

**XXII. GP.-NR
1324 /J
2004 -01- 19**

ANFRAGE

der Abgeordneten Dr. Kräuter
und Genossinnen und Genossen
an den Bundeskanzler
betreffend „Das neue Jahr beginnt mit hohen Kosten für Regierungs-
werbung“

Der Jahreswechsel 2004 war begleitet durch Werbeeinschaltungen der schwarz-blauen Bundesregierung in sämtlichen österreichweit erscheinenden Tageszeitungen. Berechnet mit den üblichen Schaltungskosten ist von einer Kostenbelastung für den Steuerzahler für die Regierungswerbung am 31.12.2003 und am 1.1.2004 von rund 432.000 Euro auszugehen.

Vom Österreichischen Rechnungshof wurde die Erarbeitung einer generellen Regelung für Öffentlichkeitsarbeit bzw. für Informations- und Werbemaßnahmen der Bundesregierung empfohlen. Diesbezüglich sollten nach Auffassung des Rechnungshofes folgende Kriterien eingehalten werden:

1. Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit sollten formalen und zugleich inhaltlichen Kriterien genügen, die den Bezug zur Arbeit der Bundesregierung bzw. des jeweiligen Ressorts begründen.
2. Die Öffentlichkeitsarbeit bzw. die Informations- und Werbemaßnahmen wären unmittelbar auf die vergangene, gegenwärtige oder aktuell zukünftige Tätigkeit der Bundesregierung bzw. des jeweiligen Ressorts zu beziehen.
3. Die Bundesregierung bzw. das Bundesministerium tritt bei allen Formen der Öffentlichkeitsarbeit deutlich als Bundesregierung bzw. Bundesministerium in Erscheinung.

4. Die Öffentlichkeitsarbeit bzw. die Informations- und Werbemaßnahmen aus Haushaltsmitteln dürfen nicht auf parteipolitische Wahlwerbung ausgerichtet werden.
5. Die Grenze zwischen der zulässigen und unzulässigen Finanzierung von Öffentlichkeitsarbeit ist dann erreicht, wenn der Sachinhalt eindeutig hinter die werbende Form zurücktritt.
6. Die Öffentlichkeitsarbeit sollte bei den Bürgerinnen und Bürgern den Eindruck einer werbenden Einflussnahme zugunsten einer Partei vermeiden.

Grundsätzlich hob der Rechnungshof die Empfehlung hervor, dass das BKA generelle Regelungen für die Öffentlichkeitsarbeit bzw. die Informations- und Werbemaßnahmen der Bundesregierung erstellen sollte. Zum Nachweis der Wirksamkeit von Informations- und Werbemaßnahmen wären – nach Maßgabe der finanziellen Auswirkungen – geeignete Formen der Evaluierung bereits in die Ausschreibungsbedingungen aufzunehmen.

Völlig unklar ist, warum ÖVP-Generalsekretär Lobatka diese Selbstbeweihräucherung zu Lasten der Steuerzahler als „Information pur“ bezeichnete, obwohl die Wiedergabe von Neuerungen im Jahre 2004 absolut tendenziell erfolgte und Belastungsmaßnahmen überhaupt nicht erwähnt wurden.

Angesichts der zusätzlichen Belastungen durch die schwarz-blaue Bundesregierung handelt es sich bei den Neujahreseinschaltungen um keine seriöse Informationsmaßnahme, sondern um reine Propaganda. Aus diesem Grund richten die unterzeichneten Abgeordneten an den Bundeskanzler nachfolgende

Anfrage:

1. In welcher Höhe wurden Kosten durch die Neujahres-Kampagne der Bundesregierung verursacht, geordnet nach Agenturkosten und Schaltungskosten?

2. Durch welches Unternehmen bzw. welche Einzelperson wurde diese Kampagne vorbereitet und nach welchem Vergabeverfahren erfolgte die Entscheidung für den entsprechenden Werkvertragsnehmer?
3. Wurden zum Nachweis der Wirksamkeit dieser Kampagne geeignete Formen der Evaluierung – der Rechnungshofempfehlung folgend – in die Ausschreibungsbedingungen aufgenommen und nach welchen Kriterien wurde eine entsprechende Evaluierung vereinbart?
4. Wurde die Empfehlung des Rechnungshofes (Bericht III-29 d.B., Seite 51), wonach die Bundesbeschaffung GmbH mit dem zentralen Mediaeinkauf zu befassen wäre, um so höhere Rabatte zu erzielen, beachtet und wenn nein, aus welchen Gründen wurde die entsprechende Empfehlung des Rechnungshofes nicht eingehalten?
5. Inwiefern sehen Sie die Grundsätze der Sparsamkeit, Wirtschaftlichkeit und Zweckmäßigkeit im Zuge der Durchführung dieser Kampagne eingehalten?
6. Wurde durch das BKA den Empfehlungen des Rechnungshofes hinsichtlich der Schaffung von generellen Regelungen für Öffentlichkeitsarbeit bzw. für Informations- und Werbemaßnahmen gefolgt und wenn ja, wie lautet deren Inhalt bzw. in welchem Verfahrensstadium befinden sich die Vorarbeiten?
7. Sind weitere Informationskampagnen (z.B. Osterglückwünsche) für 2004 geplant und welche Kosten werden dafür veranschlagt?

M. Krause
K. Paulsen

Kräuter
Dittber
Pfiff