
2696/J XXII. GP

Eingelangt am 01.03.2005

Dieser Text wurde elektronisch übermittelt. Abweichungen vom Original sind möglich.

ANFRAGE

der Abgeordneten Weinzinger, Freundinnen und Freunde

an die Bundesministerin für soziale Sicherheit, Generationen und Konsumentenschutz

betreffend „40+ Guide“ und „Männer Guide“

Das Bundesministerium für soziale Sicherheit, Generationen und Konsumentenschutz vertreibt neben anderen Publikationen auch zwei Broschüren, eine mit dem Titel „40 plus Guide“ sowie den „Männer Guide“, an denen sich das Ministerium allem Anschein nach auch direkt beteiligt hat. Obwohl bei flüchtiger Betrachtung der Eindruck entstehen kann, es handle sich bei besagten Broschüren um Publikationen des Ministeriums selbst – ein Eindruck, der noch verstärkt wird durch das offizielle Vorwort von Minister Haupt und Staatssekretärin Haubner (in der Broschüre beide noch in diesen Funktionen) – handelt es sich jedoch um Publikationen des MediaMed Verlages. Die Broschüren bestehen überdies im wesentlichen aus Werbeeinschaltungen und entsprechen jedenfalls nicht den Ansprüchen an seriöse, wissenschaftlich basierte und unabhängige Information.

Es stellt sich die Frage, aus welchem Grund das Bundesministerium für soziale Sicherheit, Generationen und Konsumentenschutz allem Anschein nach Gelder aus öffentlichen Mitteln verwendet und Broschüren vertreibt, die nicht den Ansprüchen an objektive und unabhängige Information genügen und in erster Linie Werbezwecke erfüllen dürften. Desweiteren ist zu hinterfragen, welche Kosten dadurch entstanden sind.

Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher folgende

ANFRAGE:

1) Welche Kosten fielen im Bundesministerium für soziale Sicherheit, Generationen und Konsumentenschutz insgesamt pro Broschüre („40plus Guide“ und „Männer-Guide“) an?

- 2) Wurden vom Bundesministerium für soziale Sicherheit, Generationen und Konsumentenschutz für die Broschüren Druckkostenbeiträge, Produktionskostenbeiträge oder Kosten für gebuchte Werbeeinschaltungen übernommen und in welcher Höhe jeweils? Welchem Anteil an den Gesamtkosten der Broschüre entspricht dies?
- 3) Wie hoch waren die Kosten für das auf der Titelseite angebrachte Logo des Bundesministeriums für soziale Sicherheit, Generationen und Konsumentenschutz?
- 4) Wie viele dieser Guides wurden bisher durch das Bundesministerium versandt?
- 5) Welche Kosten entstehen dem Bundesministerium für die Distribution dieses Guides durch das Bundesministeriums?
- 6) Nach welchen Kriterien und von wem wurde die Entscheidung getroffen, sich an diesen beiden Broschüren zu beteiligen und sie mit dem offiziellen Logo des Bundesministeriums zu versehen?
- 7) Welche sonstigen Anfragen zur Kostenübernahme oder Kostenbeteiligung an Broschüren erhielt das Ministerium in den Jahren 2003 und 2004, welche davon wurden positiv beantwortet, welche davon wurden negativ beantwortet?
- 8) Durch wen und nach welchen Kriterien fiel die Entscheidung, welche Inserate in diese Broschüren aufgenommen wurden?
- 9) Wie erfuhren potentielle InserentInnen von der Möglichkeit einer Werbeeinschaltung in diesen Guides? Von wem wurden sie (und ggfs. im Auftrag von wem wurden sie) kontaktiert?
- 10) Was kostet ein Inserat in der Größe einer Seite in diesen Broschüren? Steht die Inserierung grundsätzlich allen Interessierten frei? Könnten auch die Grünen bei einer Neuauflage oder der Produktion einer vergleichbaren Broschüre inserieren?
- 11) An welchen vergleichbaren Broschüren beabsichtigt das Bundesministerium, sich 2005 bzw. 2006 zu beteiligen bzw. für welche wurden bereits fixe Zusagen getätigt?
- 12) In welcher Weise entsprechen Inseratenschaltung oder Kostenbeteiligung sowie Vertrieb dieser Broschüren den Aufgaben Ihres Ressorts? Halten Sie die Unterstützung von einschlägiger Werbung und damit unausgewogener Information für vereinbar mit den Aufgaben einer Regierungsbehörde?