

2079/A XXIV. GP

Eingebracht am 19.09.2012

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

Antrag und Verlangen

der Abgeordneten Kogler, Kolleginnen und Kollegen

auf Gebarungsüberprüfung durch den Rechnungshof gemäß § 99 Abs. 2 GOG

Die unterfertigten Abgeordneten verlangen gemäß § 99 Abs. 2 GOG, dass der Rechnungshof eine Überprüfung der **Schaltung von Inseraten durch bzw. im Auftrag bzw. im Interesse von Bundesministerien** vornehme.

Der Rechnungshof hat bereits in der Vergangenheit eine Reihe von Prüfergebnissen veröffentlicht, die auf die missbräuchliche Verwendung öffentlicher Gelder für Werbezwecke eines Ministeriums oder eines/einer Ministers/in hinweisen.

Der „Untersuchungsausschuss zur Klärung von Korruptionsvorwürfen“ hat daher unter anderem folgende Untersuchungsgegenstände zu klären gehabt:

- Aufklärung über die Schaltung von Inseraten durch staatsnahe oder im Einflussbereich von Bundesministerien befindlichen Unternehmen oder Organisationen (z.B. ÖBB, ASFINAG, Klimafonds oder AMA) auf Weisung oder infolge sonstiger unmittelbarer oder mittelbarer Einflussnahme von Mitgliedern der Bundesregierung seit dem Jahr 2006,
- Überprüfung der direkten Schaltung von Inseraten bzw. das Eingehen von sonstigen Medienkooperationen seitens der Bundesministerien seit dem Jahr 2000.

Diese Fragen konnten im Untersuchungsausschuss nicht umfassend und ausreichend geklärt werden. Die Frage steht im Raum, inwieweit derartige Praktiken nicht auch in anderen staatlichen Einrichtungen üblich sind, ob also die zuletzt diskutierten Fälle nicht bloß die Spitze des Eisberges darstellen. Es ist daher wünschenswert, die bisherigen punktuellen Prüfergebnisse auf eine breitere Basis zu stellen, zu systematisieren und zu aktualisieren.

Vom Rechnungshof sollen daher folgende Fragen für den Zeitraum 2000 bis jetzt geklärt werden:

1. In welchem Umfang wurden Werbe- oder Informationsmaßnahmen der Ministerien gesetzt, die nicht den Richtlinien für staatliche Informations- und Werbemaßnahmen des Rechnungshof entsprechen?

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

2. In welchem Umfang wurde von Unternehmen, für die der Rechnungshof die Prüfkompetenz hat, Inseerate geschaltet, die neben der Bewerbung von Unternehmenszielen auch die Imageverbesserung von Politikern oder öffentlichen Stellen verfolgen?
3. Gibt es weitere Fälle als die schon bekannten (ÖBB, Asfinag, Klimafonds, AMA etc), wo die Entscheidung für eine bestimmte Werbemaßnahme außerhalb des Unternehmens fiel und erst nachträglich von den Unternehmensorganen genehmigt wurde?
4. Welche Medienkooperationen wurden zwischen öffentlichen Stellen oder Unternehmen einerseits, Medienunternehmen andererseits eingegangen und entsprachen deren Ziele und Vertragsbedingungen den Richtlinien des Rechnungshofs sowie den Interessen der öffentlichen Unternehmen?
5. Welche Maßnahmen wurden seitens der Ministerien gesetzt, um durch Zusammenrechnung von Schaltungskosten möglichst günstige Tarife bzw. marktübliche Rabatte zu erzielen und welche Rolle spielte diesbezüglich die Beauftragung zwischengeschalteter Agenturen?
6. Wie gestaltete sich die Entwicklung der Inseratenkosten des Bundespressedienstes im Untersuchungszeitraum und worauf gründen sich allfällige Steigerungen?
7. Wie nachvollziehbar war die Budgetierung und Planung der Werbe- oder Informationsmaßnahmen der Ministerien?
8. Wie nachvollziehbar und regelkonform waren die Ausschreibungen, die im Zusammenhang mit Werbe- oder Informationsmaßnahmen der Ministerien vorgenommen wurden?

Dieter Brosz	Christiane Brunner
Eva Glawischnig-Piesczek	Kurt Grünewald
Helene Jarmer	Werner Kogler
Alev Korun	Ruperta Lichtenecker
Gabriela Moser	Daniela Musiol
Karl Öllinger	Peter Pilz
Wolfgang Pirkhuber	Bruno Rossmann
Birgit Schatz	Judith Schwentner
Albert Steinhauser	Harald Walser
Tanja Windbüchler-Souschil	Wolfgang Zinggl