



XXIII. GP.-NR
1246 /AB
05. Sep. 2007

zu 1287 /J

Frau
Präsidentin des Nationalrates
Mag^a. Barbara Prammer
Parlament
1017 Wien

GZ: BMGFJ-11001/0125-I/A/3/2007

Wien, am 3. September 2007

Sehr geehrte Frau Präsidentin!

Ich beantworte die an mich gerichtete schriftliche parlamentarische **Anfrage Nr. 1287/J der Abgeordneten Westenthaler, Kollegin und Kollegen** wie folgt:

Fragen 1 bis 5 und 8 bis 10:

Im Zeitraum 11.1. bis 1.8.2007 wurden keine derartigen Beratungsaufträge vergeben.

Fragen 6, 7 und 13:

Gründe für eine Organisationsreform liegen in einer internen Aufgabenkritik mit dem Ziel einer Steigerung der Effizienz der eingesetzten Mittel und der Effektivität in der Aufgabenerfüllung. Sie soll auch eine Maßnahme zur Erreichung des von der Bundesregierung verfolgten Zieles einer Reduktion der Zahl der Planstellen erreicht werden. In meinem Zuständigkeitsbereich ist geplant, 2 Planstellen bis Ende 2007 einzusparen. Zur Erfüllung dieser permanenten Aufgabe wurden keine externen Berater herangezogen, vielmehr wird diese Aufgabe durch die zuständigen Organisationseinheiten laufend wahrgenommen.

Die Änderung der Geschäftseinteilung per 1.3.2007 war ausgelöst durch die mit diesem Datum in Kraft getretene Novelle zum Bundesministeriengesetz.

Frage 11:

Ich weise darauf hin, dass sich das Interpellationsrecht in Bezug auf selbständige juristische Personen im Sinn der Anfrage auf die Rechte des Bundes (z.B. Anteilsrecht in der Hauptversammlung einer Aktiengesellschaft oder

Wahrnehmung der Gesellschafterrechte in der Generalversammlung einer GmbH) und die Ingerenzmöglichkeiten seiner Organe beschränkt, nicht jedoch auf die Tätigkeit der Organe der juristischen Person bezogen werden kann.

Frage 12:

Für das Jahr 2006 sind insgesamt € 201.660,00 an Beraterkosten in verschiedenen Fachprojekten angefallen, dazu kamen noch € 28.042,02, die im Jahr 2007 bezahlt wurden. Hinsichtlich der Kosten für das Jahr 2008 darf darauf hingewiesen werden, dass es dafür keinen eigenen Ansatz gibt und eine Beantwortung daher nicht möglich ist.

Fragen 14:

Ich möchte grundsätzlich darauf hinweisen, dass die von meinem Ressort initiierten Informationsmaßnahmen zur Umsetzung der gesundheits- und familienpolitischen Ziele und damit der Prävention und Gesundheitsförderung sowie der Information über Familienleistungen und -förderung dienen.

Im Zeitraum seit 11. Jänner 2007 wurden für eine Informationskampagne zur Aids-Prävention für Jugendliche € 284.840,30 aufgewendet (Unternehmen: Young Enterprises Media GmbH; SSL Healthcare Österreich GmbH), für die Bädertour- Informationskampagne zum Thema Jugend und Alkohol € 449.423,58.

Fragen 15 bis 20:

Für die Bädertour-Kampagne „Think before you drink“ wurden mit gotv folgende Sendezeiten vereinbart: Aktionskampagne 9 Spots täglich à 40 Sekunden (63 Tage), Testimonial-Beiträge 9 Spots täglich à 45 Sekunden (49 Tage). Die Kosten belaufen sich auf € 73.763,82 inkl. Produktionskosten und Medialeistung.

Frage 21 bis 32:

Bis zum Zeitpunkt der Anfrage wurden folgende Inserate abgerechnet:

Unternehmen/Zeitschrift	Thema
B. Mucha Media GesmbH.; Einschaltung Baby-Express 5/07	Alkoholmissbrauch durch Jugendliche
Verlagsgruppe News; Schaltung Xpress 7-8/07	Alkoholmissbrauch durch Jugendliche
Fa. Prosam GesmbH Buch „Happy Baby – Meine Schwangerschaft“; Inserat 3/07	Informationen über Familienleistungen nach Geburt eines Kindes
Verlag „family net work“ GesmbH Zeitschrift „Fratz & Co“; Inserat 6/07	Informationen über Familienleistungen und kostenlose Servicenummer
Verlagsgruppe News: Schaltung News	Gesundheitsserie/Druckkostenbeitrag
Mega in – Mega out : Schaltung Jugendinfo	Information über das Jugendservice
Dr. Kiefer, Dr. Lechleitner	Diabetesfolder; Inhaltl. Gestaltung, Erstellung, wiss. Betreuung
Österr. Krebshilfe	Broschüre „Frauen und Krebs“, Druckkostenbeitrag
Neues Volksblatt: Schaltung	Information über das Familienservice
Art Graphics	Broschüre „15 Jahre Netzwerk Gesunde Städte Österreichs“; Druckkostenbeitrag

Dafür sind Gesamtkosten von Euro 89.047,40 angefallen.

Fragen 33 bis 35:

Die Wahl der Themen ergibt sich aus den gesundheits- und familienpolitischen Zielsetzungen, deren Umsetzung angestrebt wird. Da die Auswahl der Medien, über die die Information transportiert werden soll, entsprechend den jeweiligen Erfordernissen und Zielgruppen, die durch die Maßnahmen angesprochen werden sollen, erfolgt, gelangen die Informationsmaßnahmen auch zu den Personenkreisen, die erreicht werden sollen.

Frage 36:

Nein.

Mit freundlichen Grüßen


Dr. Andrea Kdolsky
Bundesministerin