

2948/AB XX.GP

Die Abgeordneten zum Nationalrat Rossmann und Kollegen haben am 19.9.1997 an mich eine schriftliche Anfrage mit der Nr. 2985/J betreffend „TV-Werbung des Familienministeriums“ gerichtet. Auf die - aus Gründen der besseren Übersichtlichkeit - in Kopie beigeschlossene Anfrage beehre ich mich, folgendes mitzuteilen:

ad 1

Mc Donalds wurde, wie viele andere Unternehmen, die die Familie in den Mittelpunkt ihres Werbeauftritts stellen, eingeladen, an der Kampagne „Familie ist, teilzunehmen. Durch die Bereitstellung ihrer Werbespots für diese Kampagne soll das Anliegen, die in der Familie erbrachten Leistungen transparenter zu machen, unterstützt werden. Die Werbespots wurden kostenlos zur Verfügung gestellt. Eine darüber hinausgehende Kooperation zwischen dem Bundesministerium für Umwelt, Jugend und Familie und Mc Donalds besteht nicht.

ad 2 und 3

Diese Möglichkeit wurde auch einer Reihe anderer Unternehmen angeboten und spiegelt sich in der Unterstützung in Form der Bereitstellung von TV-Spots für die Kampagne „Familie ist....“ durch die Raiffeisenbank, die S-Bausparkasse, Danone und Teekanne wider.

ad 4

Es wurde eine Reihe von Unternehmen, die die Familie in den Mittelpunkt ihrer TV-Spots stellen, angeschrieben und zur Teilnahme an der Kampagne „Familie ist...“ eingeladen. Mit jenen Unternehmen, die zu einer Kooperation und zur Übernahme der Kosten bereit waren, wurde die gegenständliche Kampagne durchgeführt.

ad 5

Die ausgestrahlten Werbespots wurden, wie bereits erwähnt, kostenlos zur Verfügung gestellt. Die Kosten für die TV-Schaltungen wurden zu 100% von den Unternehmen getragen sowie ein Teil der Kosten für die Adaptierung der Spots.

ad 6

Essen im Kreise der Familie ist ein wichtiges gemeinsames Ereignis im Tagesablauf. Wo die Mahlzeiten stattfinden, tut weniger zur Sache, als daß sie gemeinsam eingenommen werden. Im in der Anfrage kritisierten Werbespot wird gezeigt, wie ein Vater von seinem Kind mitten in der Nacht gebeten wird, in das populäre Fast-Food-Restaurant zum Frühstück zu gehen, wie er es versprochen hatte. Bei diesem Werbespot handelt es sich um eine durchaus zeitgemäße Darstellung einer Situation, wie sie in jeder Familie vorkommen kann und es steht in erster Linie die Vater-Kind Beziehung im Vordergrund. Daneben werden aber auch Werte kommuniziert, wie Verlässlichkeit, Zuneigung und Verständnis, die nicht nur für das Funktionieren einer Familie besonders wichtig sind, sondern wichtige Schlüsselkompetenzen für das gesamte Leben darstellen. Gerade auch diese Aspekte waren ein wesentlicher Grund für die Auswahl dieses Werbespots für die Kampagne „Familie ist...“