



II=5235 der Beilagen zu den Stenographischen Protokollen
des Nationalrates XV. Gesetzgebungsperiode

Republik Österreich
 DER BUNDESKANZLER

A 1014 Wien, Ballhausplatz 2
 Tel. (0222) 66 15/0

Zl. 353.110/35-III/4/83

8. April 1983

2451/AB

1983 -04- 08

zu 2448/J

An den
 Präsidenten des Nationalrates
 Anton BENYA

Parlament
 1017 Wien

Die Abgeordneten zum Nationalrat Bergmann und Genossen haben am 10. Feber 1983 unter der Nr. 2448/J an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend Verschwendung von Steuergeldern für Regierungspropaganda gerichtet, welche folgenden Wortlaut hat:

- "1. Halten Sie eine Politik für redlich, bei der auf der einen Seite der Bundeskanzler von allen Ressortschefs in einem Rundschreiben bei der Regierungspropaganda gerade in Wahlzeiten größte Zurückhaltung verlangt, und auf der anderen Seite der Sozialminister dieser Bundesregierung um 10,5 Mio. S eine groß angelegte Werbekampagne während des Wahlkampfes durchführt?
2. Werden Sie die gegen die in Ihrem Schreiben vom 20. Oktober 1982 festgelegten Grundsätze der Öffentlichkeitsarbeit verstoßende Plakataktion des Sozialministers, die für Zwecke der Regierungspropaganda mehr als 10,5 Mio. S an Steuermitteln verschwendet, umgehend einstellen lassen?
3. Was werden Sie unternehmen, um der Verschwendung von zig-Millionen an Steuergeldern für Regierungspropaganda Einhalt zu gebieten?
4. Wieviel neue Arbeitsplätze hätten mit den 10,5 Mio. S, die die Plakataktion des Sozialministers kostet, gefördert werden können?"

Ich beehre mich, diese Anfrage wie folgt zu beantworten.

./.

- 2 -

Grundsätzlich möchte ich folgendes feststellen:

In der Einleitung zu seiner Anfrage zitiert der Abgeordnete zum Nationalrat Bergmann einzelne Passagen meines Schreibens vom 22. Oktober 1982, in dem ich den Mitgliedern der Bundesregierung die Grundsätze der Öffentlichkeitsarbeit dargelegt habe. Diese aus dem Zusammenhang gerissenen Teilzitate erwecken den Eindruck, daß die Plakataktion des Bundesministeriums für soziale Verwaltung gegen die im Schreiben dargelegten Grundsätze verstoße.

Tatsächlich geht dieses Schreiben davon aus, daß "die Öffentlichkeitsarbeit der Regierung, aber auch anderer Staatsorgane, in Grenzen nicht nur verfassungsrechtlich zulässig, sondern im Hinblick auf die demokratische Staatsordnung notwendig ist". Weiters muß der Grundsatz, daß sich die Staatsorgane bei ihrer Tätigkeit im Rahmen ihrer Zuständigkeit zu halten haben, auch für den Bereich der Öffentlichkeitsarbeit gelten.

Bei der kritisierten Plakataktion handelt es sich um einen Teil der Umsetzung eines bereits seit längerem geplanten neuen Konzeptes für die Öffentlichkeitsarbeit der Arbeitsmarktverwaltung. Damit soll ein neues Markenzeichen der Arbeitsmarktverwaltung und der Slogan "Ihr Arbeitsamt - Partner für eine sichere Zukunft" bekanntgemacht und das in schwierigen Zeiten vorherrschende Image der Arbeitsämter als Arbeitslosenämter zu dem einer modernen Serviceeinrichtung abgewandelt werden. Denn gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten ist es zielführend, die Bevölkerung auf die nach dem Arbeitsmarktförderungsgesetz möglichen Dienste aufmerksam zu machen und auf diese Weise zur Milderung der Arbeitslosigkeit beizutragen.

Dem Vorwurf, daß der Informationswert dieser Plakate gleich Null ist, ist entgegenzuhalten, daß Plakate keine Detailinformationen bieten können, sondern durch Bild und knappen Text die Zielgruppen unmittelbar ansprechen wollen. Es handelt sich um reine Sachinformation; unzulässig wäre die Öffentlichkeitsarbeit, wenn sich die Bundesregierung als eine von einer bestimmten Partei getragene Regierung darstellte und offen oder versteckt für diese Partei

- 3 -

werben oder sich mit negativem Akzent oder gar herabsetzend über die Oppositionsparteien und deren Wahlwerbung äußern wollte.

