

BUNDESMINISTERIUM FÜR SOZIALE SICHERHEIT
GENERATIONEN UND KONSUMENTENSCHUTZ

XXII. GP.-NR

1449 /AB

2004 -04- 08

zu 1452/J

Herrn
Präsidenten des Nationalrates
Parlament
1010 Wien

(5-fach)

GZ: 10.001/83-4/2004

Wien, 7. April 2004

Sehr geehrter Herr Präsident!

Ich beantworte die an mich gerichtete schriftliche parlamentarische **Anfrage Nr. 1452/J der Abgeordneten Dr. Gabriele Moser, Freundinnen und Freunde**, wie folgt:

Information, Hilfestellung und Bürgerservice stellen eine der wichtigsten Aufgaben der Politik und vor allem meines Ressorts dar. Aufgrund genauer Beobachtungen der Anfragen, die seitens der Bevölkerung an mein Ressort herangetragen werden, wird festgestellt, in welchen Bereichen erheblicher Informationsbedarf besteht. Insbesondere wenn sich die gesetzliche Landschaft verändert, verlangen die Bürgerinnen und Bürger zu Recht Auskünfte, wie sich die Veränderungen auf ihre persönliche Situation auswirken. Durch gezielte Informationstätigkeit kann man einen Großteil immer wieder auftretender Fragen im Vorfeld dieses Informationsprozesses beantworten, es wird somit allen potenziell Betroffenen der gleiche Informationsstand zur Verfügung gestellt. Individuelle Fragen können schließlich, was die Zuständigkeit meines Ressorts anlangt, durch die Kontaktaufnahme mit einer unserer Servicestellen im persönlichen Kontakt geklärt werden. Dieses Serviceangebot umfasst folgende Stellen:

BÜRGERSERVICE DES SOZIALMINISTERS
Telefon: (01) 71100-6544
Fax: (01) 71100-2295
E-Mail: harald.kosobud@bmsg.gv.at

SOZIALTELEFON
Telefon: 0 800/20 16 11
Fax: (01) 711 00-142 66
E-Mail: sozialtelefon@bmsg.gv.at

PFLEGETELEFON
Telefon: 0 800/20 16 22
Fax: 0 800/22 04 90
E-Mail: pflegetelefon@bmsg.gv.at

FAMILIENSERVICE UND SENIOREN-HOTLINE

Telefon: 0 800/24 02 62

E-Mail: familienservice@bmsg.gv.at**JUGENDINFO**

Telefon: 0 800/24 02 66

E-Mail: ministerium@jugendinfo.at**KINDER- UND JUGENDANWÄLTIN DES BUNDES**

Telefon: 0 800/24 02 64

BROSCHÜRENSERVICE

Telefon: 0 800/20 20 74

E-Mail: broschuerenservice@bmsg.gv.at

In manchen Fällen ist die Informationstätigkeit auch gesetzlich vorgeschrieben, wie dies etwa beim Kinderbetreuungsgeldgesetz der Fall ist. Als Bundesminister für soziale Sicherheit, Generationen und Konsumentenschutz bin ich im Rahmen der betreffenden Informationskampagnen meinem gesetzlichen Auftrag, Informationsmaßnahmen zu setzen, nachgekommen.

Frage 1:

Folgende Summen wurden für Informationskampagnen aufgewendet (alle angeführten Beträge verstehen sich exklusive USt):

Jahr	Bezeichnung	Betrag in € (exklusive USt)
1998	Erstellung und Durchführung eines Kommunikationskonzeptes zur Arbeitsassistenz (Produktion und Versand eines Videos, Erstellung und Produktion einer Website, Direct Mails, Inserate, Fact-Sheets, Plakate, redaktionelle Beiträge, Pressemitteilungen, CD-ROM)	106.031,97
1998	Zum Thema Neuregelung der Familienbesteuerung wurden in Tages-, Wochen- und Monatszeitschriften Inserate geschaltet.	258.946,79
1998	Inseratenkampagne zum Thema Familie	63.196,07
1999	Imagekampagne „50plus“: Anlässlich des „Internationalen Jahres der älteren Menschen 1999“ wurde auf Initiative der EURAG-Österreich durch die Firma LOWE GGK kostenlos eine Imagekampagne entwickelt, die eine positive Sicht des Alterns vermittelt. Die <u>Schaltkosten</u> für diese Kampagne in verschiedenen Tageszeitungen (Die Presse, Der Standard, Kurier, Trend und Profil) für den Zeitraum 10.-30. September 1999 betrugen:	43.785,88

