

Nr. **XIX. GP-NR**
26 /J
1994 -II- 11

Anfrage

des Abgeordneten Mag. Firlinger, Partnerinnen und Partner
 an den Bundesminister für öffentliche Wirtschaft und Verkehr
 betreffend Privatisierung der Einrichtungen der ÖPT

Im Rahmen der flächendeckenden Broschürenkampagne (erging an jeden Haushalt) ist es dem Zentralausschuß der Post- und Telegraphenbediensteten gelungen, österreichweit über 700.000 Willenserklärungen gegen die Privatisierung der Post zu sammeln. Im Zuge dieser Kampagne wurden großteils sachlich völlig unzutreffende Argumente verwendet, wie "**Privatisierung bedeutet das Ende der lückenlosen Versorgung**", "**Ortstarife werden zugunsten der Auslandstarife erhöht, die Anschlußgebühren verteuerst**" oder "**das Postgeheimnis gerät in Gefahr**". Solche und ähnliche Aussagen, die den Charakter von "Angstmacher-Parolen" haben, verfolgen das Ziel, in großen Teilen der Bevölkerung Verunsicherung zu erzeugen.

Es erscheint überdies unglaublich, daß allein aufgrund der gegenständlichen Broschüre und der üblichen Werbegleitung eine derart hohe Anzahl an Unterstützungserklärungen zustande kam. Aufgrund empirischer Erfahrungen aus der Privatwirtschaft liegt eine statistisch einigermaßen abgesicherte Rücklaufquote von derartigen Aussendungen im günstigsten Fall bei 3 bis 4 %, was bei einem angesprochenen Zielpublikum von rund 5,5 Mio Bürgern einen Rücklauf von maximal 300.000 Unterstützungsunterschriften zur Folge haben kann.

Es liegt daher die Vermutung nahe, daß sich die gegenständliche Kampagne nicht nur auf den Postversand der Broschüre und die Einschaltung von Inseraten in diversen Medien stützte, sondern darüber hinaus auch von einer massiven persönlichen Beteiligung großer Teile des ÖPT-Personals getragen wurde.

Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher folgende

Anfrage

1. War Ihnen der Inhalt der Broschüre vor deren Veröffentlichung bekannt; wenn ja, was haben Sie zur Objektivierung der Thematik unternommen?
2. Wurden seitens des Verkehrsministers den Vertretern der Gewerkschaft der Postbediensteten je die positiven Aspekte einer Privatisierung vermittelt; wenn ja, in welcher Form?
3. Wie oft wurde die Broschüre an die Haushalte versandt?

4. Welche werblichen Begleitmaßnahmen (z.B. Inseratenkampagne, persönliches Werben für Unterschriften durch Beschäftigte der ÖPT) wurden durchgeführt, und wurden persönliche, von der Belegschaft durchgeführte Werbeaktivitäten in der Dienstzeit gesetzt?
5. Wie hoch waren die Gesamtkosten der Kampagne, und wurden diese ausschließlich von der Gewerkschaft der Postbediensteten getragen? Wenn nein, in welcher Form und in welchem Ausmaß hat sich die ÖPT an der Finanzierung der Aktion beteiligt? Wurde insbesondere auf Beförderungsgebühren verzichtet?
6. Welche Maßnahmen zur Eindämmung des jährlich wachsenden Schuldenstandes der ÖPT (1994 rund 100 Mrd. ÖS) wurden bzw. werden getroffen?
7. Welche vorbereitenden Maßnahmen wurden seitens des Verkehrsministers gesetzt, um der spätestens 1998 einsetzenden Liberalisierung des Telecom-Bereiches zeitgerecht Rechnung zu tragen?