

## Dringlicher Antrag

XXII. GP.-NR

800 IA(E)

02. März 2006

der Abgeordneten Öllinger, Kogler und FreundInnen

betreffend die Jubelpropaganda bzw. Werbe- und Informationsmaßnahmen der Bundesregierung

In den letzten Tagen ist es, bedingt durch die großflächigen Jubelinserate von Regierungsmitgliedern, zu einer breiten öffentlichen Diskussion über die Zweckmäßigkeit und Wirtschaftlichkeit der Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung gekommen.

Erinnert sei in diesem Zusammenhang nicht nur an die Jubelinserate von Bundeskanzler und Vizekanzler nach der für unsere SportlerInnen sehr erfolgreichen Winterolympiade, sondern auch etwa an die peinlichen Pannen beim Pensionsfolder des Sozialministeriums oder an die Neujahrsglückwunschinserate der Bundesregierung, in denen Österreich etwa das stärkste Wachstum außerhalb der Eurozone bescheinigt wurde.

Unakzeptabel für die Steuerzahlerinnen und Steuerzahler sind aber nicht nur Jubel- und Panneninserate, sondern auch die verstärkten Werbemaßnahmen kurz vor Wahlen. Nicht nur im NR-Wahljahr 2002, sondern auch im Jahr 2004, in dem mehrere Landtagswahlen stattfanden, haben die Ressorts insgesamt ihre Werbemaßnahmen erhöht und einzelne Ressorts kurz vor Wahlen besondere Werbeanstrengungen gesetzt. Auch die direkte Förderung von partei- und parteinahen Zeitungen über Inserate und andere Subventionen ist bei Mitgliedern dieser Bundesregierung offensichtlich gang und gäbe.

Der Rechnungshof hat wiederholt die Zweckmäßigkeit, die Sparsamkeit und die Art der konkreten Durchführung von Vergaben der öffentlichen Hand für Kommunikation, Information und Werbung kritisiert, so z.B. im Wahrnehmungsbericht (III-29 d.B).

Die Bundesregierung und die Regierungsparteien haben bisher die Empfehlungen des Rechnungshofs nachweislich und wiederholt nicht befolgt.

Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher folgenden

**ENTSCHLIESSUNGSANTRAG:**

*Der Nationalrat wolle beschließen:*

Die Bundesregierung wird aufgefordert, generelle und bindende Regeln für die Öffentlichkeitsarbeit bzw. die Informations- und Werbemaßnahmen der Bundesregierung zu erlassen. Der Kern dieser Regeln hat auf jeden Fall folgende Punkte zu enthalten:

- a) Die Finanzierung von Öffentlichkeitsarbeit bzw. von Informations- und Werbemaßnahmen aus Haushaltsmitteln ist unter Beachtung der Grundsätze der Sparsamkeit, Wirtschaftlichkeit und Zweckmäßigkeit zulässig. Diese Maßnahmen haben dabei formalen und zugleich inhaltlichen Kriterien zu genügen, die den Bezug zur Arbeit der Bundesregierung bzw. des jeweiligen Ressorts begründen.
- b) Die Öffentlichkeitsarbeit bzw. die Informations- und Werbemaßnahmen sind unmittelbar auf die vergangene, gegenwärtige oder aktuell zukünftige Tätigkeit der Bundesregierung bzw. des jeweiligen Ressorts zu beziehen.
- c) Die Bundesregierung bzw. das Bundesministerium hat bei allen Formen der Öffentlichkeitsarbeit deutlich als Bundesregierung bzw. Bundesministerium in Erscheinung zu treten.
- d) Die Öffentlichkeitsarbeit bzw. die Informations- und Werbemaßnahmen aus Haushaltsmitteln darf nicht auf parteipolitische Wahlwerbung ausgerichtet sein.
- e) Die Grenzen zwischen der zulässigen und der unzulässigen Finanzierung von Öffentlichkeitsarbeit bzw. von Informations- und Werbemaßnahmen sind überschritten, wenn der Sachinhalt eindeutig hinter die werbende Form zurücktritt.
- f) Die Öffentlichkeitsarbeit bzw. die Informations- und Werbemaßnahmen haben bei den Bürgerinnen und Bürgern den Eindruck einer werbenden Einflussnahme zu Gunsten einer Partei zu vermeiden.

Die Bundesregierung wird außerdem aufgefordert, den Vorschlag, in bezahlten Werbeeinschaltungen die Kosten der Einschaltungen auszuweisen, ebenso zu prüfen wie die Einrichtung einer unabhängigen Kommission, die in Vorwahlzeiten die Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung überwacht.

*In formeller Hinsicht wird die dringliche Behandlung gemäß § 74a iVm § 93 Abs. 1 GOG verlangt*

*1.2.2011*  
*Dr. Peter Julejsee*  
*W. Kerschbaum*