1999	Inserate „Ein besseres Österreich für ältere Menschen“ (Information zur Seniorenpolitik in Österreich in den Seniorenzeitungen in ganz Österreich: Wiener Seniorenblatt, Kärntner Seniorenzeitung, „Wir Senioren“, „Burgenländischer Feierabend“, „Senior Vital“, „Senioren Express“, „Unsere Generationen“, „Niederösterreichischer Seniorenring“, Mitteilungsblatt „Tiroler Seniorenring“, Nachrichtenblatt „Hand in Hand - Wiener Hilfswerk“, Tiroler Seniorenmagazin „der Feierabend“, „Seniorenkurier“, „Die gute Stunde“, „Senioren im Blickpunkt“) Zeitraum: September 1999	6.466,32
1999	Kampagne zum Thema Vereinbarkeit von Familie und Beruf mit Sendezeiten im Österreichischen Rundfunk, Inseraten in Tageszeitungen und sonstigen Druckschriften ¹	359.464
1999	Inserate zum Thema Familie in Wochenzeitungen	6.122,80
1999	Mailing-Aktion zum Thema Karenzgeld für alle Eltern	4.844,86
2000	Kampagne zu seniorenpolitischen Schwerpunktthemen : Schaltung von redaktionellen Beiträgen sowie eine ständige Kolumne zu seniorenpolitischen Schwerpunktthemen in der Kronen Zeitung im Magazin „Zeit zum Leben“. Zeitraum: 30. August bis 6. Dezember 2000	46.787,21
2001	Elternbildungskampagne: Um die Angebote der Elternbildung bekannter zu machen und den Nutzen der Inanspruchnahme von Elternbildungskursen den Eltern/Elternteilen näher zu bringen, hat das BMSG eine Bewusstseinsbildungskampagne durchgeführt. Kommunikationsmittel: Directmailing an alle Familien mit Kindern und Jugendlichen; Directmailing an ÄrztInnen, Kindergärten und Schulen; Inserate und Advertorials in regionalen und überregionalen Zeitungen sowie in Magazine; Hörfunkbeiträge in allen Landesstudios; Einrichtung einer Website. Zeitraum: September 2001 bis August 2002	1.225.000,--
2001	Die Freiwilligen des Jahres 2001: Kooperation mit dem ORF zur Wahl der Freiwilligen des Jahres 2001: Produktion von 4 Trailern und 25 Schaltungen im TV sowie ORF-Teletext und ORF-online, Bekanntmachung der Ausschreibung der Wahl der Freiwilligen 2001. Zeitraum: 1. bis 31. Oktober 2001; Teletext: 26. September bis 31. Oktober 2001	68.345,47
2002	Die Freiwilligen des Jahres 2002 - „Freiwillige gegen die Flut“: Kooperation mit dem ORF zur Wahl der Freiwilligen des Jahres 2002: Produktion eines Trailers und 20 Schaltungen im TV sowie ORF-Teletext und ORF-online. Bekanntmachung der Ausschreibung zur Wahl der Freiwilligen 2002. Trailer: 17. Oktober bis 30. Oktober 2002; Teletext: 16. Oktober bis 1. November 2002	68.025,--
2002	Die Freiwilligen des Jahres 2002 - „Freiwillige gegen die Flut“: 5-teilige redaktionelle Informationsserie in der Kronen Zeitung im Magazin „Zeit zum Leben“ zum Wettbewerb „Freiwillige gegen die Flut“ als mediale Begleitmaßnahme mit bezahlter Fußleiste mit Ressortlogo. Zeitraum: 2. Oktober bis 30. Oktober 2002 (in zweiwöchigen Abständen)	17.388,--
2002	Muster-Heimvertrag: 5-teilige redaktionelle Informationsserie in der Kronen-Zeitung im Magazin „Zeit zum Leben“ zur Veröffentlichung des Muster-Heimvertrages als mediale Begleitmaßnahme. Zeitraum: 18. September bis 9. Oktober 2002 (in zweiwöchigen Abständen)	18.359,83

¹ In dem Betrag sind auch Kosten für eine Sonderbeilage in der Höhe von 21.147,79 € (exklusive USt) enthalten, in der sowohl zum Thema „Neuregelung der Familienbesteuerung“, als auch zum Thema „Vereinbarkeit von Familie und Beruf“ informiert wurde.

