
426/A(E) XXIV. GP

Eingebracht am 22.01.2009

Dieser Text wurde elektronisch übermittelt. Abweichungen vom Original sind möglich.

Entschließungsantrag

der Abgeordneten Mag. Stadler, Mag. Darmann
betreffend Empfehlungen des Rechnungshofes bezüglich staatliche Informations-
und Werbemaßnahmen

Wie aus den Beantwortungen der parlamentarischen Anfrageserie des Abgeordneten Gerald Grosz (64J-77J) hervorgeht, haben die einzelnen Bundesministerien in der Zeit zwischen 7. Juli 2008 und 28. September 2008 – also in einem Zeitraum von ein wenig mehr als 2 Monaten - insgesamt unfassbare 8.929862,80 Millionen Euro an Regierungsinseraten in Auftrag gegeben. Offenbar sah die Regierung in diesem Zeitraum einen übermäßigen Bedarf, über ihre Arbeit zu informieren. Diese enormen Kosten waren nicht im offiziellen Wahlkampfbudget inkludiert und durch Gelder von Steuerzahlern gedeckt. Bereits 2003 stellte der Rechnungshof fest, dass Werbung für die Arbeit der Regierung zulässig sei, es aber generelle Regelungen für die Öffentlichkeitsarbeit bzw. für die Informations- und Werbemaßnahmen der Bundesregierung geben sollte.

Der RH verlangt Sparsamkeit, Wirtschaftlichkeit und Zweckmäßigkeit, außerdem einen klaren Bezug zur Tätigkeit der Regierung, weiters, dass die Regierung oder das Ministerium deutlich in Erscheinung tritt, die Werbung keine parteipolitische Ausrichtung haben darf, und eine werbende Einflussnahme zu Gunsten einer Partei vermieden werden sollte.

Während der SPÖ-Rechnungshofsprecher Günther Kräuter damals aus der Opposition die österreichische Bundesregierung diesbezüglich mit der Aussage "Je schlechter die Politik, desto höher die Kosten für die Werbung" (Presseaussendung vom 22.10.2003) kritisierte, so gilt dies aktuell für die SPÖ selbst. Ein Grund mehr die Empfehlungen des Rechnungshofes umzusetzen:

1. Die Finanzierung von Öffentlichkeitsarbeit bzw. von Informations- und Werbemaßnahmen aus Haushaltsmitteln ist unter Beachtung der Grundsätze der Sparsamkeit, Wirtschaftlichkeit und Zweckmäßigkeit zulässig. Diese Maßnahmen sollten dabei formalen und zugleich inhaltlichen Kriterien genügen, die den Bezug zur Arbeit der Bundesregierung bzw. des jeweiligen Ressorts begründen.
2. Die Öffentlichkeitsarbeit bzw. die Informations- und Werbemaßnahmen wären unmittelbar auf die vergangene, gegenwärtige oder aktuell zukünftige Tätigkeit der Bundesregierung bzw. des jeweiligen Ressorts zu beziehen.

3. Die Bundesregierung bzw. das Bundesministerium tritt bei allen Formen der Öffentlichkeitsarbeit deutlich als Bundesregierung bzw. Bundesministerium in Erscheinung.
4. Die Öffentlichkeitsarbeit bzw. die Informations- und Werbemaßnahmen aus Haushaltsmitteln dürfen auch in der engeren Vorwahlzeit fortgesetzt, jedoch nicht auf parteipolitische Wahlwerbung ausgerichtet werden.
5. Die Grenzen zwischen der zulässigen und der unzulässigen Finanzierung von Öffentlichkeitsarbeit bzw. von Informations- und Werbemaßnahmen sind erreicht, wenn der Sachinhalt eindeutig hinter die werbende Form zurücktritt. Dadurch werden diese Maßnahmen angreifbar.
6. Die Öffentlichkeitsarbeit bzw. die Informations- und Werbemaßnahmen sollten bei den Bürgerinnen und Bürgern den Eindruck einer werbenden Einflussnahme zu Gunsten einer Partei vermeiden.
7. Die im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit bzw. von Informations- und Werbemaßnahmen durchgeführten Umfragen sollten der Erforschung der Meinungen und des Informationsgrades der Bevölkerung über die Arbeit der Bundesregierung bzw. des Bundesministeriums dienen.

Die unterzeichneten Abgeordneten stellen daher folgenden

Entschließungsantrag:

Der Nationalrat wolle beschließen:

„ Der Bundeskanzler möge sich dafür einsetzen, dass die Empfehlungen des Rechnungshofes bezüglich der Richtlinien für staatliche Informations- und Werbemaßnahmen (Reihe Bund 2005/13, S.31 f. und 2003/2, S.49 f.) in allen Ressorts eingehalten werden.“

In formeller Hinsicht wird die Zuweisung an den Verfassungsausschuss vorgeschlagen.