

Präsident des Nationalrates  
Univ. Prof. Dr. Andreas KHOL

XXII. GP.-NR

3138 /AB

2005 -08- 18

Parlament  
1017 Wien

zu 3211/J

Wien, am 8/08/05

Geschäftszahl:  
BMWA-10.101/0086-IK/1a/2005

In Beantwortung der schriftlichen parlamentarischen Anfrage Nr. 3211/J betreffend Medienarbeit, welche die Abgeordneten Karl Öllinger, Kolleginnen und Kollegen am 1. Juli 2005 an mich richteten, stelle ich fest:

#### A) Inserate, Druckkostenbeiträge und sonstige Förderungen

##### Antwort zu den Punkten 1 bis 21 der Anfrage:

Für Inserate und Druckkostenbeiträge im Zusammenhang mit Informationsarbeit wie etwa zur „Abfertigung Neu“ wurden im Neuen Volksblatt im Jahr 2002 € 7.123,-, im Jahr 2004 € 3.773,-, in der Salzburger Volkszeitung im Jahr 2002 € 1.224,-, in der Zeitschrift „Kommunal“ im Jahr 2003 € 1.966,-, in der Neuen BVZ im Jahr 2002 € 1.173,- sowie im Grenzlandboten im Jahr 2000 € 726,70 und in den Jahren 2002 bis 2004 je € 1.500,- aufgewendet.

Für die anderen in der Anfrage genannten Publikationen wurden keine Ausgaben getätigt.



## **B) Förderungen und Inserate für parteinahe Publikationen bzw. Organisationen**

In Abschnitt I des Bundesgesetzes über die Förderung politischer Bildungsarbeit und Publizistik 1984 (Publizistikförderungsgesetz 1984 – PubFG) wird die sogenannte „Publizistikförderung I“, das ist die Parteiakademienförderung, geregelt.

Es handelt sich hierbei um keine Medienförderung, vielmehr wird im Rahmen dieser Förderung die „staatsbürgerliche Bildungsarbeit der politischen Parteien“, also die gesamte Bildungstätigkeit der Parteiakademien gefördert.

Sparsamkeit, Zweckmäßigkeit und Gesetzmäßigkeit bei der Verwendung der Förderungsmittel werden gemäß § 1 Abs. 5 PubFG jährlich von Wirtschafts- und Steuerberatern geprüft. Der Jahresabschluss ist dem Rechnungshof zu übermitteln und wird auch im „Amtsblatt der Wiener Zeitung“ veröffentlicht. Darüber hinaus werden die Akademien im Abstand von fünf Jahren einer ausführlichen Rechnungshofskontrolle unterzogen.

### **Antwort zu den Punkten 22 bis 28 der Anfrage:**

Im Jahr 2002 hat der ÖAAB € 3.195,- für eine Einschaltung in einer Broschüre zum Thema "Abfertigung neu" erhalten. Die Aktionsgemeinschaft hat im angefragten Zeitraum eine Gründerbroschüre, eine Karrierebroschüre, eine Broschüre zum Thema Studieren und Arbeiten im Ausland und eine Sonderausgabe des Bundesreports im Rahmen des Vorhabens „Akademiker/innen am Arbeitsmarkt“ erstellt. Diese für Studenten und Jungakademiker wichtigen Berufsinformationsaktivitäten wurden mit insgesamt € 20.700,- unterstützt. Die FCGJ hat für Einschaltungen im Lehrlingskalendar in den Jahren 2000 bis 2002 je € 2.655,46, im Jahr 2003 € 2.700,- erhalten.

Weitere Inseratenaufträge, Druckkostenbeiträge oder Förderungen für Medienarbeit wurden an die in den Fragen 22 bis 28 genannten Organisationen und Vereinigungen nicht vergeben.

### **C) Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit**

Bei allen Maßnahmen des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit handelt es sich weder um Werbung noch um persönliche Imagekampagnen, sondern immer um Informationsarbeit, wie sie in Teil I, Pkt. 10 der Anlage zu § 2 Bundesministeriengesetz 1986 als Teil des Wirkungsbereiches der Bundesministerien genannt ist.

#### **Antwort zu den Punkten 29 und 30 der Anfrage:**

Insgesamt wurden für Informationsarbeit im Jahr 2004 € 1.372.462,17 aufgewendet, davon € 1.313.330,17 für die in Zusammenarbeit mit dem Bundesministerium für Gesundheit und Frauen, dem ORF und den Hilfsorganisationen Caritas, Rotes Kreuz, Hilfswerk, Diakonie und Volkshilfe durchgeführte Kampagne „Pflegeberufe – Der Job des Lebens“. Im ersten Halbjahr 2005 wurden insgesamt € 51.695,- aufgewendet.

#### **Antwort zu Punkt 31 der Anfrage:**

In folgenden Medien wurden im angegebenen Zeitraum entgeltliche Beiträge eingeschaltet: Bezirksjournale, Career (Karrierehandbuch für den jungen Arbeitsmarkt), David, Dolomiten, Europäische Rundschau, Furche, Grenzlandbote, Journal Graz, Kurier, Mitteilungen des Evangelischen Lehrervereins in Österreich, Neues Volksblatt, Oberösterreichische Nachrichten, Presse, Profil, Trend, Zukunftsbranchen.

Im Zuge der Imagekampagne „Pflegeberufe – Der Job des Lebens“ wurden gemäß Medienplan entgeltliche Beiträge in folgenden Medien geschaltet: Presse, Standard, Krone, Kurier, Kleine Zeitung, Tiroler Tageszeitung, Vorarlberger Nachrichten, Neues Volksblatt, News, Rennbahn Express, Furche, Falter, Tele, Auto Touring, Schülerkalender, Österreichische Pflegezeitschrift, Pflagenetz.

**Antwort zu Punkt 32 der Anfrage:**

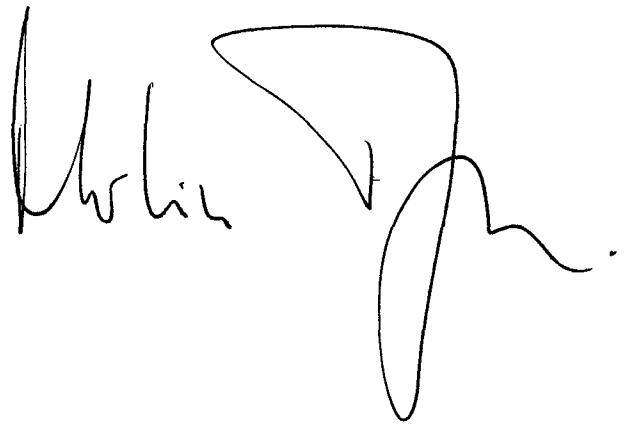
Derartige Aufwendungen sind nicht geplant.

**Antwort zu Punkt 33 der Anfrage:**

Die Informationskampagnen „Abfertigung neu“, „Jobs for You(th)“ und „Pflegerberufe – Der Job des Lebens“ wurden von anderen Ressorts oder Institutionen unterstützt.

**Antwort zu Punkt 34 der Anfrage:**

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit hat die Informationskampagne zum Thema Kinderbetreuungsgeld im Jahr 2001 mit einem Betrag in der Höhe von € 35.585,- unterstützt.

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Karlheinz', followed by a large, stylized flourish or initial.