

240/J XXIV. GP

Eingelangt am 25.11.2008

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

Anfrage

des Abgeordneten Bgm. Gerhard P. Köfer u.
Kollegen und Kolleginnen

An den Bundesminister für Soziales und Konsumentenschutz
betreffend Werbekampagne für das AMS

Mitte November dieses Jahres war in verschiedenen Printmedien Österreichs (etwa Kurier vom Donnerstag, 13. November 2008, S. 8) zu lesen, dass die Agenturgemeinschaft Unique und Trimedia für das Arbeitsmarktservice unter dem Motto „Sie sind gefragt“ eine neue Kampagne entwickelt. Ein Sujet, das gezeigt wird, stellt zwei Damen dar, die sich die Hand schütteln u. darüber steht: „Die meisten Stellen vermitteln wir innerhalb von 30 Tagen. Auch für Sie.“

Das Arbeitsmarktservice (AMS) besitzt eine Sonderstellung: Nur jene Arbeitssuchenden, die sich beim AMS registrieren lassen, haben auch tatsächlich die Möglichkeit, Arbeitslosengeld zu beziehen. Aufgrund dieser Position, die das AMS hat, ist es einigermaßen befremdlich, dass das AMS überhaupt Werbung in eigener Sache betreibt.

Zumal zu befürchten ist, dass in den nächsten Monaten die Zahl jener Personen sprunghaft ansteigt, die sich gezwungenermaßen beim AMS melden muss, stellen die unterfertigten Abgeordneten an den Herrn Bundesminister für Soziales und Konsumentenschutz folgende

Anfrage:

1. Wozu benötigt das AMS Werbung in eigener Sache, wo doch ohnehin nur jene Arbeitssuchenden Arbeitslosengeld beziehen können, die sich zuvor beim AMS arbeitssuchend gemeldet haben?
2. Wie erklären Sie Langzeitarbeitslosen den in der aktuellen Werbekampagne verwendeten Slogan: „Die meisten Stellen vermitteln wir innerhalb von 30 Tagen. Auch für Sie.“
3. Werden Ihrer Meinung nach mit dem Slogan „Die meisten Stellen vermitteln wir innerhalb von 30 Tagen. Auch für Sie.“ bei den neugemeldeten Arbeitssuchenden nicht falsche Hoffnungen und Erwartungen geweckt u. somit mit deren Gefühlen gespielt?
4. Wieviel kostet die gegenwärtige Werbekampagne?
5. Wieviel kostet die gegenwärtige Werbekampagne im Verhältnis zu den Fortbildungskursen/Umschulungskursen für Arbeitssuchende sowie Fortbildungsmaßnahmen für AMS-Bedienstete? (Angaben bitte auch in Prozent)
6. Wieviel kosteten in den letzten zehn Jahren AMS-Werbekampagnen im Verhältnis zu den Fortbildungskursen/Umschulungskursen für Arbeitssuchende sowie Fortbildungsmaßnahmen für AMS-Bedienstete? (Bitte um jährliche Aufschlüsselungen u. Angaben bitte auch in Prozent)
7. Wie viele beim AMS registrierte Arbeitssuchende fanden innerhalb der letzten 10 Jahr innerhalb von 30 Tagen ab Registrierung eine neue Arbeitsstelle und wie viele davon vermittelte tatsächlich das AMS? (Bitte um jährliche Aufschlüsselung)
8. Wie viel Prozent aller in den letzten 10 Jahren beim AMS registrierten Arbeitssuchenden fanden innerhalb von 30 Tagen ab Registrierung eine neue Stelle u. wie viel Prozent davon wurden tatsächlich vom AMS vermittelt? (Bitte um jährliche Aufstellung)