

3091/J XX.GP

der Abgeordneten Dr. Haider, Mag. Stadler, Mag. Schweitzer

und Kollegen

an den Bundeskanzler

betreffend Euro-Werbekampagne der Bundesregierung

Vor der Volksabstimmung über das EU-Beitrittsermächtigungsgesetz am 12. Juni 1994 hat die österreichische Bundesregierung in einer gigantischen Propagandawelle unter Einsatz von hunderten Millionen Schilling der österreichischen Bevölkerung wider besseren Wissens das Blaue vom Himmel versprochen und damit in der Bevölkerung „überzogene EU-Erwartungen“, wie Burgenlands Landeshauptmann Dr. Stix nachträglich eingestand (Kurier, 22.7.1995), geweckt. So hat die Bundesregierung der Bevölkerung im Falle des Beitritts zur Europäischen Union nicht nur zumindest 40.000 zusätzliche Arbeitsplätze zugesagt, sondern ihr auch bescheinigt, daß es nicht automatisch zur Installierung der Währungsunion kommt, weil Österreich durch sein Veto den Beschuß zur Einführung des Euro blockieren könnte (Dr. Ditz, 7.5.1994). Davon distanziert sich die Bundesregierung nunmehr. Ungeachtet der internationalen Diskussion über eine etwaige Verschiebung des Beginns der dritten Stufe der Wirtschafts- und Währungsunion bis die Voraussetzungen tatsächlich gegeben (z.B. wirkliche wirtschaftliche Konvergenz der Volkswirtschaften) und die offenen Fragen (z.B. strikte und nachhaltige Erfüllung der Kriterien) sowie die brennenden Probleme (z.B. steigende Arbeitslosigkeit, bestmögliche Gewährleistung der Sicherheit) zufriedenstellend gelöst sind, will die Bundesregierung ohne Wenn und Aber am 1. Jänner 1999 den Schilling zugunsten des Euro abschaffen.

Notwendige Problemlösungen, insbesondere aber eine ehrliche und objektive Aufklärung der gegenüber einer gemeinsamen Währung sehr skeptisch und kritisch eingestellten Bevölkerung, werden jedoch von der Bundesregierung durch eine Werbekampagne zugunsten des Euro substituiert. Wie ernst damit die berechtigten Sorgen und Befürchtungen der Bevölkerung im Zusammenhang mit der beabsichtigten Einführung des Euro genommen werden, zeigen die Verhaltensweisen der Bundesregierung. Zum einen vertritt Bundeskanzler Klima die Auffassung, daß es notwendig ist, „gegen die emotionellen Widerstände der Bevölkerung eine Kampagne zu fahren“ (OTS097, 22.11.1996). Zum anderen wurde Dr. Raab, der mittlerweile zurücktreten mußte, zum Euro-Informationsbeauftragten der Bundesregierung ernannt, obwohl er von der EU-Kommission unter Vertrag genommen wurde, um, als Euro-Experte, in seinem Namen Vorträge über die gemeinsame Währung zu halten, jedoch mit der Verpflichtung bei seinen Vorträgen die offizielle (Euro-freundliche) Position der Kommission zu vertreten. Letztlich ließ die Bundesregierung jüngst ihre Euro-Werbekampagne unter Einbeziehung der einzelnen Ministerien, des ORF, der Zeitungen, des ÖGB, der Nationalbank etc. anlaufen, um eine einseitige Bewußtseinsbildung der österreichischen Bevölkerung herbeizuführen.

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

ANFRAGE:

1. Für welchen Zeitraum ist die Euro-Werbekampagne der Bundesregierung angelegt?
2. Auf welche Höhe werden sich insgesamt die Kosten dieser Werbekampagne für 1997 belaufen?
3. Auf welche Höhe werden sich insgesamt die Kosten der Euro-Werbekampagne für 1998 belaufen?
4. Was ist das Ziel der Euro -Werbekampagne der Bundesregierung?
5. Ist es zutreffend, daß die Werbeagentur Publico mit der Durchführung der Euro -Kampagne beauftragt wurde?
 - Wenn ja, welche Gründe waren dafür ausschlaggebend?
6. Gab es diesbezüglich eine öffentliche Ausschreibung?
- Wenn ja, wann erfolgte diese?
- Wenn nein, warum nicht?
7. Wurde das von der Agentur Publico erstellte Konzept der „Euro Initiative der Bundesregierung“ seitens der Regierung übernommen?
- Wenn nein, wie sieht die letztgültige, von der Bundesregierung genehmigte Fassung konkret aus?
8. Trifft es zu, daß als Euro -PR -Maßnahme ein periodisch stattfindendes sog. Chefredakteure - Brainstorming (Chefredakteure aller Tageszeitungen, APA, ORF) mit Bundeskanzler und/oder Vizekanzler und/oder Staatssekretären Ruttenstorfer bzw. Ferrero -Waldner vorgesehen ist?
 - Wenn ja, was ist das Ziel dieser Veranstaltungen und wann soll damit begonnen werden?
 - Wenn nein, warum wurde davon Abstand genommen bzw. welche sonstigen Aktivitäten sind geplant?
9. Trifft es zu, daß als Euro-PR -Maßnahme ein monatlich stattfindender Euro -jour -fixe (Euro -relevante Redakteure von Tages - und Wochenzeitungen etc.) mit dem Staatssekretariat geplant ist?
 - Wenn ja, was ist das Ziel dieser Veranstaltung und wann soll damit begonnen werden?
 - Wenn nein, warum wurde davon Abstand genommen bzw. welche sonstigen Aktivitäten sind geplant?
10. Ist es zutreffend, daß für Journalisten „Medienseminare“ (Schulungspakete für Redakteure, halb - bis ganztägige Veranstaltungen mit attraktiven Referenten) geplant sind?
 - Wenn ja, was ist das Ziel dieser Veranstaltungen und wann werden diese stattfinden?
 - Wenn nein, warum wurde davon Abstand genommen bzw. welche sonstigen Aktivitäten sind geplant?
11. Ist es zutreffend, daß österreichweit eine Kampagne in den Lokalzeitungen vorgesehen ist?
 - Wenn ja, was ist das Ziel dieser Kampagne und wann wird diese beginnen?

