
4172/J XXV. GP

Eingelangt am 16.03.2015

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

ANFRAGE

der Abgeordneten Peter Wurm, Gerhard Schmid und
weiterer Abgeordneter
an den Bundesminister für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz
betreffend Werbung an Volksschulen

Wie jüngst bekannt wurde, sorgt derzeit ein kleiner Werbe-Koffer aus Karton, der zur Schuleinschreibung an den österreichischen Volksschulen verschenkt wurde, für Aufregung. Konkret sei ein Pixi-Buch mit dem Titel *"Mit Sicherheit viel Spaß rund um die Schule"* verwendet worden, um Werbung für Handys und Bankkonten zu betreiben. Eine Mutter von zwei schulpflichtigen Kindern berichtet folgendes:

(...) Die Quintessenz der Geschichte ist, dass die künftige Schülerin in ihrer Schultüte ein Handy findet und tags darauf mit ihrer Mutter in die Bank fährt, da sie jetzt als „Große“ auch noch ein Bankkonto mit Bankomatkarte bekommt, weil sie ja ab sofort Taschengeld (direkt aufs Konto) bekommt und sich mit der Karte jederzeit kleine Geldbeträge abheben kann (...) Am Ende des Büchleins geht das Mädchen nach der Schule mit ihrem Freund ein Käsebrot kaufen – bezahlt wird es mit ihrer Bankomatkarte. Hinten auf dem Buch ist das Logo der BAWAG/P.S.K. drauf.

Diese Box wird von der Firma Karli Printi GmbH produziert und an Volksschulen verschickt. Die Box versucht seriös auszusehen. Das liegt an der beigelegten Lebensmittelpyramide, wie sie vom Gesundheitsministerium empfohlen wird, mit Logo des Ministeriums.

In diesem Zusammenhang richten die unterfertigten Abgeordneten an den Bundesminister für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz folgende

ANFRAGE

1. Wie beurteilt der Konsumentenschutzminister das Überhandnehmen von Werbung an österreichischen Schulen im Allgemeinen?
2. Wie beurteilt der Konsumentenschutzminister Werbekampagnen für Handys oder Bankkonten, dessen Zielgruppe fünf bis sechsjährige Kinder darstellen, im Speziellen?

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

3. Welche konkreten Konsequenzen werden seitens des Ministeriums für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz aus dem Beispiel „Werbe-Koffer zur Schuleinschreibung“ gezogen?
4. Welche Möglichkeiten der Reglementierung sieht das Ministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz für derartige Werbeaktivitäten an Volksschulen oder anderen Schulen vor?
5. Hält der Konsumentenschutzminister die zitierte Werbekampagne der Firma Karli Printi GmbH für vereinbar mit dem Werbeverbot?
6. Sind derartige Werbekampagnen für Kleinkinder aus konsumentenschutzpolitischer Sicht relevant für das zukünftige Kaufverhalten?