

II-2333 der Beilagen zu den Stenographischen Protokollen
des Nationalrates XVIII. Gesetzgebungsperiode

Nr. 1258 /J

1991 -06- 14

ANFRAGE

des Abgeordneten Peter Pilz, Freunde und Freundinnen

an den Bundesminister für Inneres

betreffend Werbeaktionen im Zusammenarbeit mit dem BMI

Am 18. Juli 1990 fand in Schönbrunn, am 22. Mai 1991 fand im Wiener Prater die feierliche Übergabe von zahlreichen Polizeimotorrädern an die Gendarmerie statt. Beide Aktionen waren als große Werbeaktion für einen namhaften Motorradhersteller konzipiert. Im September 1990 wurde eine derartige Werbeaktion für einen Autohersteller in Amstetten durchgeführt. Für alle diese Werbeaktionen stellte das Innenministerium ihren Namen, die Infrastruktur und die Beamten zur Verfügung. Von einer Kostenbeteiligung der beteiligten Fahrzeughersteller ist dem Fragesteller nichts bekannt.

Sosehr es die unterfertigten Abgeordneten begrüßen, daß heimische Exekutivbeamte mit modernen Fahrzeugen ausgerüstet werden, sosehr es auch verständlich ist, daß das Innenministerium eine effiziente Öffentlichkeitsarbeit betreiben muß, muß doch die Frage gestellt werden, warum die Kosten für eine derartig große Veranstaltung nicht von den Fahrzeugherstellern getragen wird.

Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher an den Bundesminister für Inneres folgende

ANFRAGE

1. Wieviele Gendarmeriebeamte wurden für die oben angeführten Werbektionen aus den Bundesländern nach Wien bzw. Amstetten abkommandiert?
2. Wieviele Überstunden wurden den Gendarmeriebeamte für diese Werbeaktion vergütet?
3. Welche Kosten entstanden dem BMI für die Vorbereitungsarbeiten der Werbeaktionen, für Überstunden, Verpflegung, Unterkunft, Dienstentgang, An- und Abreise der Gendarmeriebeamten?
4. Halten Sie persönlich den finanziellen Aufwand für derartige Werbeaktionen für vertretbar? Wenn ja, warum? Wenn nein, warum kann man die Fahrzeuge nicht direkt an die zuständigen Gendarmerieposten zustellen?
5. Trifft es zu, daß Ihr Ressort für die Werbeaktion am 18. Juli 1990 mehrere Wochen lang dem Motorradhersteller eine Werkstätte zur Verfügung gestellt hat? Wenn ja, welche Kosten fielen dem BMI dafür an?
6. Trifft es zu, daß zwei Beamte Ihres Ressorts für die Vorbereitung der Werbeaktion am 22. Mai 1991 abkommandiert wurden? Wenn ja, welche Kosten fielen dem BMI dafür an?
7. Welche Kosten übernahmen die beteiligten Fahrzeughersteller im Zusammenhang mit diesen Werbeaktionen?
8. Wieviele derartige Werbeaktionen hat Ihr Ressort darüberhinaus in den letzten fünf Jahren durchgeführt?
9. Wird Ihr Ressort zukünftig derartige Werbeaktionen durchführen?