

**II-7738 der Beilagen zu den Stenographischen Protokollen  
des Nationalrates XVIII. Gesetzgebungsperiode**

**REPUBLIK ÖSTERREICH**

**BUNDESMINISTERIUM  
FÜR ARBEIT UND SOZIALES**

Z1.21.891/154-5/92

1010 Wien, den 19. November 1992

Stubenring 1

Telefon (0222) ~~7800~~ 71100

Telex 111145 oder 111780

DVR: 0017001

P.S.K.Kto.Nr. 5070.004

Auskunft

Klappe — Durchwahl

3456 IAB

1992 -11- 20

zu 3491/J

B e a n t w o r t u n g

der Anfrage der Abgeordneten Petrovic,  
Heindl, Grandits, Langthaler, Stoisits,  
Anschober, an den Bundesminister für Arbeit  
und Soziales, betreffend frauenfeindliche  
Plakatserie der Versicherungsanstalt  
der österreichischen Eisenbahnen  
(Nr.3491/J)

Eingangs möchte ich grundsätzlich aus der Sicht meines gesetz-  
lich festgelegten Zuständigkeitsbereiches folgendes fest-  
stellen:

Die Träger der gesetzlichen Sozialversicherung in Österreich  
sind Körperschaften öffentlichen Rechtes mit eigener Rechts-  
persönlichkeit, die vom Gesetzgeber nach den Grundsätzen der  
Selbstverwaltung eingerichtet sind und deren Geschäftsführung  
durch autonome Verwaltungskörper wahrzunehmen ist. Sie unter-  
liegen insoweit der Aufsicht durch den Bund, als ihre Gebarung  
dahin zu überwachen ist, daß Gesetz und Satzung sowie die  
darauf beruhenden sonstigen Rechtsvorschriften und in wichtigen  
Fragen auch der Grundsatz der Zweckmäßigkeit beachtet werden.

Die Herstellung und Verwendung der der gegenständlichen Anfrage  
zugrundeliegenden Plakatserie des Unfallverhütungsdienstes der  
Versicherungsanstalt der österreichischen Eisenbahnen wurde von

- 2 -

der genannten Anstalt im Rahmen ihrer Selbstverwaltung vorgenommen. Zu den Fragen 2 bis 8 der in Kopie beiliegenden Anfrage verweise ich daher auf die diesbezüglichen Feststellungen in der von der genannten Versicherungsanstalt eingeholten Stellungnahme, welche in Kopie beige-schlossen ist.

Zu den meine Zuständigkeit betreffenden Fragen führe ich folgendes aus:

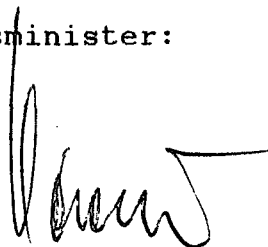
Zur Frage 1:

Die anfragegegenständliche Plakatserie war mir bis dato nicht bekannt. Meine persönliche Meinung ist nicht Gegenstand des Interpellationsrechtes.

Zu den Fragen 9 und 10:

Die Werbung für den Gedanken der Unfallverhütung stellt - wie die Anstalt in ihrer Stellungnahme auf Seite 2 zutreffend ausführt - eine rechtlich zulässige Verwendung von Mitteln der Unfallversicherung dar. Weiters sind entsprechende Werbemaßnahmen zur Verringerung der Unfallzahlen jedenfalls auch zweckmäßig. Ich sehe mich daher in Anbetracht der eingangs getroffenen Feststellungen zur Rechtslage außerstande, eine aufsichtsbehördliche Verfügung in dem von den Anfragstellern gewünschten Sinn zu treffen.

Der Bundesminister:



## BEILAGEN

### Anfrage

1. Ist Ihnen diese Plakatserie bekannt? Und wenn ja, wie ist Ihre persönliche Meinung dazu?
2. Wie hoch war der Kostenaufwand für diese Plakatserie?
3. In welcher Auflage wurde diese Plakatserie aufgelegt?
4. An wen wurde diese Plakatserie versandt?
5. Stimmt es, daß den Modellen Zusagen über die Verwendung der Aufnahmen gemacht wurde?
6. Wenn ja, welche?
7. Wird die Plakatserie weiterhin vertrieben?
8. Gibt es auch weiterhin einen Kalender mit ähnlicher oder gleicher Bildserie?
9. Was wird von Ihrer Seite aus unternommen, daß diese frauenfeindliche Werbeaktion schnellstens gestoppt wird?
10. Wie kann sichergestellt werden, daß ähnliche Aktionen in Zukunft nicht mehr stattfinden?



**VERSICHERUNGSANSTALT DER ÖSTERREICHISCHEN EISENBAHNEN**  
**Unfallverhütungsdienst**

1061 Wien; Linke Wienzeile 48-52

Postfach 86

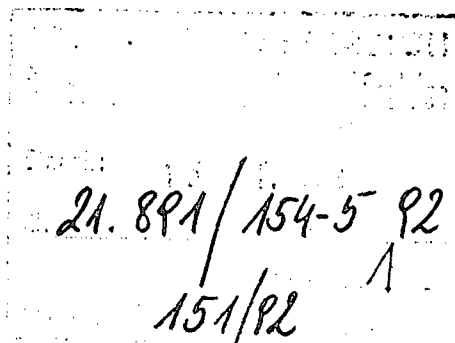
Tel (0222) 588 48 / 237

Fax (0222) 588 48 / 332

Basa 14135

Wien, 14. Oktober 1992

An das  
Bundesministerium für  
Arbeit und Soziales  
Stubenring 1  
1010 Wien



Betrifft: Parlamentarische Anfrage betreffend "frauenfeindliche" Plakatserie der Versicherungsanstalt der österr. Eisenbahnen.

