
2969/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 Verkehr, Innovation und Technologie
betreffend verschwenderische Inseratenschaltungen durch Staatssekretärin Kranzl

In verschiedenen Printmedien wird derzeit von Staatssekretärin Christa Kranzl in Form von Inseratenkampagnen mit dem Titel „Forschung schafft Arbeit“ auf eine Förderung von € 5000 durch einen Investitionsscheck, auf eine entsprechende Roadshow und auf eine Innovationsscheck-Hotline hingewiesen.

Betrachtet man allein den Aufbau des Inserates, so nimmt das Portrait der Staatssekretärin fast 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 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 hauptsächlich der persönlichen Werbung und Darstellung.

Exemplarisch lässt sich das Inserat vom 24.11.2007 in den „ÖÖ Nachrichten“ anführen.

Die unterzeichneten Abgeordneten stellen daher an den Bundesminister folgende

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 31ff) 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 Bundesminister und Staatssekretäre 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 Ihr Ressort zukünftig nur solche Inserate schaltet, die den oben genannten Kriterien des Rechnungshofes entsprechen?