
4923/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 "Sonderwerbeeinsatz" der Österreichwerbung bei den Olympischen
Winterspielen in Vancouver, im Falle von Medaillen Österreichischer Athleten.

Bei der Präsentation der Tourismusstrategie „Neue Wege im Tourismus“ in der
Innsbrucker Hofburg am 26. Februar 2010 bezog sich der Wirtschaftsminister unter
anderem auch auf den Werbeeinsatz im Zuge der Olympischen Winterspiele in
Vancouver und stellte fest, dass die Österreich Werbung neben der üblichen
Werbeeinschaltungen noch eine "Sonderwerbung" durchgeführt habe. Jedes Mal,
wenn Österreichische Athleten Erfolge verzeichnet haben, wurden speziell im
Kanadischen- und US – Fernsehen TV – Spots geschaltet, so Minister Mitterlehner.
Die Kosten hierfür hätten lt. Bundesminister Mitterlehner rd. € 750.000,-- betragen,
seien aus Rücklagen finanziert worden und hätten 1 Million Kontakte gebracht. "Von
den Rücklagen ist jetzt nicht mehr viel da.", schloss der Bundesminister seine
diesbezüglichen Ausführungen.

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

Anfrage:

1. In welchen Ländern und in welchen Medien (Sendern) wurde im Zuge dieser
"Sonderwerbung" für Österreich geworben?
2. Welche Werbespots wurden für diese "Sonderwerbung" im Zuge der
Olympischen Winterspiele Vancouver verwendet?
3. Wurde für die Erstellung der Werbespots "Sonderwerbung" im Zuge der
Olympischen Winterspiele Vancouver zusätzliches Geld aufgewendet?
4. In welcher Frequenz und in welcher Anzahl wurde diese "Sonderwerbung" im
Zuge der Olympischen Winterspiele Vancouver ausgestrahlt?
5. Wie hoch beliefen sich die gesamten Kosten für den oben genannten "Sonder –
Werbeeinsatz"?
6. Aus welchen budgetären Mitteln wurden diese rund € 750.000,-- finanziert

7. Auf welchen Betrag beläuft sich der in diesem Budgetansatz vom Bundesminister angesprochene noch befindliche Rest?
8. Wie hoch sind die derzeit der Österreich Werbung noch zur Verfügung stehenden Rücklagen?
9. An welchen Zweck sind diese der Österreich Werbung noch zur Verfügung stehenden Rücklagen gebunden?
10. Was ist unter den von Herrn Bundesminister angesprochenen "Kontakten" zu verstehen, und wie werden sie definiert?
11. Wie viele derartige Kontakte hat die Österreich Werbung durch diese Sonderwerbekampagne im Zuge der Olympischen Winterspiele Vancouver bekommen?
12. In welcher Form bestanden diese Kontakte mit der Österreich Werbung?
13. Wie werden diese durch die Kampagne erhaltenen Kontakte aufgearbeitet und verwertet?
14. Gibt es eine Evaluierung was konkret der "Sonderwerbeeinsatz" im Zuge der Olympischen Winterspiele Vancouver dem Tourismusland Österreich gebracht hat?
15. Wenn ja, wie ist das Ergebnis dieser Evaluierung?