Bezug: Do. Schreiben vom 29. September 1992, Zl.21.891/151-5/92

Zu der im Betreff genannten Anfrage erlaubt sich die Versicherungsanstalt der österreichischen Eisenbahnen folgende Stellungnahme zu übermitteln:

**Zu Frage 2 :**

Die Gesamtkosten für 18 Sujets der in Rede stehenden Plakatserie beliefen sich auf öS 1,268.000,- (= im Durchschnitt öS 70.400,- pro Sujet).

**Zu Frage 3:**

Im Zeitraum April 1988 – Juni 1991 wurden insgesamt 63.100 Plakate hergestellt.

**Zu Frage 4:**

Die Plakate wurden und werden an die in den Zuständigkeitsbereich der VAE fallenden Unternehmen verschickt.

**Zu Frage 5 u. 6:**

Die VAE hat die Herstellung der Plakatvorlagen bei einer Werbefirma in Auftrag gegeben und keine Vereinbarungen mit den Fotomodellen getroffen.

**Zu Frage 7:**

Solange noch Plakate vorrätig sind werden sie auf konkrete Anforderung den Betrieben zugesandt.

**Zu Frage 8:**

Derzeit gibt es keine weiteren Projekte, die eine Neuauflage der "Schutzengel"-Sujets vorsehen.

Abschließend möchten wir kurz unseren Standpunkt bezüglich der kritisierten Plakatserie erläutern:

Gemäß §§ 185 f ASVG ist die VAE verpflichtet, "Vorsorge für die Verhütung von Arbeitsunfällen" zu treffen. Als ein wesentliches Mittel der Unfallverhütung wird in den einschlägigen gesetzlichen Bestimmungen die "Werbung für den Gedanken der Unfallverhütung" angeführt. Gerade diese Aufgabe ist der VAE ein besonderes Anliegen, da wir – bezogen auf den Versichertenstand – mit Abstand die meisten Schwerversehrten aller österreichischen Unfallversicherungsträger zu verzeichnen haben (siehe Beilage).

Wir sind der Meinung, daß dieser "Werbung" im Hinblick auf die Motivation der Versicherten zu unfallsicherem Verhalten besonders große Bedeutung zukommt. Der Mensch ist in unserer heutigen Gesellschaft beinahe ununterbrochen einer Flut von meist professionell gestalteten Werbebotschaften ausgesetzt. Eine Werbemaßnahme – egal für welches "Produkt" – muß daher nach den Erkenntnissen der Medienpsychologie gestaltet sein, wenn sie bei der Zielgruppe(!) Aufmerksamkeit erregen soll.

Aus diesem Grund wurde bei der Gestaltung einer damals neuen Plakatserie mit dem Ziel der Verringerung der Unfallzahl die Meinung mehrerer Werbefachleute eingeholt. Übereinstimmend nannten alle eine Grundvoraussetzung für ein erfolgreiches Plakat: Der Blick des Menschen, für den das Plakat gedacht ist, muß auf das Plakat gelenkt werden. Am besten geschieht das indem man ihm etwas zeigt, was er mag und gerne sieht. (Beim Thema Unfall ist dies eine besonders schwierige Aufgabe.)

Die Zielgruppe der Unfallverhütungsplakate sind Eisenbahnbedienstete die Tätigkeiten mit besonders großen Unfallrisiken ausüben. Es handelt sich dabei fast ausschließlich um Männer. Diese (und NUR diese) Menschen sollen von den Plakaten angesprochen werden.

Wir glauben, daß die Gestaltung der "Schutzengel-Plakate" im Vergleich zum allgemein üblichen Stil der Werbung in keiner Weise provokant ist und sind über die kategorische Feststellung, daß sie "frauenfeindlich" wären, überrascht. Es war selbstverständlich nicht unsere Absicht, eine Herabwürdigung des weiblichen Geschlechts vorzunehmen, wir können aber auch keine derartige Tendenz in unseren Plakaten erkennen. Den Gedanken, daß die Darstellung einer Frau als Warnerin vor Unfallgefahren "frauenfeindlich" ist, können wir nicht nachvollziehen.

Das Echo auf die Plakatserie hat uns gezeigt, daß sie bei der Zielgruppe Anklang gefunden hat. Es kann daher angenommen werden, daß das Ziel der Serie – einen Beitrag zur Verhinderung von Arbeitsunfällen zu leisten – sehr gut erreicht wurde.

Mit dem Ausdruck vorzüglicher Hochachtung

Der leitende Angestellte:



(Hofrat Mag. Ledl)

Beilage erwähnt

## Schwerversehrte pro 1000 Versicherte

("schwerverseht" = Minderung der Erwerbsfähigkeit: 50 – 100%)

