

---

**2982/J XXIV. GP**

---

**Eingelangt am 16.09.2009**

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

## **ANFRAGE**

des Abgeordneten Walser, Freundinnen und Freunde

an die Bundesministerin für Unterricht, Kunst und Kultur

betreffend Ausgaben Ihres Ressorts für die Imagekampagne zu Schulbeginn

Pünktlich zu Schulbeginn hat das Bundesministerium für Unterricht, Kunst und Kultur Anzeigen in den Österreichischen Tageszeitungen geschaltet. Darin werden die Eltern jedoch nicht mit notwendigen Informationen zum Schulbeginn ihrer Kinder versorgt. Thema und einziger Inhalt der häufig doppelseitigen Zeitungsinserate ist Bundesministerin Claudia Schmied. Eigenlob zu bereits erfolgten Verbesserungen und Lobhudelei zum Etikettenschwindel der Neuen Mittelschule sowie hehre Pläne für die Zukunft, deren Umsetzbarkeit noch in den Sternen steht, füllen die Spalten. Garniert wurden die Anzeigen mit bunten Bildern und netten Portraits der Ministerin. Nicht alle Werbeanzeigen sind auch als solche erkenntlich. Das Layout ist stark am Schriftbild der jeweiligen Zeitung orientiert, für LeserInnen ist der Unterschied zu echten Zeitungsartikeln kaum auszumachen.

Allein das doppelseitige Inserat in der Sonntagsausgabe der Tageszeitung Kurier vom 6. September 2009 verschlang Inseratenkosten in Höhe der Personalkosten für eine in Vollzeit angestellte Lehrkraft für ein Jahr. EinE FörderlehrerIn mit 20 Unterrichtsstunden pro Woche kann bis zu 125 SchülerInnen helfen, das jeweilige Schuljahr erfolgreich abzuschließen. Der Einsatz der Mittel für Schule und Unterricht muss gerade in Zeiten der Krise und Sparsamkeit besonders sorgfältig abgewogen werden. Das Budget des Unterrichtsressorts muss zum Wohle der SchülerInnen eingesetzt werden und sollte nicht für das Eigenlob einer Ministerin verschwendet werden.

Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher folgende

### **ANFRAGE:**

1. Wie viele Anzeigen hat das Bundesministerium für Unterricht, Kunst und Kultur in der Zeit vom 1.9. bis zum 15.9.2009 in diversen Medien geschaltet? Bitte um Aufschlüsselung nach Datum und Beifügung von Kopien der Werbeeinschaltungen zur Anfragebeantwortung.

2. Wie hoch waren die Kosten insgesamt und für die einzelnen Werbeanzeigen? Bitte nach Datum und Medium aufschlüsseln.
3. Wurde eine Agentur mit der Erstellung und Schaltung der Anzeigen beauftragt? Wenn ja, welche Agentur mit der Erstellung und Schaltung der Anzeigen beauftragt? Wie hoch waren die Kosten für die Agenturarbeit?
4. Wurden die Werbeanzeigen innerhalb des Ressorts erstellt? Wenn ja, wie hoch waren die Personalkosten für die Anzeigenerstellung?
5. Wie hoch waren die Gesamtkosten für die Imagekampagne zu Schulbeginn inklusive Kosten für die Erstellung und Anzeigekosten in den Medien?
6. Wie vielen durchschnittlichen Lehrerdienstposten entsprechen diese Ausgaben?
7. Wäre es Ihrer Meinung nach sinnvoller gewesen, die Mittel in Lehrpersonal oder SozialarbeiterInnen zu investieren, statt eine teure aber inhaltsleere Imagekampagne zu finanzieren?