

4580/J XXII. GP

Eingelangt am 12.07.2006

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

Anfrage

der Abgeordneten Mag. Elisabeth Grossmann
und GenossInnen
an die Bundesministerin für soziale Sicherheit, Generationen und Konsumentenschutz
betreffend umstrittene Kampagne gegen sexuellen Kindesmißbrauch

Die Kinderschutzorganisation „Möwe“ startet mit 13. Juli 2006 eine Plakat- und Radiokampagne unter dem Titel „Love Doll“ gegen sexuellen Kindesmißbrauch.

Bereits im Vorfeld sorgte diese Kampagne bei renommierten ExpertInnen für Empörung. So legte der Kinderpsychiater Max Friedrich nach Bekanntwerden des Werbesujet - eine aufblasbare Kinderpuppe mit weit geöffnetem Mund und ängstlich geweiteten Augen - alle Funktionen bei der Organisation zurück. Friedrich, wissenschaftlicher Berater der „Möwe“ wurde weder über das Sujet informiert, noch bei der Auswahl beigezogen. Friedrich meinte: „Ich hätte als Wissenschaftler vehement davon abgeraten. Was hier vorliegt, ist üble Propaganda. Dieser Fauxpax wirft kein gutes Licht auf die Organisation.“

Die Präsidentin der Organisation, Martina Fasslabend, verteidigt die Kampagne mit rund 2.500 Plakaten in ganz Österreich mit den Worten: „Das Bild lässt dem Betrachter die Interpretation frei. Zugegeben, die Kampagne ist hart.“

Univ.-Prof. Max Friedrich spricht dem Vorstand der Kinderschutzorganisation jegliche Kompetenz ab. „Die Möwe-Chefetage soll mit einem Coach in Klausur gehen. Hier wird geglaubt, dass der Zweck die Mittel heiligt. Tatsächlich wird jedoch das Krankheitsbild des Fetischismus bedient“ (Kurier vom 5.7.2006).

Auch die Chefpsychologin der Wiener Magistratsabteilung 11 (Jugend- und Familie), Belinda Mikosz, meinte: „Der Schock um jeden Preis ist zu diesem Thema nicht notwendig. Das glaubt vielleicht die Agentur. Nicht aber die Betroffenen. Ein Kind mit weit geöffnetem Mund und Angst erfüllten Augen als Plastikpuppe zu zeigen, geht zu weit. Wo ist der Respekt vor den Opfern?“

Auch der Psychoanalytiker, Alfred Pritz, der ebenso wie Max Friedrich im „Möwe“-Beirat und im Subverein sitzt, wäre vor dem Start dieser Kampagne gerne konsultiert worden. Das Sujet sei „grauslich“, so Pritz.

Die Wiener Jugandanwältin Monika Pinterits ist ebenso wie Max Friedrich im Zorn aus dem Verein ausgetreten.

Die unterzeichneten Abgeordneten richten daher an die Bundesministerin für soziale Sicherheit, Generationen und Konsumentenschutz nachstehende

Anfrage:

1. Ist Ihr Ressort über die geplante Kampagne informiert worden?
2. Wie hoch sind die Kosten dieser Kampagne?
3. Wie viele Mittel aus Ihrem Ressort wurden dafür aufgewendet?
4. Wie hoch sind die Subventionen Ihres Ressorts für den Verein „Möwe“ pro Jahr?
5. Wie beurteilen Sie das Sujet und den Inhalt der Kampagne „Love Doll“?
6. Wie beurteilen Sie die Tatsache, dass der renommierte Psychiater Max Friedrich aus Protest seine Funktionen zurück gelegt hat?
7. Wie bewerten Sie insbesondere die Tatsache, dass die Auswahl des Sujets offensichtlich ohne Einholung wissenschaftlich-fachlicher Expertenmeinungen erfolgte, obwohl diese im Verein selbst verfügbar gewesen wären, nämlich in Person von Max Friedrich und Monika Pinterits?
8. Welche vergleichbaren Organisationen, die sich der Prävention zum Thema „Sexueller Mißbrauch bei Kindern“ widmen, gibt es?
9. Wie hoch sind die Mittel Ihres Ressorts für diese Organisationen?