

XXIII. GP.-NR

4405/J

26. Mai 2008

## ANFRAGE

der Abgeordneten Zworschitz, Freundinnen und Freunde

an die Bundesministerin für Unterricht, Kunst und Kultur

betreffend versteckte Alkoholwerbung an Schulen

Seit einigen Jahren unterstützt das Bundesministerium für Unterricht, Kunst und Kultur (BMUKK) die Werbekampagne „Österreich liest“ des Büchereiverbandes Österreich (BVÖ). Prominente PolitikerInnen, Wirtschaftstreibende und SportlerInnen stellen sich dabei für den guten Zweck zur Verfügung, den ÖsterreicherInnen und Österreichern das Lesen von Büchern näherzubringen.

Herzstück der Kampagne sind Plakatserien, die insbesondere auch in österreichischen Schulen affichiert werden.

Im Jahr 2006 war der prominente Schirennläufer Michael Walchhofer mit dem Slogan „Auf Bibliotheken fahr' ich ab“ auf Plakaten zu sehen, und zwar in einer Rennsituation. Auf Walchhofers Startnummer prangt deutlich sichtbar das Logo der Biermarke Gösser (siehe Beilage 1.1).

Im Jahr 2007 warb der ebenso prominente Schirennläufer Benjamin Raich mit dem Slogan „Lesen heißt gewinnen“ für die Initiative „Österreich liest“. Raich ist in Siegespose abgebildet, auf seiner Startnummer prangt deutlich sichtbar das Logo der Biermarke Carlsberg (siehe Beilage 1.2).

Da, wie erwähnt, diese Plakate in großer Menge in Schulen aufgehängt wurden und zu einem erheblichen Teil noch immer dort hängen, ergibt sich die überaus seltsame Situation, dass eine grundsätzlich begrüßenswerte Kampagne des BVÖ unter Jugendlichen Werbung für alkoholische Getränke macht und dabei vom BMUKK unterstützt wird.

Obwohl wir davon ausgehen, dass es sich hierbei um eine Unachtsamkeit gehandelt hat und es nicht das Ziel des BMUKK gewesen sein dürfte, den Bierkonsum von unter 18-Jährigen zu heben, ergeben sich doch einige offene Fragen insbesondere hinsichtlich der zukünftigen Unterstützung der Initiative „Österreich liest“ und der Notwendigkeit erhöhter Sorgfalt in der Sujetauswahl.

Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher folgende

## ANFRAGE:

1. Wer war für die Auswahl der Plakatsujets „Österreich liest“ 2006 und 2007 verantwortlich?

2. Welche Abteilung/welche Person im BMUKK war für die Überprüfung der Plakatsujets „Österreich liest“ 2006 und 2007 sowie für die Überweisung der Fördersumme zuständig?
  3. Wie viele Plakate der Kampagne „Österreich liest“ wurden in den Jahren 2006 und 2007 an Österreichs Schulen affichiert?
  4. Auf wie vielen dieser Plakate waren die Schirennläufer Michael Walchhofer und Benjamin Raich zu sehen?
  5. Halten Sie es für sinnvoll, dass mittels der erwähnten Plakatsujets an Schulen indirekt Werbung für österreichische und dänische Biermarken gemacht wird, insbesondere im Rahmen eines sportlichen Settings?
  6. Zählen die Biermarken Gösser und Carlsberg bzw. die Konzerne, denen diese Biermarken angehören, zu den Unterstützern der Kampagne „Österreich liest“?
  7. Wenn ja, wie hoch war die finanzielle Unterstützung der Kampagne „Österreich liest“ durch die erwähnten Brauereien?
  8. Wenn nein, haben dann der BVÖ bzw. die vom BMUKK geförderte Initiative „Österreich liest“ unentgeltlich Werbung für die erwähnten Biermarken gemacht?
  9. Welche Personen werden die prominenten UnterstützerInnen der Kampagne „Österreich liest“ 2008 sein?
  10. Werden Sie bei der Konzipierung der Plakatkampagne 2008 dafür Sorge tragen, dass indirekte Werbebotschaften – nicht nur für alkoholische Getränke, sondern auch für alkoholfreie Erfrischungsgetränke, Backwarenkonzerne etc. – ausgeschlossen werden können?
  11. Werden Sie die Förderzusage an die Initiative „Österreich liest“ davon abhängig machen, dass auf den Plakaten keine wie auch immer geartete Werbung für Drittfirmen und -konzerne zu sehen ist, auch wenn diese möglicherweise die privaten Sponsoren der prominenten UnterstützerInnen sind?

B. Bresluk

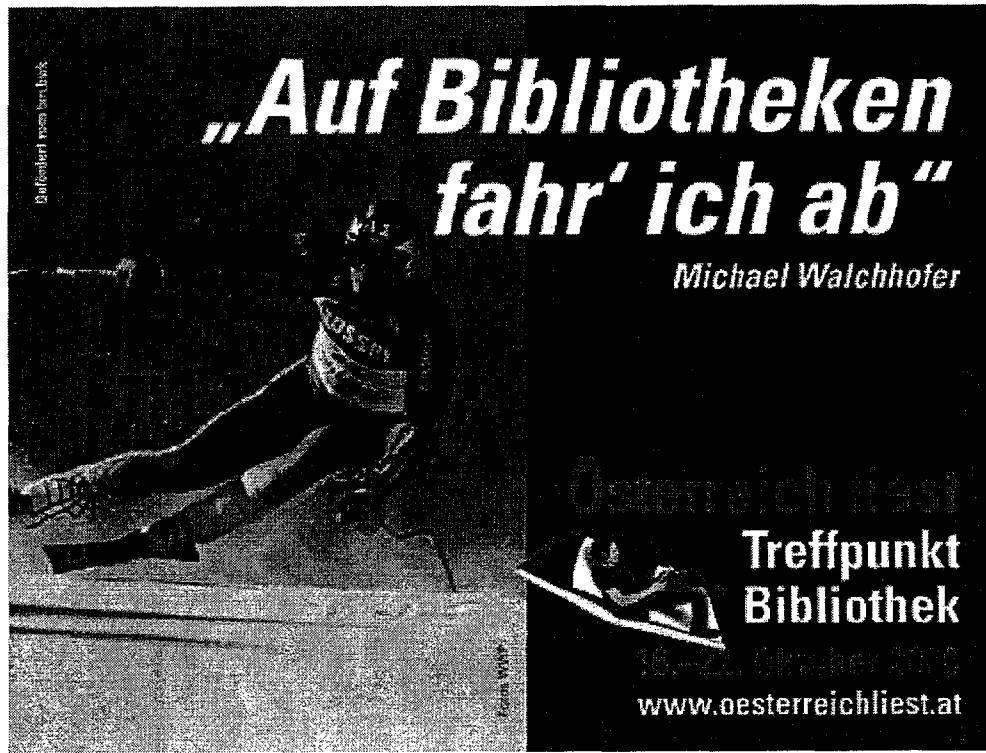
horsel

B. L. C.

31

H. J. Oyer

Beilage 1.1



Beilage 1.2

