

10423/AB
Bundesministerium vom 09.06.2022 zu 10689/J (XXVII. GP)
Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz
sozialministerium.at

Johannes Rauch
Bundesminister

Herrn
Mag. Wolfgang Sobotka
Präsident des Nationalrates
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2022-0.276.687

Wien, 3.6.2022

Sehr geehrter Herr Präsident!

Ich beantworte die an mich gerichtete schriftliche parlamentarische **Anfrage Nr. 10689/J der Abgeordneten Gerald Loacker, Kolleginnen und Kollegen betreffend AUVA-Inserate in der ÖAAB-Zeitung „Freiheit“**, wie folgt:

Zunächst halte ich fest, dass für die Beantwortung der gegenständlichen Anfrage Informationen aus dem Vollzugsbereich der Allgemeinen Unfallversicherungsanstalt (AUVA) erforderlich sind, weshalb die AUVA zur Stellungnahme eingeladen wurde. Die diesbezüglich übermittelten Ausführungen der AUVA habe ich in der nachfolgenden Beantwortung berücksichtigt.

Die AUVA schickt in ihrer Stellungnahme voraus, dass sie entsprechend den maßgeblichen Aufbewahrungspflichten von sieben Jahren die Daten zur Beantwortung der nachfolgenden Fragen für die Jahre 2014 bis 2021 zur Verfügung gestellt hat.

Frage 1:

- *Wie viel hat die AUVA seit 2010 in der ÖAAB-Zeitung „Freiheit“ inseriert? (nach Jahr)*

Jahr	Euro
2014	10.000,00
2015	18.000,00
2016	13.500,00
2017	13.500,00
2018	9.000,00
2019	18.000,00
2020	9.000,00
2021	9.000,00

Die AUVA hat dazu angemerkt, dass laut einer Profil-Recherche (Bericht vom 01.05.2022) das Magazin „Freiheit“ nicht dem ÖAAB zuzurechnen sei, sondern als unabhängig gelte.

Frage 2:

- *Wie viel hat die AUVA seit 2010 insgesamt an Inseratenvolumen aufgebracht? (nach Jahr)*

Jahr	Euro
2014	421.992,60
2015	349.224,65
2016	314.348,94
2017	394.541,15
2018	442.734,77
2019	314.070,34
2020	286.420,49
2021	327.035,97

Frage 3:

- *Wie viel hat die AUVA seit 2010 in Medien inseriert, die einer Partei, einer Teilorganisation, einer Vorfeldorganisation oder einer Gewerkschaftsorganisation zuordenbar sind? (nach Jahr, Organisation und Medium).*

Die AUVA stellt dazu vorab fest, dass Medien nicht immer eindeutig einer bestimmten politischen Ausrichtung zugerechnet werden können, und hat die nachstehende Aufstellung übermittelt.

Jahr 2014	Medium	Euro
	FSG, ahs aktuell/Lehrer u. Ges./Wega	4.872,00
	FCG, vida/Lehrerinnenverein	2.604,25
	Kummer Inst., Gesellschaft & Politik	1.100,00
	ÖGB, Kalender	8.578,99
	Neues Volksblatt	3.214,29

Jahr 2015	Medium	Euro
	ÖAAB, Aufbruch,Steir. Arbeitnehmermagazin	364,00
	Kummer Inst., Gesellschaft & Politik	1.100,00
	FSG, Polizei/Lehrer und Gesellschaft	2.983,50
	Vida Magazin	4.652,00
	ÖGB, Kalender	3.822,33
	Stadt Wien, Wien sicher!	5.000,00

Jahr 2016	Medium	Euro
	ÖAAB, Aufbruch, Steir. ÖAAB	750,00
	Vida Magazin	2.326,00
	ÖGB, Gewerkschaft Bau Holz Medien/Kalender	6.750,00
	FSG, Lehrer und Gesellschaft/Polizei	10.250,00

Jahr 2017	Medium	Euro
	ÖAAB, Aufbruch/Wien morgen	4.550,00
	Kummer Inst., Gesellschaft & Politik	1.100,00
	ÖGB, Gewerkschaft Bau-Holz/Kalender	12.697,33
	Gesunde Arbeit	8.100,00
	FSG, Lehrer und Gesellschaft/Polizei	7.750,00
	FCG, Lehrermagazin	200,00
	Neues Volksblatt	1.904,76

Jahr 2018	Medium	Euro
	Academia	5.500,00
	ÖAAB, Aufbruch	1.392,00
	ÖGB, Gewerkschaft Bau-Holz/Kalender	3.983,33
	FSG, Lehrer und Gesellschaft/Polizei	5.200,00
	Neues Volksblatt	3.809,52