Die Plakataktion kann weder unter diesem noch unter dem Aspekt gesehen werden, daß der äußeren Form nach eine unzulässige Öffentlichkeitsarbeit gegeben ist, in der der informative Gehalt hinter die reklamhafte Aufmachung zurücktritt, also der Werbeeffect massiv dominiert. Insbesondere auch deswegen nicht, weil mein Schreiben diesen Tatbestand dahingehend erläutert, daß darunter die Sympathiewerbung durch Fotos von Regierungsmitgliedern und ähnliches zu verstehen wäre.

Auch der in der Zusammenfassung des Schreibens formulierte Grundsatz, daß sich die Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung auf deren Zuständigkeitsbereich beschränken und objektiv-informativ sein muß, daher sowohl parteipolitische Werbung als auch polemische Auseinandersetzungen mit dem politischen Gegner unterbleiben müssen, ist genauso voll gewährleistet wie das Ziel der Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung, dem Bürger die Möglichkeit zu geben, sich über die von der Bundesregierung betriebene Politik objektiv zu informieren und sich eine eigene Meinung zu bilden. Zu einem Instrument parteipolitischer Propaganda wurde die Plakataktion der Arbeitsmarktverwaltung erst durch die "Überklebeaktion" des Generalsekretärs der ÖVP, Dr. Graff, am 1. Feber 1983 vor der Oper.

Zu Frage 1 :

Es handelt sich bei der angegriffenen Werbekampagne des Bundesministeriums für soziale Verwaltung um eine reine Information über die Dienste einer staatlichen Einrichtung, auf deren Inanspruchnahme die Staatsbürger auch ein Anrecht haben. Es ist daher nichts Unredliches, wenn man in wirtschaftlich schwierigen Zeiten die Bevölkerung auf die nach dem Arbeitsmarktförderungsgesetz möglichen Dienste aufmerksam macht und auf diese Art zur Milderung der Arbeitslosigkeit beiträgt.

- 4 -

Die Kosten der Plakataktion, die auch nach den Nationalratswahlen durchgeführt wird, belaufen sich auf 7,9 Mio. S. In den in der Anfrage genannten 10,5 Mio. S sind die gesamten Entwicklungskosten für das neue Konzept der Öffentlichkeitsarbeit der Arbeitsmarktverwaltung eingerechnet.

Zu Frage 2 :

Da die Informationskampagne der Arbeitsmarktverwaltung nicht gegen die in meinem Schreiben vom 22. Oktober 1982 dargelegten Grundsätze der Öffentlichkeitsarbeit verstößt, besteht kein Anlaß, diese Aktion einzustellen.

Zu Frage 3 :

Von einer Verschwendung von Steuermitteln kann überhaupt keine Rede sein, da durch eine entsprechende Aufklärung der Bevölkerung über die Dienste und Leistungen der Arbeitsmarktverwaltung, die mit dieser Informationskampagne beabsichtigt ist, erreicht werden soll, daß Personen mit Beschäftigungsschwierigkeiten möglichst frühzeitig die Dienststellen der Arbeitsmarktverwaltung kontaktieren. Durch das individuelle Eingehen auf die Probleme der Personen kann in vielen Fällen erreicht werden, daß eine Arbeitslosigkeit verhindert bzw. verkürzt wird, wodurch öffentliche Mittel eingespart werden, die ein Vielfaches der Kosten dieser Informationskampagne ausmachen.

Zu Frage 4 :

Diese Frage kann konkret nicht beantwortet werden, da nicht jeder neue Arbeitsplatz gleich viel kostet. Aufgrund interner Berechnungen des Bundesministeriums für soziale Verwaltung sind beispielsweise für einen Arbeitsplatz im Baugewerbe S 565.000,-- aufzuwenden, bei Ausrüstungsinvestition S 680.000,--. Wenn man die im ÖVP-Programm "Arbeit statt Verschwendung" - das damit in keiner Weise anerkannt werden soll - genannte Summe von 40 Mrd. S für 90.000 neue Arbeitsplätze heranzieht, würden somit die Kosten für einen neuen

- 5 -

Arbeitsplatz S 450.000,-- betragen. Mit den für die Plakatierung aufgewendeten Mitteln in Höhe von S 7,9 Mio. könnten also nicht einmal 18 neue Arbeitsplätze geschaffen werden. Durch die Öffentlichkeitsarbeit der Arbeitsmarktverwaltung wird u.a. auch ein wichtiger Beitrag dazu geleistet, Beschäftigungsmöglichkeiten besser zu nutzen und auf diese Art wesentlich mehr Personen ohne Förderung auf dem Arbeitsmarkt unterzubringen. Somit werden durch die Plakataktion der Arbeitsmarktverwaltung öffentliche Mittel nicht nur nicht verschwendet, sondern erspart.

A handwritten signature in black ink, consisting of a series of loops and curves, positioned to the right of the main text block.