

1513/J

der Abgeordneten Mag. Schweitzer, Dr. Haider
und Kollegen
an den Bundeskanzler
betreffend Euro-Werbekampagne der Bundesregierung

Bundeskanzler Dr. Vranitzky kündigte am Rande des 2. Internationalen Finanz- und Wirtschaftsforum am 21. November 1996 in einer Pressekonferenz eine Werbekampagne über die Europäische Währungsunion an. Ziel dieser Kampagne soll es sein „allen gesellschaftlichen Ebenen die Vorteile der WWU klarzumachen und die Folgen eines eventuellen Nichtbeitritts zu verdeutlichen“. Damit wird klar, daß die Bundesregierung beabsichtigt „ohne Wenn und Aber“ am 1.1.1999 den österreichischen Schilling zugunsten des Euro aufzugeben, und daß es der Bundesregierung lediglich darum geht „bis dahin gegen die emotionalen Widerstände der Bevölkerung eine Kampagne zu fahren, um sie überzeugen zu können“, wie es Finanzminister Mag. Klima (OTS097, 22.11.1996) auf den Punkt brachte. Diese Ankündigungen und Absichten seitens der Bundesregierung zeigen einmal mehr ihre Ignoranz gegenüber der berechtigten Skepsis und Kritik am Projekt der Europäischen Währungsunion und dem diesbezüglichen Fahrplan. Fehlendes Vertrauen der Finanzmärkte in die geplante EWU, vor allem aber die mangelnde Zustimmung der Bevölkerung soll durch billige Werbung wettgemacht werden. Eine entsprechende Glaubwürdigkeit und die notwendige Legitimation, die wesentliche Voraussetzungen und Grundbedingungen für einen erfolgreichen Start der EWU wären, können nicht durch die geplante Werbekampagne erreicht werden. Vielmehr erscheint vor einer derart weitreichenden Entscheidung, nämlich der Ablösung des österreichischen Schillings durch eine gemeinsame europäische Währung, den Euro, die Zustimmung der österreichischen Bevölkerung, die im Rahmen einer Volksabstimmung zum Ausdruck gebracht wird, unbedingt notwendig.

In diesem Zusammenhang richten die unterfertigten Abgeordneten an den Herrn Bundeskanzler nachstehende

A N F R A G E :

1. Sind Sie ebenso wie Finanzminister Mag. Klima der Auffassung, daß „gegen die emotionalen Widerstände der Bevölkerung eine Kampagne gefahren werden müßte, um sie überzeugen zu können“?
. Wenn nein, warum nicht?

2. Wann soll die von Ihnen angekündigte „Euro-Werbekampagne“ der Bundesregierung starten?

3. Gab es diesbezüglich bereits einen Beschuß der Bundesregierung?
. Wenn ja, wann erfolgte dieser?

Wenn nein, wann soll er erfolgen?

4. Wer wird/wurde mit der Durchführung dieser „Euro-Kampagne“ beauftragt?

5. Gab es diesbezüglich bereits eine Ausschreibung?
. Wenn ja, wann erfolgte diese und welche Werbeagentur erhielt den Zuschlag?
. Wenn nein, wann soll diese erfolgen?

6. Für welchen Zeitraum ist (soll) diese Werbekampagne angelegt (sein)?
7. Auf welche Höhe werden sich die Kosten der Werbekampagne voraussichtlich belaufen?
8. Sind die diesbezüglichen Kosten im Budget bereits veranschlagt?
 - . Wenn ja, unter welchem Ansatz?
 - . Wenn nein, mit welcher Bedeckung soll diese Kampagne finanziert werden?
9. Was soll der österreichischen Bevölkerung konkret als Informationsmaterial zur Verfügung gestellt werden?
10. Welche diesbezüglichen sonstigen Aktionen (z.B. Rundfunk- und Fernsehbeiträge, Diskussionsveranstaltungen etc.) sind für wann und in welchem Umfang geplant?
11. Wie wird Ihrer Auffassung nach sichergestellt werden, daß die geplante „Euro-Kampagne“ nicht zu einer ähnlich einseitigen Werbung denaturiert, wie dies bei der EG-Kampagne vor der Volksabstimmung 1994 der Fall war?
12. Ist es geplant führende Persönlichkeiten aus Wirtschaft und Wissenschaft in die Euro-Kampagne einzubinden?
 - . Wenn ja, werden auch der WWU kritisch gegenüberstehende Persönlichkeiten ausreichend Gelegenheit zur Äußerung ihrer Bedenken haben?
 - . Wenn nein, warum nicht?
13. Wie wird Ihrer Meinung nach gewährleistet, daß die Bundesregierung bei Ihrer Kampagne für den Euro nicht abermals wider besseren Wissens ..in der Bevölkerung überzogene Erwartungen“ weckt, wie Burgenlands Landeshauptmann Dr. Stix hinsichtlich der EG-Werbekampagne (Kurier, 22.7.1995) konstatierte?
14. Aus welchen Gründen halten Sie es für zielführender eine „Euro-Werbekampagne“ zur Brechung der „emotionellen Widerstände der Bevölkerung“ zu führen, anstatt der Bevölkerung die Entscheidung für oder gegen die gemeinsame Währung in Form einer Volksabstimmung zu ermöglichen?