Jahr 2019	Medium	Euro
	ab5zig	4.900,37
	ÖAAB, Aufbruch	1.392,00
	ÖGB, Gewerkschaft Bau Holz/Kalender	3.458,33
	Kummer Inst.,Gesellschaft & Politik	1.100,00
	Neues Volksblatt	3.809,52
	FSG, Polizei	10.125,00

Jahr 2020	Medium	Euro
	ab5zig	900,00
	Academia	4.500,00
	ÖAAB, Aufbruch	1.392,00
	FCG, Magazin	2.326,00
	ÖGB, Gewerkschaft Bau Holz/Kalender	5.768,33
	Neues Volksblatt	2.100,00
	FSG, Polizei	7.810,00

Jahr 2021	Medium	Euro
	Academia	5.500,00
	ÖAAB, Aufbruch	1.392,00
	ÖGB, Gewerkschaft Bau Holz/Kalender	3.458,33
	FSG, WEGA	388,50
	MKV, Festschrift 2021	4.000,00
	Neues Volksblatt	3.809,52

Frage 4:

- Wie viel hat die AUVA seit 2010 in Medien inseriert, die einer Kammer zuordenbar sind? (nach Jahr, Kammer und Medium).

Die AUVA hat die nachstehende Aufstellung übermittelt.

Jahr	Kammer	Medium	Euro
2014	WK Bundesländer	Seminarprogramme/Wirtschaft	2.508,75
	LAK	Der Landarbeiter	150,00

2015	WK Bundesländer	Seminarprogramme/Wirtschaft	9.511,40
	LAK	Der Landarbeiter	150,00

2016	WK Bundesländer	Seminarprogramme/Wirtschaft	28.478,20
------	-----------------	-----------------------------	-----------

2017	WK Bundesländer	Wirtschaft	37.609,77
	Ärztekammer	Österreichische Ärztezeitung	1.810,00

2018	WK Bundesländer	Seminarprogramme/Wirtschaft	38.473,74
	Ärztekammer	Österreichische Ärztezeitung	4.655,00

2019	WK Bundesländer	Seminarprogramme	2.208,00
	Ärztekammer	Österreichische Ärztezeitung	6.055,00

2020	WK Bundesländer	Seminarprogramme	2.208,00
	Ärztekammer	Österreichische Ärztezeitung	79,15

2021	WK Bundesländer	Seminarprogramme	1.755,00
------	-----------------	------------------	----------

Frage 5:

- *Wie viele zusätzliche Kunden gewinnt die AUVA durch solche Inserate?*

Die AUVA hat sich dazu wie folgt geäußert:

„Die AUVA kommt Ihren Aufgaben gemäß §§ 81 Abs. 1, 81 a und 186 Abs. 1 Z 1 ASVG nach. Die Allgemeine Unfallversicherungsanstalt ist gemäß diesen Bestimmungen zur Werbung für den Gedanken der Unfallverhütung gesetzlich aufgerufen.“

Im Sinne dieses im ASVG begründeten gesetzlichen Auftrages kann beim Versichertenkreis der AUVA nicht von Kund:innen-Gewinnung gesprochen werden. Allerdings erhöht sich durch die medial aufbereitete Sensibilisierung für die Themen Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz und in den Bildungseinrichtungen die Nachfrage nach Angeboten und Beratungen der Prävention.“

Fragen 6 und 7:

- *Wie viele Kunden kann die AUVA vom Abwandern zum Mitbewerber durch solche Inserate abhalten?*
- *Welche Marktanteile hat die AUVA durch ihre Werbeaktivitäten in den letzten 5 Jahren gewonnen?*

Die AUVA ist bekanntlich eine Körperschaft öffentlichen Rechts, die vom Gesetzgeber zur Wahrnehmung der gesetzlich definierten Aufgaben eingerichtet worden ist. Die in der Fragestellung erfolgte Verwendung der Terminologie des Wirtschaftslebens trägt diesem Umstand nicht adäquat Rechnung und verkennt die strukturellen Unterschiede zwischen Sozialversicherungsträgern und privatwirtschaftlichen Unternehmen.

