterstattung für Österreich geworben und in welcher Form?
2. In welchen Ländern und bei welchen Sendern wurden im Umfeld der Olympia Berichterstattung TV Spots mit der aktuellen Winterkampagne ausgestrahlt?
3. In welcher Frequenz und in welcher Anzahl wurden diese TV Spots der aktuellen Winterkampagne im Umfeld der Olympia Berichterstattung ausgestrahlt?
4. Wie hoch beliefen sich die Kosten für den oben genannten Werbeeinsatz (Ausstrahlung von TV Spots der aktuellen Winterkampagne) der Österreich Werbung im Zuge der Olympia Berichterstattung?
5. Aus welchen budgetären Mitteln wurde der Werbeeinsatz im Umfeld der Olympia Berichterstattung mit TV – Spots der aktuellen Winterkampagne finanziert?
6. Wurden hierfür Rücklagen der Österreich Werbung in Anspruch genommen?
7. Wie viele Kontakte hat die Österreich Werbung durch die Werbekampagne im Umfeld der Olympia Berichterstattung bekommen?

8. In welcher Form bestanden diese Kontakte mit der Österreich Werbung?
9. Wie werden diese durch die Kampagne erhaltenen Kontakte aufgearbeitet und verwertet?
10. Gibt es eine Evaluierung was konkret der Werbeeinsatz durch TV Spots der aktuellen Winterkampagne im Umfeld der Olympia Berichterstattung dem Tourismusland Österreich gebracht hat?
11. Wenn ja, wie ist das Ergebnis dieser Evaluierung?