
2968/J XXIII. GP

Eingelangt am 20.12.2007

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

Anfrage

der Abgeordneten August Wöginger
Kolleginnen und Kollegen
an den Bundesminister für Soziales und Konsumentenschutz
betreffend verschwenderische Inseratenschaltungen

In verschiedenen Printmedien werden derzeit vom Sozialminister zusammen mit der Staatssekretärin im Bundeskanzleramt Heidrun Silhavy Inserate zum Thema „Tag der Barrierefreiheit im Internet für UnternehmerInnen“ geschaltet. Betrachtet man allein den Aufbau des Inserates, so nehmen die beiden Portraits des Bundesministers und der Staatssekretärin bereits ein Drittel ein. Das Interesse des Lesers wird nicht auf den Informationsgehalt an sich und den vorgegebenen Zweck der Einschaltung gelenkt, sondern eindeutig auf die persönliche Darstellung des Bundesministers und der Staatssekretärin.

Bezugnehmend auf die vom Rechnungshof eingeforderten Grundsätze der Wirtschaftlichkeit, Sparsamkeit und Zweckmäßigkeit von Inseraten (Bericht des Rechnungshofes, Reihe Bund 2005/13, III-187 dB) und auf die Empfehlung, dass die *„Grenzen zwischen einer zulässigen und unzulässigen Finanzierung von Öffentlichkeitsarbeit bzw. von Informations- und Werbemaßnahmen erreicht sind, wenn der Sachinhalt eindeutig hinter die werbende Form zurücktritt“*, so sind eindeutig diese Grenzen überschritten. Diese Einschaltungen entsprechen in keiner Weise diesen Kriterien und dienen lediglich dem SPÖ-Minister bzw. der Staatssekretärin als persönliche Werbung und Darstellung.

Exemplarisch lässt sich das Inserat vom 19.11.2007 zB in der Tageszeitung „Kurier“ mit dem Konterfei des Bundesministers und der Staatssekretärin anführen.

Die unterzeichneten Abgeordneten stellen daher an den Bundesminister für Soziales und Konsumentenschutz nachstehende

Anfrage:

1. Wo und wann und wie wurde das angesprochene Inserat geschaltet? (Diese Frage bitte nach folgenden Kriterien beantworten: a) Medium, b) Datum, c) Seite des Erscheinens der Annonce, d) Satzspiegel (B x H in mm), e) Kosten, f) Platzierungszuschläge, g) Rabatte, h) Mehrkosten durch Farbdruck gegenüber Schwarz-weiß Druck, i) Inhalt des Inserates)
2. Wie hoch sind die Gesamtkosten für das Schalten der Inserate bisher?
3. In welchen Medien und an welchen Tagen wird die gegenständliche Annonce noch geschaltet werden?
4. Welche Kosten werden dafür noch entstehen?

5. Wie hoch werden am Ende der Kampagne die Gesamtkosten für die Einschaltungen sein?
6. Von wem wurde diese Inseratenkampagne beschlossen?
7. Wann wurde diese Inseratenkampagne beschlossen?
8. Wer hat die Inserate gestaltet bzw. welche Werbeagentur, Medienagentur oder selbständige Werbeberater oder Werbemittler wurden mit dieser Kampagne beauftragt?
9. Wie hoch ist bzw. war das Honorar für die beauftragte Agentur?
10. Gab es eine Ausschreibung für die Erstellung der Inserate?
11. Wenn ja, wann ist die Ausschreibung für die Erstellung der Inserate erfolgt?
12. Wer hat sich an dieser Ausschreibung beteiligt?
13. Wo wurde diese Ausschreibung bekannt gemacht?
14. Wer hat den Auftrag vergeben?
15. Wer waren im Falle einer Wettbewerbspräsentation die eingeladenen Agenturen oder selbständigen Berater/Mittler?
16. Wenn die Auftragsvergabe nicht aufgrund einer Wettbewerbspräsentation erfolgte: aufgrund welcher Gründe erfolgte sie dann?
17. Wie lautete die Begründung für den Bestbieter?
18. Wie hoch ist das Gesamtbudget für diese Werbeaktion?
19. Aus welchem Budget werden die Kosten für diese Inserate bezahlt?
20. Wie viele Mitarbeiter betreuen diese und wie werden diese entlohnt?
21. Im Bericht des Rechnungshofes (Bericht des Rechnungshofes, Reihe Bund 2005/13, III-187 dB, S 31 ff) im Kapitel „Richtlinien für staatliche Informations- und Werbemaßnahmen" werden vom Rechnungshof Kriterien hinsichtlich der Grundsätze für Informations- und Werbemaßnahmen der Bundesregierung bzw. einzelner Bundesminister festgeschrieben:
 - a) Wurden generelle Regelungen für die Öffentlichkeitsarbeit bzw. die Informations- und Werbemaßnahmen der Mitglieder der Bundesregierung gemäß der Empfehlung des Rechnungshofes erstellt und auf die gegenständliche Inseraten-Kampagne angewendet?
 - b) Wenn ja, welche?
 - c) Wenn nein, warum nicht?
 - d) Wurden zum Nachweis der Wirksamkeit der gegenständlichen Werbemaßnahme geeignete Formen der Evaluierung bereits in die Ausschreibungsbedingungen aufgenommen?
 - e) Wenn ja, welche?
 - f) Wenn nein, warum nicht?
22. Was werden Sie unternehmen, damit Sie zukünftig nur mehr solche Inserate schalten, die den oben genannten Kriterien des Rechnungshofes entsprechen?