

5689/AB XX.GP

Die Abgeordneten zum Nationalrat Dr. Haider, Mag. Trattner haben am 24.3.1999 an mich eine schriftliche Anfrage mit der Nr. 5981/J betreffend „Werbeeinschaltungen im ORF, in privaten Rundfunkanstalten, Tageszeitungen, Wochenzeitungen Monatsmagazinen und sonstigen Druckschriften im Jahr 1999" gerichtet. Ich beehre mich, diese wie folgt zu beantworten:

ad 1 bis 5

Bei der Informationstätigkeit der Bundesregierung handelt es sich nicht um „Regierungspropaganda“, sondern um Öffentlichkeitsarbeit, die den Prinzipien einer umfassenden Information und eines einfachen Zugangs für den interessierten Bürger Rechnung zu tragen hat.

Für die Bundesregierung besteht eine Verpflichtung zur Information der Öffentlichkeit, der auch mit der Durchführung von Informationsinitiativen nachgekommen wird. Die Informationstätigkeit richtet sich nach aktuellen Anlässen, Neuerungen und Änderungen und wird auf die jeweilige Zielgruppe zugeschnitten. Art, Umfang und Kosten der Öffentlichkeitsarbeit hängt im Einzelfall vom Informationsbedürfnis der Bevölkerung ab.

Es ist Angelegenheit jedes Regierungsmitglieds, für seinen Verantwortungsbereich die erforderlichen Maßnahmen zu treffen, um möglichst effiziente Arbeit leisten zu

können. Ich gehe davon aus, dass jedes Regierungsmitglied um einen sparsamen Einsatz der Mittel bemüht ist.

ad 6

Inhalt der Einschaltungen waren aktuelle Neuerungen in den Bereichen Umwelt, Jugend und Familie, neue Publikationen und andere Informationsmedien. Anzuführen sind insbesondere die Familiensteuerreform, Änderungen beim Mutter - Kind - Pass, die Vereinbarkeit von Familie und Beruf, die Elternbriefe des Ressorts, die Angebote der Jugend - Information und des Familienservices, Klimaschutz, erneuerbare Energieträger, das Österreichische Umweltzeichen und Nationalpark - Informationen.

ad 7

Eine Evaluation der Informationstätigkeit ist in den meisten Fällen nicht möglich, da sich ihre Ergebnisse im Vergleich zur Werbetätigkeit kommerzieller Anbieter weniger leicht messen lassen. Als Richtschnur für den Effekt von Informationstätigkeiten können Reichweite und Auflage der jeweiligen Medien herangezogen werden. Wo direkte Response - Gelegenheiten angeboten werden (Service - Telefon, Bestellmöglichkeiten, Coupons), ist ein reges Echo zu registrieren. Grundsätzlich ist zu sagen, dass Informationen den Bürgern nur angeboten und nicht aufgezwungen werden können. Die Beurteilung und Nutzung der jeweiligen Information obliegt jedem Bürger und jeder Bürgerin selbst.

ad 8

Größtes Vorhaben im Jahr 1999 ist eine Kampagne, in der Leistungen von Familien und für Familien dargestellt werden. Als Träger sind elektronische Medien, Plakate und Inserate vorgesehen.