2003	Im Rahmen des Auftrages „Europäisches Jahr der Menschen mit Behinderungen 2003 - Organisatorische Umsetzung in Österreich“ wurde eine Kooperation mit dem ORF eingegangen, aus der die Produktion von vier Fernseh-Spots, die insgesamt 150 mal gesendet wurden, und ein zweiteiliger Programmschwerpunkt „Ohne Barrieren“ im Radiosender Österreich 1, in dem zahlreiche Berichte zum Thema „Behinderung“ gebracht wurden, resultierten.	72.212,98
2003	Die Freiwilligen des Jahres 2003 - „gleichanders/anders-gleich: Befähigung statt Behinderung“: Der ORF, der die Verbreitung der Ziele des Europäischen Jahres der Menschen mit Behinderung in der gemeinsam mit dem Ressort durchgeführten Kampagne „gleichanders“ unterstützte, war bereit, diese Zusammenarbeit auch auf die Kampagne der Wahl der Freiwilligen 2003 auszudehnen. Dadurch entstanden gegenüber dem Vorjahr nur geringe Kosten für die Produktion des Trailers und die Sendezeit für die Schaltung der Trailer wurde frei zur Verfügung gestellt. Weiters erfolgte eine parallele Bekanntmachung der Aktion auf orf.online und Teletext zu einem Sondertarif. Zeitraum: 22. September bis 31. Oktober 2003	26.422,-
2003	Die Freiwilligen des Jahres 2003 - „gleichanders/anders-gleich: Befähigung statt Behinderung“: 11-teilige redaktionelle Informationsserie in der Kronen-Zeitung im Magazin „Zeit zum Leben“ zum Wettbewerb „gleichanders/andersgleich: Befähigung statt Behinderung“ als mediale Begleitmaßnahme. Zeitraum: 9. Juli bis 22. Oktober 2003	36.996,94
2003	„Seniorensicherheit“: 4-teilige redaktionelle Informationsserie in der Kronen-Zeitung im Magazin „Zeit zum Leben“ zur Aktion „Seniorensicherheit“ als mediale Begleitmaßnahme mit Kuponinseraten zur kostenlosen Anforderung der Broschüre „Sicher wohnen - besser leben“. Zeitraum: 29. Oktober bis 19. November 2003 (in zweiwöchigen Abständen)	10.773,67

- Betreffend die Kindergeld-Kampagne 2003 wird auf die Beantwortung der parlamentarischen Anfrage Nr. 803/J XXII. GP.-NR. verwiesen.
- Betreffend die Informationskampagne zum Thema Unfallrentenbesteuerung wird auf die Beantwortung der Anfrage Nr. 1124/J XXII. GP.-NR verwiesen.
- Betreffend die Informationskampagne zur Einführung des Kinderbetreuungsgeldes in Österreich (2002) wird auf die Beantwortung der Anfrage Nr. 1287/J XII. GP.-NR verwiesen.

Frage 2:

Ich darf darauf hinweisen, dass im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit meines Ressorts keinerlei wie auch immer geartete "Werbung" erfolgt ist bzw. erfolgt. Öffentlichkeitswirksame Maßnahmen wurden und werden ausnahmslos zu Informationszwecken getätig, und zwar aus den eingangs genannten Gründen.

Diese Informationsarbeit kann in Form von Kampagnen – also hinsichtlich des Informationszeitraumes, der Medienauswahl und des Umfanges in strukturierter Vorgehensweise geplant und umgesetzt – oder als Einzelmaßnahme vor sich gehen. Persönliche Imagekampagnen sind – wie Werbemaßnahmen – unter meiner Verantwortlichkeit als Bundesminister in meinem Ressort nicht durchgeführt worden.

Mit freundlichen Grüßen
Der Bundesminister:

