

**XXIV. GP.-NR
15274/J
27. Juni 2013**

ANFRAGE

des Abgeordneten Dr. Graf
und weiterer Abgeordneter

an den Bundesminister für Wissenschaft und Forschung
betreffend Öffentlichkeitsarbeit des Bundesministeriums für Wissenschaft und Forschung

Am 17. Juni 2013 inserierte das Bundesministerium für Wissenschaft und Forschung im Forschung um die Doktoratskollegs des Wissenschaftsfonds FWF zu bewerben. Das Wissenschaftsministerium inseriert oft, gerne und zu sehr stattliche Kosten. Die Ausgaben für Medienkooperationen und Werbeinserate betragen wie aus Ihren Anfragebeantwortungen 8947/AB und 9311/AB hervorgehen für das Jahr 2010 702.984,96 Euro und 700.447,22 Euro für das Jahr 2011. Für das Jahr 2012 sind nur das 3. und 4. Quartal aufgrund des Medientransparenzgesetzes einsehbar. Für die beiden Quartale 2012 betragen die Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeit 345.110,07 Euro und für das 1. Quartal 2013 211.985,92 Euro. Das bedeutet, dass Ihr Ressort allein im letzten dreiviertel Jahr 557.095,99 Euro für Medienkooperationen und Werbeinserate aufgewendet hat.

In der Anfragebeantwortung Nr. 13216/AB zur schriftlichen parlamentarischen Anfrage Nr. 13463/J betreffend der Budgetrücklagen 2012 führte das Bundesministerium für Wissenschaft und Forschung folgendes an:

"Die Rücklagen des Bundesministeriums für Wissenschaft und Forschung betragen derzeit insgesamt € 515.799.826,11."

"Im Jahr 2012 wurden Rücklagen in Höhe von € 121.202.173,15 gebildet."

Da nun zu befürchten ist, dass unsachgemäß mit den ruhenden Rücklagen des Bundesministeriums für Wissenschaft und Forschung umgegangen werden könnte. Diese vielleicht sogar zum Zwecke der Werbung im Nationalratswahlkampf verwendet werden könnten, stellen die unferfertigten Abgeordneten an den Bundesminister für Wissenschaft und Forschung folgende

Anfrage:

1. Wie hoch waren die Ausgaben Ihres Ressorts für das oben erwähnte Werbeinserat am 17. Juni 2013 in der Zeitschrift Profil?
2. Was ist das Ziel dieses Inserates und wie wird das Ergebnis gemessen?
3. Wie hoch waren die Ausgaben Ihres Ressorts für Medienkooperationen und Werbeinserate im 1. und 2. Quartal 2012? Listen Sie Kosten verteilt auf das jeweilige Medien auf.
4. Welchem Zweck dienten die Medienkooperationen und Werbeinserate im 1. und 2. Quartal 2012 und wie wurden die Ergebnisse evaluiert? Ordnen Sie den Zweck sowie die Kosten dem jeweiligen Medium zu.

5. Welche Medienkooperationen und Werbeinseraten hat es von 1. April 2013 bis zum 18. Juni 2013 gegeben und wie hoch waren die Ausgaben Ihres Ressorts dafür? Listen Sie Kosten verteilt auf das jeweilige Medien auf.
6. Welchem Zweck dienten die Medienkooperationen und Werbeinseraten vom 1. April 2013 bis zum 18. Juni 2013 und wie wurden die Ergebnisse evaluiert? Ordnen Sie den Zweck sowie die Kosten dem jeweiligen Medium zu.
7. Welche Medienkooperationen und Werbeinseraten sind von 18. Juni 2013 bis 29. September 2013 noch geplant?
8. Wie hoch werden die Ausgaben Ihres Ressorts für geplante Medienkooperationen und Werbeinseraten vom 18. Juni 2013 bis 29. September 2013 sein? Listen Sie Kosten verteilt auf das jeweilige Medien auf.
9. Welchem Zweck dienen die Medienkooperationen und Werbeinseraten vom 18. Juni 2013 bis 29. September 2013? Ordnen Sie den Zweck sowie die Kosten dem jeweiligen Medium zu.
10. Nach welchen objektiven und nachvollziehbaren Kriterien werden Medien für Inserate ausgewählt?
11. Erfolgen für die Inserate öffentliche Ausschreibungen?
12. Wenn nein, warum nicht?

