

XXIV. GP.-NR

4313 /J

27. Jan. 2010**ANFRAGE**

der Abgeordneten Windbüchler-Souschill, Freundinnen und Freunde

an den Bundesminister für Landesverteidigung und Sport

betreffend Heer4U Kampagne und Jugendarbeitslosigkeit

Wirtschaftskrise, Armutsgefährdung und die hohe Jugendarbeitslosigkeit sind die Alltagsrealitäten vieler junger Menschen und junger Erwachsener in Österreich. Jungen Menschen Sicherheit für ihre Zukunft zu gewährleisten und sie österreichweit zu unterstützen sind Aufgaben der Bundesregierung.

Als Minister für Landesverteidigung reagieren Sie auf die Auswirkungen der Wirtschaftskrise und auf fehlende Rekrutenzahl beim Österreichischen Bundesheer durch eine geschehene und angekündigte Werbeoffensive. Damit soll die Arbeit als Soldat bzw. Soldatin positiv dargestellt werden und gerade jungen Menschen soll das Bundesheer als Alternative zur Sicherung des Lebensunterhalts näher gebracht werden.

Neben Zeitungsinseraten haben Sie insbesondere auch versucht mit diversen Videos im Internet unter dem Titel „Heer4U“ auf die Karriere beim Bundesheer aufmerksam zu machen.

Angesichts des derzeitigen Zustandes des österreichischen Bundesheeres, und dessen abzusehenden weiteren Bedeutungsverlustes, ist höchst zweifelhaft, ob ein Leben als Soldat oder Soldatin wirklich so zukunftssicher ist, wie in der Kampagne behauptet wird. Darüber hinaus lehnen immer mehr gerade junge Menschen den Einsatz von Waffengewalt zur Problemlösung ab.

Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher folgende

ANFRAGE:

- 1) Sehen Sie als Regierungsmitglied den Dienst mit der Waffe als nachhaltigen Ausweg aus der Jugendarbeitslosigkeit?
- 2) Wenn ja, wieso?
- 3) Wenn nein, wieso nicht?
- 4) Für welchen Zeitraum wurde die schon geschehene Werbeoffensive konzipiert?
- 5) Aus welchen Komponenten setzte sich die Kampagne zusammen?

- 6) Welche Medien wurden damit bespielt?
- 7) Wie hoch waren die Kosten für die gesamte bisherige Werbekampagne?
- 8) Wie hoch waren die Honorarkosten der betrauten Werbeagentur?
- 9) Welche Kosten verursachte die grafische Bearbeitung der Kampagne?
- 10) Wieviele Inserate wurden geschaltet?
- 11) In welchen Medien?
- 12) Wie hoch waren die Kosten für die Veröffentlichung der Inserate?
- 13) Wie hoch waren die Kosten für die Produktion der Videos „Heer4u“, die etwa über youtube im Internet abgerufen werden können?
- 14) Halten Sie das Beeindrucken von Mädchen mit einem Panzer für den bestimmenden Beweggrund, eine Karriere beim Heer einzuschlagen (siehe das Video „Heer4U - Ulan gegen Audi R8 - Wie sich Mädels entscheiden“)?
- 15) Auf welchen Wegen wurden die Heer4U Videos beworben?
- 16) Wie hoch waren die Kosten für diese Werbung?
- 17) Welche weiteren Werbemaßnahmen sind im Rahmen der Kampagne noch vorgesehen?
- 18) Über welchen Zeitraum werden sich diese erstrecken?
- 19) Wie hoch werden die voraussichtlichen Kosten dafür sein?
- 20) Wie viele junge Menschen haben sich nach der bisherigen Werbeoffensive beim Bundesheer beworben?
- 21) Wie begründen Sie den Umstand, dass in den Inseraten und Werbevideos die Risiken und Gefahren, die mit dem Beruf eines Soldaten bzw. einer Soldatin verbunden sind, nicht erwähnt werden?
- 22) Welche Karrieremöglichkeiten bietet das Bundesheer jungen Menschen mit nicht österreichischer Staatsbürgerschaft?
- 23) Können Sie ausschließen, dass arbeitslose junge Menschen, die den Einsatz von Waffengewalt ablehnen, aufgrund der Werbekampagne des Bundesheeres gegen ihre Überzeugung vom Arbeitsmarktservice oder ihrem persönlichen Umfeld unter Druck gesetzt werden, eine „Karriere beim Heer“, das heißt die Soldatenlaufbahn einzuschlagen?

