

XXIV. GP.-NR

12744 /J

05. Okt. 2012

Anfrage

der Abgeordneten Oswald Klikovits
Kolleginnen und Kollegen

an den Bundesminister für Landesverteidigung und Sport

betreffend Kosten der Werbemaßnahmen der Pilotprojekte für ein Berufsheer und der Volksbefragung: Zahlen, Daten, Fakten

Zur Information der Bevölkerung über die der Volksbefragung am 20. Jänner 2013 zugrundeliegenden Fragestellungen hat die Salzburger Landesregierung angekündigt, eine sachliche Pro- und Contra-Broschüre zur Wehrpflicht zu erstellen. Diese Vorgangsweise wäre auch auf Bundesebene notwendig. Bisher sind allerdings nur Werbemaßnahmen aufgefallen, welche auf ein Berufsheer abzielen. So z.B. vor der Roßauer-Kaserne, mit dem affichierten Slogan „Wir verändern uns gerne“. Damit wird aber Werbung für ein Berufsheer und somit parteiische Werbung mit öffentlichen Geldern betrieben, anstatt eine seriöse und sachliche Information zu gewährleisten.

Der Bundesminister für Landesverteidigung und Sport hat in der Präsentation seines Berufsheer-Modells im September des heurigen Jahres Parteinarbeit und objektive Information miteinander vermischt. So findet sich in dieser eine Folie mit dem Bundeswappen und der Überschrift „Bundesministerium für Landesverteidigung und Sport“, auf welcher unverhohlene Werbung für das Personenkomitee „Unser Heer“ betrieben wird – siehe Beilage. Schriftzug und Graphikdesign ähneln frappant jenen von SPÖ-Werbetexten.

Darüber hinaus werden auch die Pilotprojekte für ein Berufsheer nicht nur mittels Inseraten in verschiedenen Printmedien, sondern mit großflächigen Plakaten beworben. Auch diese Aktivitäten verursachen nicht unbedeutende Kosten, welche allerdings bis jetzt nur unzureichend bekanntgegeben wurden, so z.B. in der Beantwortung 11067/AB.

Die unterzeichneten Abgeordneten stellen daher an den Bundesminister für Landesverteidigung und Sport folgende

Anfrage:

1. Wie viele Einschaltungen Ihres Ressorts gab es bisher zur Bewerbung der Pilotprojekte?
2. In welchen Printmedien hat Ihr Ressort bisher Einschaltungen zur Bewerbung der Pilotprojekte getätigt?

3. Wie hoch waren die bisherigen Gesamtkosten dieser Einschaltungen?
4. Wie hoch waren die Kosten für diese Inserate, aufgeschlüsselt auf die einzelnen Printmedien?
5. Wie viele Plakate haben Sie für die Bewerbung der Pilotprojekte österreichweit affiziert?
6. Wie hoch sind die Gesamtkosten für diese Plakatwerbung?
7. In welchem Budgetansatz sind diese Werbemaßnahmen für die Pilotprojekte enthalten?
8. Welche Werbemaßnahmen für die Pilotprojekte sind in weiterer Folge noch geplant?
9. Wie hoch sind die Kosten für diese noch geplanten Werbemaßnahmen?
10. Welche weiteren Werbemaßnahmen, wie Fernsehspots, haben Sie zur Bewerbung der Pilotprojekte in Auftrag gegeben?
11. Wie hoch sind die Kosten für diese weiteren Werbemaßnahmen?
12. Welche derartigen weiteren Werbemaßnahmen sind geplant?
13. Welche Informationsmaßnahmen planen Sie für die Volksbefragung?
14. Wie viele Einschaltungen Ihres Ressorts gab es bisher zur Bewerbung der Volksbefragung?
15. In welchen Printmedien hat Ihr Ressort bisher Einschaltungen zur Bewerbung der Volksbefragung getätigt?
16. Wie hoch waren die bisherigen Gesamtkosten dieser Einschaltungen?
17. Wie hoch waren die Kosten für diese Inserate, aufgeschlüsselt auf die einzelnen Printmedien?
18. Wie viele Plakate haben Sie für die Bewerbung der Volksbefragung österreichweit affiziert?
19. Wie hoch sind die Gesamtkosten für diese Plakatwerbung?
20. Welche weiteren Werbemaßnahmen, wie Fernsehspots, haben Sie zur Bewerbung der Volksbefragung in Auftrag gegeben?
21. Wie hoch sind die Kosten für diese weiteren Werbemaßnahmen?
22. Welche derartigen weiteren Werbemaßnahmen sind geplant?
23. In welchem Budgetansatz sind diese Werbemaßnahmen für die Volksbefragung enthalten?
24. Wie hoch sind die Kosten für diese noch geplanten Werbemaßnahmen?
25. Welche Werbemaßnahmen für ein Berufsheer sind geplant?
26. Wie hoch sind die Kosten für diese Werbemaßnahmen?
27. Sie betreiben offensichtlich mit Steuergeld Werbung für eine reine Parteiinitiative zur Abschaffung der Wehrpflicht, siehe Plakat vor der Roßbauer-Kaserne. Wie wollen Sie diese Werbemaßnahmen für ein Berufsheer mit der verfassungsrechtlich auferlegten Objektivität vereinbaren?
28. Werden Sie zukünftig parteipolitische Werbung unter Verwendung des Bundeswappens sowie des militärischen Hoheitszeichens für die parteiische Bewerbung der Kampagne für ein Profiheer unterlassen?
Wenn nein, warum nicht?

29. Werden Sie auch im Sinne der Objektivität genauso mit dem militärischen Hoheitszeichen und dem Bundeswappen der Republik Österreich Informationen für die Beibehaltung der Wehrpflicht veröffentlichen?
Wenn nein, warum nicht?
30. Sie sind auf die Verfassung angelobt und somit auch auf die in der Verfassung enthaltene Wehrpflicht. Wie ist es mit Ihrem Gelöbnis vereinbar, mittlerweile von einem Zwangsdienst zu sprechen und diesen als „megasinnlos“ zu bezeichnen?
31. Von wem wurde der Schriftzug bzw. das Graphik-Sujet „Unser Bundesheer braucht mehr Profis.“ zur Verfügung gestellt bzw. bezahlt?



Handwritten signature, possibly reading "D. W. L." followed by a large loop and a vertical line.



Handwritten signature, possibly reading "Adrian Hing" followed by a large loop and a horizontal line.



BUNDESMINISTERIUM FÜR LANDESVERTEIDIGUNG UND SPORT

**Unser Bundesheer
braucht mehr Profis.**

Personenkomitee „Unser Heer“

www.personenkomiteeunserheer.at

www.bundesheer.at



SCHUTZ
& HILFE