- Wenn nein, warum wurde davon Abstand genommen bzw. welche sonstigen Aktivitäten sind geplant?
12. Trifft es zu, daß die Euro -Information in ORF-Sendungen wie „Willkommen Österreich“, „Seniorenclub“, „Autofahrer unterwegs“ etc. lanciert werden sollen?
- Wenn ja, wie ist dies mit dem Objektivitätsgesetz des ORF vereinbar?
 - Aufgrund welcher Vereinbarung und welcher Beschlüsse in den zuständigen Gremien des ORF beteiligt sich dieser an der Euro-Kampagne der Bundesregierung?
 - Wird dem ORF für seine Aktivitäten ein Werbeentgelt gezahlt?
13. Inwieweit und in welchem Umfang sind die Sozialpartner, insbesondere der Österreichische Gewerkschaftsbund (ÖGB) und die Arbeiterkammer in die Euro - Kampagne der Bundesregierung eingebunden?
14. Trifft es zu, daß die Euro -Kampagne vornehmlich auf die Zielgruppen Pensionisten, Hausfrauen, Bildungs - und Einkommensschwache sowie Jugendliche abgestimmt ist?
- Wenn ja, warum?
 - Wie soll bei diesen Zielgruppen eine objektive Information sichergestellt werden?
15. Ist es zutreffend, daß beabsichtigt ist den Menschen einen fiktiven Euro -Schein in die Hand zu geben, auf dessen Rückseite abzulesen ist, was man beispielsweise am Würstelstand, im Wirtshaus, an der Tankstelle oder in der Trafik alles dafür bekommt?
- Wenn ja, warum und ab wann soll diese Aktion starten?
 - Wenn nein, warum wurde davon Abstand genommen?
16. Ist es zutreffend, daß es einen sog. „Euro -Bus“ mit "plakativer und leicht verständlicher Euro -Information", der in den Landes - und Bezirkshauptstädten Station machen wird, geben soll?
- Wenn ja, ab wann ist dieser im Einsatz und inwieweit ist eine Kooperation mit den Landesregierungen und/oder Gemeinden, ORF -Landesstudios und Lokalmedien vorgesehen?
 - Wenn nein, warum wurde davon Abstand genommen bzw. welche sonstigen Aktivitäten sind geplant?
17. Trifft es zu, daß 1998 beabsichtigt ist, jedem österreichischen Haushalt eine Weihnachtskarte zusammen mit einer 10 -Cent Münze zu übermitteln?
- Wenn ja, was ist das Ziel dieser Aktion?
 - Wenn nein, warum wurde davon Abstand genommen?
18. Trifft es zu, daß zur Vervielfachung des Medienbudgets Medienkooperationen in TV, Hörfunk und Printmedien, beispielsweise in Form einer Industriesene der Industriellenvereinigung im Kurier, einer Konsumentensene der Arbeiterkammer in der Kronen Zeitung etc., vermittelt werden sollen?
- Wenn nein, warum wurde davon Abstand genommen?
 - Wenn ja, sind Sie der Auffassung, daß diese Vorgangsweise mit objektiver und ausgewogener Information vereinbar ist?
19. Welches sonstige Informationsmaterial soll der österreichischen Bevölkerung konkret und wann zur Verfügung gestellt werden?

20. Inwieweit sind führende Persönlichkeiten aus Wirtschaft und Wissenschaft, die einer überhasteten Einführung des Euro kritisch gegenüber stehen, in die Euro-Kampagne eingebunden?

Wenn ja, wann, wo und in welchem Ausmaß werden diese Persönlichkeiten Gelegenheit zur öffentlichen Äußerung ihrer Bedenken haben?

21. Wird auch den Initiatoren des „Schilling-Volksbegehrens“ im Rahmen der Euro-Kampagne Gelegenheit zur Darstellung ihrer Bedenken bezüglich einer überhasteten Einführung des Euro gegeben werden?

- Wenn ja, in welcher Form?
- Wenn nein, warum nicht?

22. Wie werden Sie sicherstellen, daß seitens der Bundesregierung eine sachliche Auseinandersetzung mit Euro-kritischen Argumenten erfolgt, um üblen Beschimpfungen der Initiatoren des „Schilling-Volksbegehrens“, wie sie jüngst von Prof. Geiserich Tichy bei einem Steuerberatungsseminar in Saalfelden (2.Sept.1997) getätigt wurden, indem er wörtlich von „Verhinderungsidioten“ gesprochen hat, vorzubeugen?