
7333/J XXIV. GP

Eingelangt am 23.12.2010

Dieser Text ist elektronisch textinterpretiert. Abweichungen vom Original sind möglich.

Anfrage

der Abgeordneten Hagen, Dolinschek,
Kolleginnen und Kollegen

an die Bundesministerin für Verkehr, Innovation und Technologie
betreffend **Geldverschwendungsaktion durch Verkehrsschilder „GIB ACHT IM TUNNEL“ an Autobahnen und Schnellstraßen**

Auf der Homepage des Bundesministeriums für Verkehr, Innovation und Technologie (BMVIT) gibt der Folder „Sichere Fahrt im Straßentunnel“ Hinweise und Anhaltspunkte zum richtigen Verhalten vor der Einfahrt, beim Durchfahren sowie bei Pannen, Stau und Bränden in einem Tunnel.

Seit einigen Monaten stehen an den Autobahnen und Schnellstraßen in Österreich viele Verkehrsschilder mit der Aufschrift „GIB ACHT IM TUNNEL“. Asfinag, BMVIT-Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie und auch Ö 3 unterstützen diese Verkehrssicherheitsaktion.



Auch an der S 31 – Burgenland Schnellstraße sind solche Verkehrsschilder aufgestellt. Unverständlich ist aber, dass es an dieser Schnellstraße überhaupt keine Tunnels gibt. Daher sind die Verkehrsschilder „GIB ACHT IM TUNNEL“ an der S 31 völlig sinnlos und überflüssig. Bei den Autofahrerinnen und Autofahrern lösen diese Schilder nur Kopfschütteln aus. Denn viele Verkehrsteilnehmer wissen, dass es an der S 31 keine Tunnels gibt und die Sicherheitshinweise und Warnungen völlig ins Leere gehen.

Aber auch an vielen Streckenabschnitten von Autobahnen wie der A1, A2 oder A4 gibt es diese Verkehrsschilder, obwohl in absehbarer Zeit mit keinem Straßentunnel zu rechnen ist. Daher sind viele der an Österreichs Autobahnen und Schnellstraßen aufgestellten Verkehrsschilder „GIB ACHT IM TUNNEL“ eine reine Geldverschwendung.

Insbesondere in Zeiten einer Wirtschaftskrise und Budgeteinsparungen, wo es für viele Verkehrsprojekte zu zeitlichen Verschiebungen und Verzögerungen kommt, ist dieses unverantwortliche Handeln nicht zu rechtfertigen.

Die unterzeichneten Abgeordneten stellen daher an die Bundesministerin für Verkehr, Innovation und Technologie folgende

Anfrage:

