

II-9679 der Beilagen zu den Stenographischen Protokollender Nationalräte XVII. Gesetzgebungsperiode

Nr 4833 13

1990 -01- 16

A N F R A G E

der Abgeordneten Dr. Gugerbauer, Motter
an die Bundesministerin für Umwelt, Jugend und Familie
betreffend Inseratenkampagne zum Familienpaket

In der Vergangenheit haben ÖVP-Parlamentarier immer wieder als Information getarnte Inserate bzw. Plakate sozialistischer Minister einer harten Kritik unterzogen. Insbesondere geriet dabei der Sozialminister unter Beschuß. In der Zeit der Großen Koalition dürfte man jedoch seitens der ÖVP die diesbezügliche Meinung geändert haben, nachdem sowohl Bundesminister Dr. Busek als auch Bundesministerin Dr. Hawlicek derartige PR-Aktionen im alten Stil fortsetzten, ohne bei den Regierungsfractionen Anstoß erregt zu haben.

Den Gipfel persönlicher Werbung auf Staatskosten setzte allerdings Frau Bundesministerin Dr. Flemming, als in großen Tageszeitungen eine halbseitige bezahlte Anzeige des Familienministeriums über die neuen familienpolitischen Maßnahmen erschien.

Die unterfertigten Abgeordneten wollen in diesem Zusammenhang klarstellen, daß sie eine umfassende Information der Bürger über wichtige Neuerungen für notwendig halten, sich aber entschieden gegen den Mißbrauch öffentlicher Mittel für persönliche bzw. parteipolitische Werbung wehren. Denn bei näherem Studium erweist sich die genannte Information als geschickt getarnte Werbekampagne für die Familienministerin. Es beginnt bereits damit, daß die "Bundesministerin Marilies Flemming informiert." Sie klärt den Bürger dann auch im ersten Satz darüber auf, daß es sich bei diesem Familienpaket um das umfassendste handelt, das je von einer Bundesregierung beschlossen wurde. Abgesehen davon, daß diese Äußerung einer Überprüfung kaum standhält, stellt sie eine Beeinflussung dar, die nichts mit einer sachgerechten Darlegung der Reform der Familienförderung zu tun hat. Darüberhinaus ließ es sich die Bundesministerin nicht nehmen, sich auf einem dazuge-

hörigen Photo mütterlich mit einem Säugling zu präsentieren, um auch entsprechend die Gefühlswelt der Leser zu erreichen. Als Fehlinformation erachten es die Abgeordneten auch, wenn von der Einführung des 2. Karenzjahres ab 1. Juli 1991 gesprochen wird, wobei die Sozialpartner nur noch Detailfragen klären müßten. Daß es sich bei diesen Detailfragen um sehr wichtige, wie beispielsweise über Arbeitsplatzgarantie, handelt und daher eine Einigung gar nicht abzusehen ist, wird geflissentlich verschwiegen. Ebenso bedenklich ist jedoch das demokratiepolitische Verständnis, das dahinter steckt, denn es beweist einmal mehr, wie diese Regierung mit dem Parlament umgeht. Verhandelt wird unter Sozialpartnern außerhalb des Parlaments, die Abgeordneten haben nur noch zu sanktionieren. Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher an die Frau Bundesministerin für Umwelt, Jugend und Familie nachstehende

A n f r a g e :

1. Wieviel kostet die Inseratenkampagne über das Familienpaket?
2. In welchen Medien erschien diese bezahlte Anzeige?
3. a) Welchen Informationswert hat Ihr Photo mit dem Säugling?
b) Weshalb wurde dieses Photo der bezahlten Anzeige beigelegt?
4. a) Gibt es über die oben genannte bezahlte Anzeige hinausgehende Informationen über das Familienpaket?
b) Wenn ja, welche?
c) Wie werden diese Informationen dem Bürger nähergebracht?
d) Welche Kosten sind dafür zu erwarten?