
5244/J XXIV. GP

Eingelangt am 05.05.2010

Dieser Text wurde elektronisch übermittelt. Abweichungen vom Original sind möglich.

Anfrage

der Abgeordneten Dr. Strutz, Jury, Linder
Kolleginnen und Kollegen
an den Bundesminister für Landesverteidigung und Sport
betreffend Richtlinien für staatliche Informations- und Werbemaßnahmen

Die neueste Serie von Plakat- und Inseratensujets des BMLVS setzt vor allem auf die Person des Bundesministers für Landesverteidigung und Sport. Ob auf den übergroßen Plakaten vor der Rossauerkaserne, diversen anderen militärischen Liegenschaften oder Inseraten in verschiedenen Zeitschriften und Zeitungen. Überall nimmt das Konterfei des Bundesministers den weitaus größten Platz ein und die "Werbebotschaft" muss meist schon sehr angestrengt gesucht werden. So weit so schlecht!

Seltsam erscheint diese Vorgehensweise auf Steuerzahlerkosten vor allem im Zusammenhang mit einem Entschließungsantrag des SP-Abgeordneten Dr. Kräuter vom 18. November 2009. In diesem Antrag ersuchen die unterzeichneten Abgeordneten auf Grund zweier Rechnungshofberichte die Bundesregierung um Umsetzung einiger Rechnungshofempfehlungen. Dieser Antrag wurde am 10. Dezember 2009 im Nationalrat unter anderem mit den Stimmen der sozialdemokratischen Parteifreunde von Bundesminister Darabos beschlossen.

Besonders interessant sind die Punkte 3. und 5. der Forderungen:

- Die Bundesregierung bzw. das Bundesministerium **tritt bei allen Formen der Öffentlichkeitsarbeit deutlich als Bundesregierung bzw. Bundesministerium in Erscheinung.**
- **Die Grenzen zwischen der zulässigen und der unzulässigen Finanzierung** von Öffentlichkeitsarbeit bzw. von Informations- und Werbemaßnahmen **sind erreicht, wenn der Sachinhalt eindeutig hinter die werbende Form zurücktritt.** Dadurch werden diese Maßnahmen angreifbar.

Es mutet schon seltsam an, wenn sich der Bundesminister für Landesverteidigung und Sport zum Zeitpunkt einer solchen EntschlieÙung durch seine Parteigenossen für eine Werbelinie entscheidet, die genau diesen Anforderungen nicht gerecht wird.

In diesem Zusammenhang stellen die unterfertigten Abgeordneten an den Bundesminister für Landesverteidigung und Sport nachfolgende

Anfrage:

1. Ist Ihnen der EntschlieÙungsantrag 860 /A(E) der Abgeordneten Kräuter und Gahr vom 18. November 2009 bekannt?
2. War Ihnen der EntschlieÙungstext bekannt, als Sie die neue Werbelinie des Bundesministeriums für Landesverteidigung und Sport - mit Ihrem Abbild als zentrale Botschaft - genehmigt haben?
3. In der Zeitschrift der SOLDAT vom 28. April 2010 findet sich auf der letzten Seite ein ganzseitiges Inserat. Das Sujet ist ganze 41 cm hoch und 26 cm breit. Davon nimmt Ihr Konterfei 26 mal 26 cm ein, also ca. zwei Drittel des gesamten Inserates. Tritt bei diesem Inserat der Sachinhalt hinter die werbende Form zurück?
4. Gibt es in Ihrem Ministerium eine Bestimmung oder Vorschrift für Öffentlichkeitsarbeit, bei der ein Abbild des Bundesministers für Landesverteidigung und Sport als Sachinhalt gilt?
5. Wenn ja, mit welcher Begründung?
6. Sind Sie der Meinung, dass ein Abbild von Ihnen auf Plakaten oder Inseraten geeignet ist, dass das Bundesministerium bei allen Formen der Öffentlichkeitsarbeit deutlich als Bundesministerium auftritt?
7. Wie viele Inserate hat das BMLVS seit dem 1. Jänner 2010 in Printmedien in Auftrag gegeben?
8. Wie hoch waren die Gesamtkosten für Inserate des BMLVS in Printmedien seit dem 1. Jänner 2010?
9. In welchen Printmedien - aufgeschlüsselt nach Wochen-, Monats- und Tageszeitungen - hat das BMLVS seit dem 1. Jänner 2010 Inserate geschaltet?
10. Gibt es im BMLVS auch eine Werbelinie für elektronische Medien, die Ihr Abbild als zentrale Werbebotschaft enthält?

11. Wie viele Werbespots hat das BMLVS seit dem 1. Jänner 2010 im österreichischen Rundfunk oder bei privaten Radio- oder Fernsehsendern in Auftrag gegeben bzw. senden lassen?
12. Wie hoch waren die Gesamtkosten für Werbespots im österreichischen Rundfunk und bei privaten Radio- und Fernsehsendern seit dem 1. Jänner 2010?