1. Wie viele der Verkehrsschilder „GIB ACHT IM TUNNEL“ wurden österreichweit an den einzelnen Schnellstraßen und Autobahnen aufgestellt (bitte aufgeschlüsselt nach der Autobahn und Schnellstraße)?
2. Wann wurden diese Schilder aufgestellt?
3. Nach welchen Kriterien wurden diese Verkehrsschilder aufgestellt und wer hat die Standorte dieser Schilder festgelegt?
4. Warum wurden diese Verkehrsschilder beispielsweise an der S 31 – Burgenland Schnellstraße aufgestellt, obwohl es an dieser Straße keine Tunnel gibt?
5. War die getroffene Errichtung der Verkehrsschilder mit Ihnen bzw. Ihrem Ministerium abgesprochen?
6. Halten Sie die Errichtung solcher Verkehrsschilder wie an der S 31, A 1 oder A 4 für sinnvoll und zweckmäßig?
7. Sind Sie der Meinung, dass mit der Herstellung und Verwendung der Verkehrsschilder die Einnahmen aus Vignette und Lkw-Maut sparsam und zweckmäßig ausgegeben wurde?
8. Wie lange sollen diese Verkehrsschilder aufgestellt bleiben?
9. Treten Sie dafür ein, dass die Verkehrsschilder an den tunnellosen Schnellstraßen und Autobahnen entfernt werden? Wenn nein, warum nicht?
10. Glauben Sie, dass durch die Errichtung dieser Schilder die Verkehrssicherheit erhöht wird?
11. Welche konkreten Ergebnisse für die Verkehrssicherheit erwarten Sie sich durch die Errichtung dieser Verkehrsschilder insbesondere bei tunnellosen Schnellstraßen und Autobahnen?
12. Konnten Sie bereits positive Auswirkungen bzw. Ergebnisse aufgrund der Werbeaktion feststellen? Wenn ja, welche?
13. Wie viele dieser Verkehrsschilder wurden in einer Entfernung von über 20 km vor einem Tunnel errichtet bzw. ohne Tunnel aufgestellt?
14. Wie hoch sind, waren bzw. werden die Gesamtkosten für diese Werbeaktion „GIB ACHT IM TUNNEL“ sein?
15. Wer trägt die Kosten für die Verkehrsschilder und deren Herstellung?
16. Wie hoch sind bzw. waren die Herstellungskosten für diese Schilder?
17. Welche Kosten sind bei dieser Werbeaktion der Asfinag und welche dem Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie entstanden?
18. Wann wurde mit dieser Kampagne gestartet und wann soll sie beendet werden?
19. Welche finanzielle bzw. vertragliche Verpflichtung sind Sie bzw. das Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie für die Kampagne einschließlich der Errichtung dieser Verkehrsschilder eingegangen?
20. Mit wem sind Sie bzw. Ihr Ministerium welche exakte Vereinbarung für diese Werbeaktion eingegangen?

21. Hat es über diese Werbeaktion Gespräche mit Ihrem Ministerium gegeben und wer hat daran teilgenommen und wann haben diese mit welchem Ergebnis stattgefunden?
22. In welchen Medien und an welchen Tagen wurde die Kampagne bzw. Werbeaktion „GIB ACHT IM TUNNEL“ geschaltet und auf welchen Zeitraum ist bzw. wurde sie angelegt?
23. Wie hoch sind die jeweiligen Kosten im Zusammenhang mit der Werbeaktion bzw. Inseratschaltung in den einzelnen Printmedien?
24. Wer hat dieses Inserat geschaltet bzw. welche Werbeagentur wurde mit dieser Kampagne beauftragt? Welche Kosten verursachte die beauftragte Agentur?
25. Gab es inhaltliche Vorgaben für diese Kampagne und wenn ja, welcher Art?
26. Gab es eine Ausschreibung für die Erstellung dieser Kampagne? Wenn ja, wo wurde sie bekannt gemacht und wer hat sich an der Ausschreibung beteiligt?
27. Wer hat den Auftrag für die Ausschreibung vergeben und welche Kriterien waren dafür ausschlaggebend?
28. Wann und von wem (natürliche und juristische Person) wurde der Auftrag für die graphische und inhaltliche Gestaltung dieser Kampagne erteilt? An wen wurde der Auftrag für die graphische und inhaltliche Gestaltung dieser Kampagne erteilt?
29. Wurden mehrere Angebote für den Auftrag der graphischen und inhaltlichen Gestaltung der Kampagne eingeholt?
30. Wenn ja, nach welchem Prinzip wurde die Auftragserteilung getätigt? Wurde der billigste Anbieter ausgewählt?
31. Wie lautet die exakte Beauftragung (Vertrag) für die graphische und inhaltliche Gestaltung der Kampagne?
32. Wurden die graphische Gestaltung und die inhaltliche Textierung getrennt in Auftrag gegeben?
33. Wurden für die Kampagne unterschiedliche Aufträge an mehrere Auftragnehmer erteilt?
34. Wie hoch sind die exakten Gesamtkosten für die graphische und inhaltliche Gestaltung der Kampagne?
35. Über welchen Zeitraum ist diese Kampagne geplant?
36. Wurden bzw. werden für diese Werbeaktion Budgetmittel des Bundesministeriums für Verkehr, Innovation und Technologie zur Verfügung gestellt? Wenn ja, um welche Ansätze handelt es sich?