

4208/J-BR/2024

Eingelangt am 27.06.2024

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

ANFRAGE

des Bundesrats Christoph Steiner
an den Bundesminister für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz
betreffend **Geschmacklose Informationskampagne für eine Minderheit**

Die derzeit durch Ihr Ministerium laufende Sujetserie unter dem Titel: „Sexuell übertragbare Infektionen und Krankheiten“ sorgt derzeit bei einer breiten Mehrheit für Irritationen. Es entsteht der Eindruck, dass hier aus den Mitteln der Allgemeinheit eine Kampagne mit zweifelhaftem pädagogischem Wert läuft, die gezielte Kreise und nicht die Allgemeinheit ansprechen soll.

So wirbt das Ministerium dafür:

ob hetero oder queer, zu zweit oder in der Gruppe, Blümchensex oder anal: Sexualität ist vielfältig und kann vollkommen unterschiedlich ausgelebt werden – von Situation zu Situation, von Person zu Person. Konsens und Safer Sex sind dabei immer Voraussetzung. Das kann bedeuten, Pausen einzulegen oder gar komplett aufhören zu wollen. Das kann bestimmte Körperstellen einbeziehen, andere ausschließen oder den ganzen Körper betreffen. Es gibt unendlich viele Möglichkeiten, um gemeinsam Spaß zu haben, solange alle Beteiligten zustimmen.¹

Die Gestaltung der österreichweit beworbenen Karten und Poster, aber auch die Bewerbung online ist gestalterisch überhöht plakativ, aber auch inhaltlich unsachlich gehalten. Es ist zu bezweifeln, ob in diesem Zusammenhang von einer notwendigen oder sinnvollen Information für die Bürger gesprochen werden kann. Auch ist die Kampagne in dieser Art in Bezug auf den Jugendschutz bedenklich.

„Spitz auf Doggy?“, „Lust auf Lecken?“, „Bock auf Rimming?“, „Scharf auf Scissoring?“ „Heiß auf Vanilla?“²

„Von Zungenakrobatik kannst du im Bett nicht genug bekommen? Ja. SAFE!“³

^{1 2} <https://www.sozialministerium.at/Themen/Gesundheit/Uebertragbare-Krankheiten/sexuell-uebertragbare-infektionen-und-krankheiten.html> - auch Quelle der angeführten Grafiken

³ Quelle: Postkarte – eine Information des Bundesministeriums für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz



Alles in allem gestaltet sich diese Kampagne für ein vom Steuerzahler finanziertes Informationsprojekt eines Ministeriums überaus unpassend und unwürdig.

In diesem Zusammenhang richtet der unterfertigte Bundesrat an den Bundesminister für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz folgende

Anfrage

1. Ist diese Kampagne von Ihnen beauftragt worden?
 - a. Wenn nein, von wem wurde Sie beauftragt?
2. Waren Sie von Anfang an in die Planung eingebunden?
 - a. Wenn ja, warum wurde Sie von Ihnen in dieser Form freigegeben?
 - b. Wenn nein, wann wurden Sie davon in Kenntnis gesetzt?
3. Warum wurde die Kampagne ausgerechnet im Juni veröffentlicht?
4. Gibt es einen gezielten zeitlichen Zusammenhang dieser Kampagne mit dem „Pride Month“?
5. Welche Personengruppe möchten Sie mit dieser Kampagne ansprechen?
6. Wie groß ist die angesprochene Zielgruppe in Prozent, gemessen an der Gesamtbevölkerung?
7. Warum bedient man sich in einer Informationskampagne eines Ministeriums einer für einen großen Teil der Bevölkerung unverständlichen Sprache?
8. Sehen Sie es als Aufgabe des Gesundheitsministeriums, der Bevölkerung Sexualpraktiken zu erläutern?
9. Halten Sie die Bewerbung von Sexualpraktiken für förderlich, wenn es um die Verhütung von Geschlechtskrankheiten geht?
10. Inwiefern ist die Aussage: *Sexualität ist vielfältig und kann vollkommen unterschiedlich ausgelebt werden – von Situation zu Situation, von Person zu Person* im Zusammenhang mit der Prävention von Geschlechtskrankheiten gehaltvoll und notwendig?
11. Inwiefern sind die Slogans: „Spitz auf Doggy?“, „Lust auf Lecken?“, „Bock auf Rimming?“, „Scharf auf Scissoring?“, „Heiß auf Vanilla?“ im Zusammenhang mit der Prävention von Geschlechtskrankheiten gehaltvoll und notwendig?
12. Inwiefern ist die Aussage: „Von Zungenakrobatik kannst du im Bett nicht genug bekommen? Ja. SAFE!“ im Zusammenhang mit der Prävention von Geschlechtskrankheiten gehaltvoll und notwendig?
13. Wurden diese Kampagne aus öffentlichen Geldern finanziert?
14. Wie viel wurde für die Grafik und den gestalterischen Prozess ausgegeben?
15. Wurde eine externe Agentur mit der Gestaltung beauftragt?
16. Wurden die genannten Slogans hausintern von Ihrem Ministerium kreiert?

17. Wie viele Poster wurden insgesamt gedruckt?
18. Wie viele Postkarten wurden insgesamt gedruckt?
19. Wurde dieses Material auch an Schulen aufgelegt?
20. An welchen Einrichtungen wurde dieses „Informationsmaterial“ aufgelegt?
21. In welche Vereinslokale wurde dieses „Informationsmaterial“ ausgeben bzw. wurde es aufgelegt? (Bitte um Nennung der Namen laut Vereinsregister.)
22. Was versprechen Sie sich von der Bewerbung der Kampagne auf Postkarten?
23. Auf welche Summe beliefen sich die Druckkosten?
24. Auf welche Summe beliefen sich die Werbekosten für die Bewerbung im öffentlichen Raum?
25. Wieviel hat die gesamte Kampagne gekostet?
26. Wieviel wurde für das Onlinemarketing und die Bewerbung im Netz ausgegeben?
27. Auf welche Summe beliefen sich die Werbekosten für die Bewerbung in privatem Raum, z.B. in Gasthäusern oder Einkaufszentren?
28. Sehen Sie diese Kampagne mit dem Jugendschutzgesetz vereinbar?
29. Wie kann gewährleistet werden, dass Unter-16-Jährige online, aber auch offline nicht mit den in der Kampagne anstößigen Slogans in Kontakt kommen?
30. Stellen die gewählten Slogans einen Verstoß gegen §2 des Pornografiegesetzes dar?

Sollten einzelne Antworten einer Vertraulichkeit bzw. Geheimhaltung unterliegen, wird ersucht, diese unter Einhaltung des Informationsordnungsgesetzes klassifiziert zu beantworten.