
1328/J XXIII. GP

Eingelangt am 09.07.2007

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

Anfrage

der Abgeordneten Maria Rauch-Kallat
Kolleginnen und Kollegen
an die Bundesministerin für Frauen, Medien und Öffentlichen Dienst
betreffend nicht rechnungshofkonformer Propaganda

In der vergangenen Legislaturperiode haben immer wieder SPÖ-Abgeordnete in parlamentarischen Anfragen die Informations- und Werbemaßnahmen der damaligen Bundesregierung hinterfragt und kritisiert. So gab es im Jahr 2006 eine ganze Anfragenserie zu diesem Thema, in der insbesondere auch auf die vom Rechnungshof eingeforderten Grundsätze der Wirtschaftlichkeit, Sparsamkeit und Zweckmäßigkeit mit folgenden Worten hingewiesen wurde:

„Erst jüngst war es wieder der Rechnungshof, der in seinem Tätigkeitsbericht für das Jahr 2004 (Bericht des Rechnungshofes, Reihe Bund 2005/13, III-187 d.B.) erneut dieses Außerachtlassen der von ihm erarbeiteten *„generellen Regelungen für Öffentlichkeitsarbeit bzw. für Informations- und Werbemaßnahmen der Bundesregierung“* kritisierte. Abgesehen von den oben erwähnten Prinzipien der Wirtschaftlichkeit, Sparsamkeit und Zweckmäßigkeit insistierte dieser u.a. darauf, dass die *„Grenzen zwischen einer zulässigen und unzulässigen Finanzierung von Öffentlichkeitsarbeit bzw. von Informations- und Werbemaßnahmen“* dann erreicht seien, *„wenn der Sachinhalt eindeutig hinter die werbende Form zurücktritt“*.“

In jüngster Zeit sind gerade aber von der Bundesministerin für Frauen, Medien und Öffentlichen Dienst Inserate geschaltet worden, welche diesen Kriterien in keinsten Weise entsprechen, da sie verbunden mit dem Foto der Frau Bundesminister hauptsächlich als Werbung für sie angesehen werden können, so zum Beispiel im Wirtschaftsblatt vom 6. Juli 2007.

Die unterzeichneten Abgeordneten stellen daher an die Bundesministerin für Frauen, Medien und Öffentlichen Dienst folgende

Anfrage:

1. In welchen Medien haben Sie Werbemaßnahmen auf Kosten der Steuerzahler geschaltet?
2. Von wem wurden diese Inserate vorbereitet und umgesetzt?
3. Was haben die Inserate in den Medien im Einzelnen gekostet?
4. Wie rechtfertigen Sie derartige Inseratenschaltungen, welche den oben angeführten Kriterien des Rechnungshofes nicht entsprechen?