

3492/AB XXI.GP

Eingelangt am: 25.04.2002

BM für soziale Sicherheit und Generationen

Ich beantworte die an mich gerichtete schriftliche parlamentarische **Anfrage Nr. 3475/J der Abgeordneten Dr. Kräuter und Genossinnen** wie folgt:

Fragen 1 und 3:

Der ORF, eine Stiftung öffentlichen Rechts, entscheidet auf Grundlage eines Antrages des Auftraggebers frei und eigenständig, ob die jeweilige Aktion als social advertisement einzustufen ist und ob der 60%ige Sozialrabatt zur Anwendung kommt.

Der Sozialtarif kommt bei all jenen Aktionen zur Anwendung, die nicht kommerzielle, sondern gesellschaftliche Interessen zum Inhalt haben. Diese Kampagnen dürfen nicht die Nachfrage nach Produkten steigern oder Konsumenten zum Kauf anregen, sondern ausschließlich öffentliche Anliegen kommunizieren. Die Dauer solcher Aktionen ist auf 3 Monate und maximal 6 Frequenzen täglich beschränkt. Verschiebungen in der Sendezeit sind dem ORF bei der Anwendung des Sozialtarifs vorbehalten.

Mit BGBl.I Nr. 103 vom 7. August 2001 wurde das Kinderbetreuungsgeldgesetz beschlossen sowie das Familienlastenausgleichsgesetz (FLAG) 1967 geändert. Gemäß § 39k Abs. 2 FLAG 1967 sind Informationsmaßnahmen vorzusehen. Diesem gesetzlichen Auftrag bin ich als zuständiger Bundesminister nachgekommen.

Zielsetzung dieser Maßnahmen war es, die Öffentlichkeit über die neue Leistung zu informieren, um allen Anspruchsberechtigten im Sinne der Chancengleichheit durch denselben Informationsstand die Möglichkeit zur Antragsstellung zu gewährleisten. Mit entsprechenden Informationen sollen auch jene Mütter und Väter aufmerksam gemacht werden, die nicht, noch nicht oder geringfügig beschäftigt sind und bisher kein Karenzgeld oder eine dem Karenzgeld vergleichbare Leistung bezogen haben.

und für Geburten ab dem 1. Jänner 2001 Anspruch auf das Kinderbetreuungsgeld haben.

Um dies zu erreichen, habe ich weiters die kostenlose Info-Hotline des Familienservice personell aufgestockt, eine Maßnahme, die dem konkreten und individuellen Informationsbedürfnis gerecht wird. Die durchschnittliche Anruferzahl der letzten vier Monate vor Beginn der Informationskampagne betrug rund 1.600 Anrufe pro Monat, allein im Februar 2002 (nach Beginn der Informationsmaßnahmen) wurden 5.253 individuelle Auskünfte über die kostenlose Info-Hotline meines Ressorts erteilt.

Frage 2:

Die Kosten für die Informationsmaßnahmen im ORF-TV gliedern sich wie folgt auf:

30. und 31.01.2002: EURO 7.860,--
01. bis 28.02.2002: EURO 131.280,--
01. bis 31.03.2002 EURO 153.420,--

Die angegebenen Kosten stellen die Mediakosten vor MwSt. dar. Da der Zeitraum 1. bis 31.03.2002 noch nicht abgerechnet ist, stehen die endgültigen Kosten noch nicht fest; Schwankungen +/- aufgrund von kurzfristigen Umbuchungen sind noch möglich.