
3803/J XXII. GP

Eingelangt am 20.01.2006

Dieser Text ist elektronisch textinterpretiert. Abweichungen vom Original sind möglich.

Anfrage

des Abgeordneten Kogler, Freundinnen und Freunde

an den Bundeskanzler

betreffend Inseratenkampagnen der Bundesregierung

Im vergangenen Dezember wurden von der Bundesregierung zwei „Informationskampagnen“ in Printmedien durchgeführt. Seit Jahren kritisieren Oppositionsparteien und Rechnungshof einmütig Art und Weise der Werbe- und Informationsaufwendungen der Bundesregierung. Erst im letzten Tätigkeitsbericht des Rechnungshofes im Dezember 2005 wurden diese Kritik und die daraus abgeleiteten Empfehlungen wiederholt. Dass im selben Monat die Empfehlungen gleich bei zwei Kampagnen ignoriert werden, kann nur mehr als Provokation bezeichnet werden.

Der Rechnungshof empfiehlt, dass die Öffentlichkeitsarbeit sparsam, wirtschaftlich und zweckmäßig sein soll. Es ist wohl alles andere als sparsam und wirtschaftlich, wenn wie in der Kampagne „Unternehmen Arbeitsplatz“ die Information über die Förderung der Lehrlingeinstellung, die sich an ausbildende Gewerbebetriebe richtet, statt in einem Informationsblatt der Wirtschaftskammer flächendeckend in Tageszeitungen inseriert wird.

Der Rechnungshof fordert auch, dass der Informationsgehalt nicht hinter die werbende Form zurücktritt. Eine Forderung, der mit einem Inserat, das zu rund fünf sechstel aus einem Foto, das einmal Bundeskanzler Schüssel, einmal Vizekanzler Gorbach zeigt, mit Sicherheit nicht erfüllt wird.

Der Rechnungshof empfiehlt auch, dass die Öffentlichkeitsarbeit eine Einflussnahme zugunsten einer Partei vermeiden sollte. Soll dieser Forderung etwa dadurch nachgekommen werden, dass die Bilder, die Bundeskanzler und Vizekanzler in einem etwas verstaubten Wahlplakatstil, umgeben von sie bewundernden Bürgern zeigen, eine Einflussnahme nicht zugunsten einer, sondern zweier Regierungsparteien bezwecken?

Völlig skurril ist das, was den Österreichern zum Jahreswechsel von der Regierung unter dem Titel „Österreich hat es besser“ mitgeteilt wird. Ein Informationsgehalt, der sich, wie vom Rechnungshof empfohlen, auf die vergangene, gegenwärtige oder

aktuell zukünftige Tätigkeit der Bundesregierung bezieht, ist hier bei bestem Willen nicht auszumachen. Da wird die vereitelte Attacke des Finanzministers auf die Trinkgelder zur Leistung der Bundesregierung unter „Trinkgeld steuerfrei“ umgedeutet. Da findet sich die Kürzung der Ökostromförderung als „Neue Ökostromförderung“ wieder. Da findet sich Österreich plötzlich außerhalb der Eurozone wieder („Österreich hat das stärkste Wachstum außerhalb der Eurozone“), usw. Die in diesem Inserat haufenweise durch die Grafik purzelnden „Glücksschwammerl“ passen ungewollt zu diesen Botschaften. Es handelt sich schließlich um Fliegenpilze, die nicht nur giftig sind, sondern denen man auch eine gewisse halluzinogene Wirkung nachsagt... In diesem Zusammenhang stellt sich unter anderem die Frage, wie viel diese „Informationskampagnen“ den Steuerzahler kosten.

Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher folgende

ANFRAGE:

1. Welche Kosten entstanden für die Inseratenkampagne „Unternehmen Arbeitsplatz“ hinsichtlich Konzipierung, Grafik, Layout, Bildrechte etc.?
2. In welchen Medien wurden für diese Kampagne wann Inserate geschaltet und was waren die jeweiligen Kosten?
3. Gab es bei Erstellung der Kampagne oder bei den Inseraten-Schaltungen eine Kostenbeteiligung von österreichischen Unternehmen oder von anderer Seite und wie hoch war diese?
4. Welche Kosten entstanden für die Inseratenkampagne „Österreich hat es besser“ zum Jahreswechsel 2005 hinsichtlich Konzipierung, Grafik, Layout, Bildrechte etc.?
5. In welchen Medien wurden für diese Kampagne Inserate wann geschaltet und was waren die jeweiligen Kosten?