
4555/J XXIII. GP

Eingelangt am 06.06.2008

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

Anfrage

der Abgeordneten Dr. Andrea Eder-Gitschthaler
Kolleginnen und Kollegen
an den Bundesminister für Soziales und Konsumentenschutz
betreffend seine bisherigen Ausgaben für Kampagnen und Öffentlichkeitsarbeit

Häufige Inseratschaltungen in den verschiedensten Printmedien, Inserate mit wenig Inhalt dafür aber dem Portrait des Ministers, der Auftritt beim Life Ball sowie der exzessive Kauf von EM-Tickets dürften weniger der Information des Bürgers als der persönlichen Darstellung und Werbung des Ministers dienen. Zudem scheint dem Bundesminister nicht klar zu sein, dass das Bundes-Verfassungsgesetz für die Gebarung des Bundes ganz klare Vorschriften beinhaltet. Art. 126b Abs. 5 hält fest, dass die gesamte Staatswirtschaft des Bundes klaren Richtlinien unterliegt. Diese Gebarungsgrundsätze gemäß des Bundes-Verfassungsgesetzes haben sich auf die ziffernmäßige Richtigkeit, die Übereinstimmung mit den bestehenden Vorschriften, ferner auf die Sparsamkeit, Wirtschaftlichkeit und Zweckmäßigkeit zu erstrecken.

Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher an den Bundesminister für Soziales und Konsumentenschutz nachstehende

Anfrage:

- 1) Wie viel Geld hat das BM für Soziales und Konsumentenschutz unter der Ägide von BM Buchinger bisher an Kampagnen und Öffentlichkeitsarbeit ausgegeben?
- 2) Welche Kampagnen wurden damit finanziert? Wie viele Inserate wurden in welchen Medien geschaltet?
- 3) Wurde auch Geld für den Life Ball Auftritt des Ministers verwendet? Wenn ja, wie viel?
- 4) Wie viele EM-Tickets wurden gekauft und zu welchem Preis?
- 5) Wer wird zu den Spielen eingeladen?