Die AUVA hat dazu folgende Stellungnahme abgegeben:

„Durch den Verzicht auf Öffentlichkeitsarbeit würde sich die aktive Nachfrage der Versicherten nach Angeboten und Leistungen der Prävention reduzieren; der Stellenwert von Sicherheit und Gesundheit wäre weniger im Bewusstsein der Versicherten verankert, was zu erhöhten Unfallzahlen und Erkrankungen am Arbeitsplatz und in den Bildungseinrichtungen führen würde.“

Frage 8:

- *Welchen Nutzen hatten die Versicherten durch diese Inserate?*

Die AUVA hat sich dazu wie folgt geäußert:

„Gesetzliche Aufgabe (§ 186 Abs. 1 Z 1 ASVG) der AUVA ist es unter anderem, die ihr zur Verfügung stehenden Mittel für die Werbung für den Gedanken der Unfallverhütung zur Verfügung zu stellen. Die Berichterstattung in Medien, insbesondere im Bereich der Prävention, ist ein wichtiger Beitrag der AUVA zur Sensibilisierung der breiten Öffentlichkeit für Fragen der Sicherheit und des Gesundheitsschutzes bei der Arbeit und Ausbildung. Die AUVA nutzt bei ihren Insertionen je nach jeweiligem Präventionsthema jene Medien in Österreich, die ohne Streuverlust die ins Auge gefasste Zielgruppe (z. B. unselbständig Erwerbstätige, Beschäftigte in bestimmten besonders unfallträchtigen Branchen, Führungskräfte, Multiplikatoren, wie Betriebsräte, Sicherheitsfachkräfte, Sicherheitsvertrauenspersonen, ...) erreichen.“

Frage 9:

- *Welchen Unterschied würde es für die Versicherten bedeuten, wenn die AUVA das Geld einfach verbrannt hätte, anstatt es für Inserate aufzuwenden?*

Auf die Beantwortung der Fragen 6 bis 8 wird verwiesen.

Frage 10:

- *Wie stellen Sie als Aufsichtsbehörde sicher, dass Versichertengelder ausschließlich zum Nutzen der Versicherten eingesetzt werden?*

§ 81 Abs. 1 ASVG normiert, dass die Mittel der Sozialversicherung nur für die gesetzlich vorgeschriebenen oder zulässigen Zwecke verwendet werden dürfen. Zu den zulässigen Zwecken gehören im Rahmen der Zuständigkeit der Versicherungsträger auch die Aufklärung, Information und sonstige Formen der Öffentlichkeitsarbeit. Die Unfallversicherung trifft gemäß § 172 Abs. 1 ASVG unter anderem Vorsorge für die Verhütung von Arbeitsunfällen und Berufskrankheiten. Diese Präventionsaufgaben sind in den §§ 185 ff ASVG näher geregelt. In der demonstrativen Aufzählung der Mittel der Unfallverhütung (§ 186 Abs. 1 ASVG) ist als Z 1 leg. cit. explizit „die Werbung für den Gedanken der Unfallverhütung“ vorgesehen.

Das Aufsichtsrecht des Bundes über die Träger der gesetzlichen Sozialversicherung ist im Achten Teil, Abschnitt VI des ASVG in den §§ 448 ff ASVG geregelt. Gemäß § 449 Abs. 1 ASVG hat die Aufsichtsbehörde die Gebarung der Versicherungsträger und des Dachverbandes der Sozialversicherungsträger zu überwachen und darauf hinzuwirken, dass im Zuge dieser Gebarung nicht gegen Rechtsvorschriften verstoßen wird. Sie kann ihre Aufsicht auf Fragen der Zweckmäßigkeit, Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit erstrecken, soll sich in diesen Fällen aber auf wichtige Fragen beschränken und in das Eigenleben und die Selbstverwaltung der Versicherungsträger nicht unnötig eingreifen. § 449 Abs. 2 ASVG enthält eine demonstrative Aufzählung der wichtigen Fragen im Sinne des Abs. 1 leg. cit..

Dieser gesetzliche Rahmen bildet die Richtschnur für das aufsichtsbehördliche Handeln und den Einsatz der gesetzlich vorgesehenen aufsichtsrechtlichen Instrumente. Dabei hat auch die verwaltungsgerichtliche Judikatur entsprechende Berücksichtigung zu finden, wonach die Aufsicht in erster Linie der Rechtmäßigkeitskontrolle dient und in Fragen der Zweckmäßigkeit der Entscheidungsprärogative der Selbstverwaltung besondere Bedeutung zuzumessen ist.

Daraus folgt für die in der gegenständlichen Anfrage themisierte Öffentlichkeitsarbeit aus aufsichtsrechtlicher Sicht, dass die von Versicherungsträgern gesetzten Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit jedenfalls einem zulässigen Zweck im Sinne der oben angeführten gesetzlichen Bestimmungen zuordenbar sein müssen, jedoch eine Einflussnahme der Aufsichtsbehörde auf die operativen Entscheidungen der Versicherungsträger über ihre jeweiligen konkreten medienöffentlichen Aktivitäten regelmäßig nicht in Betracht kommt.

Mit freundlichen Grüßen

Johannes Rauch

