

ANFRAGE

des Abgeordneten Christoph Steiner
an den Bundesminister für Innovation, Mobilität und Infrastruktur
betreffend „**Pride & Queereinsteiger:in bei den ÖBB**“¹

Der Website der ÖBB ist zu entnehmen, „*Der gesamte Monat Juni steht bei den ÖBB mittlerweile traditionell unter dem Motto „Pride“*“¹.

Ein Blick auf die Aktivitäten der ÖBB des heurigen, aber auch des letzten Jahres zeigt das ganze Ausmaß dieser „Vielfältige ÖBB“-Kampagne, wobei sich viele Österreicher die Frage stellen, was diese Art von linksideologischem Aktionismus mit einem staatlichen Transport-unternehmen, das vom Steuerzahler finanziert wird, zu tun hat.

*„Höhepunkt der Vienna Pride war wie immer die Regenbogenparade, die am 11. Juni [2025] in Wien stattgefunden hat. Dort waren die ÖBB mit Unterstützung ihres Regenbogennetzwerks QBB sowie einer INFRA-Lehrlingsgruppe mit einem bunten Pridejet vertreten. Wir waren auch beim „Pride Run“ tags zuvor am Start und haben die ÖBB Zentrale den gesamten Juni über bunt foliert - wie sich die INFRA-Stiegen am Praterstern übrigens schon länger präsentieren. [...]“*¹

„Nicht nur in Wien waren die ÖBB auf der Regenbogenparade präsent, sondern sie zeigten auch bei der Salzkammergut Pride am 15.6.[2024] Flagge. Im Rahmen der Kulturhauptstadt Salzkammergut zog die erste Pride Parade mit rund 2.000 Teilnehmer:innen farbenfroh durch die Kaiserstadt Bad Ischl.

*Am Rainbow-Day waren die Mitarbeiter:innen des Lösungscenters Inclusion & Diversity und Recruiting & Employer Branding mit einem Stand auf der ersten queeren Jobmesse im Museumsquartier vertreten, um mit potentiellen Bewerber:innen über die vielfältigen Karrieremöglichkeiten bei den ÖBB zu sprechen.“*²

Es entsteht der Eindruck, dass diese Art von Marketing auch in keinem Verhältnis zum Nutzen für das Unternehmen und seine Fahrgäste steht.

In diesem Zusammenhang richtet der unterfertigte Abgeordnete an den Bundesminister für Innovation, Mobilität und Infrastruktur nachstehende

Anfrage

1. Ist das primäre Ziel der Österreichischen Bundesbahnen (ÖBB), Menschen von A nach B zu bringen?
2. Was hat ein Transportunternehmen mit Sexualität zu tun?

¹ <https://konzern.oebb.at/de/vielfaeltige-oebb/sexuelle-orientierung/pride-und-queereinsteigerin-bei-den-oebb>

² <https://konzern.oebb.at/de/vielfaeltige-oebb/sexuelle-orientierung/das-war-der-pride-month>

3. Gab es in den letzten Jahren Weisungen seitens des BMIMI an die ÖBB bezüglich des Umgangs mit dem Thema „LGBTIQ“ und „Pride“?
 - a. Falls ja, wann und von wem?
 - b. Falls ja, wie lauten diese Weisungen im Detail?
 - c. Falls ja, wurde dafür ein Budget definiert?
 - i. Falls ja, in welcher Höhe?
4. Hatte diese Kampagne aus dem Vorjahr einen Mehrwert in Bezug auf den Umsatz der ÖBB?
5. Wird aufgrund der Kampagne ein Mehrwert in Bezug auf den Umsatz für das Jahr 2025 erwartet?
6. Kommen die Fahrgäste der ÖBB aufgrund der „Pride“ Aktivitäten komfortabler, entspannter oder pünktlicher an ihr Ziel?
7. Warum sollten sich Menschen während einer Zugfahrt zwangsweise mit dem Thema Sexualität auseinandersetzen?
8. Wie viel kostet die ÖBB das Gleichstellungs- und Diversity-Management pro Jahr (inklusive aller Mitarbeiter samt deren Lohnnebenkosten sowie aller Kampagnen, Werbungen etc.) ?
9. Wie viele Mitarbeiter sind dem Gleichstellungs- und Diversity-Management für das Thema „Pride“ unterstellt bzw. werden dafür eingesetzt?
10. Wie viele Mitarbeiter sind dem Gleichstellungs- und Diversity-Management für das Thema eingeschränkte Mobilität unterstellt bzw. werden dafür eingesetzt?
11. Sind neben dem Gleichstellungs- und Diversity-Management auch andere Abteilungen der ÖBB in das jährliche „Pride“ Projekt involviert?
 - a. Falls ja, welche und wozu?
 - b. Falls ja, wie viele Mitarbeiter aus anderen Abteilungen werden dafür in welchem Stundenausmaß eingesetzt?
12. Entwirft das Gleichstellungs- und Diversity-Management alle Grafiken, Slogans und Kampagnen?
 - a. Falls nein, werden externe Firmen damit betraut?
 - i. Falls ja, wie viel wird an dieses Firmen bezahlt?
13. Stimmt das Gleichstellungs- und Diversity-Management seine Grafiken, Slogans und Kampagnen in Bezug auf das Thema „Pride“ oder „LGBTIQ“ mit dem Ministerium ab?
 - a. Falls ja, mit welcher Stelle Ihres Ministeriums?
14. Stimmen andere Abteilungen der ÖBB ihre Grafiken, Slogans und Kampagnen in Bezug auf das Thema „Pride“ oder „LGBTIQ“ mit dem Ministerium ab?
 - a. Falls ja, welche?
 - b. Falls ja, mit welcher Stelle Ihres Ministeriums?
15. Wie viel kostet das Umstellen des gesamten Brandings und Rebrandings (inkl. aller Flyer, Werbeflächen, IT-Vorgänge etc.) von Rot auf Regenbogenfarben und wieder zurück auf Rot, im Zuge der Mottos „Pride“ während bzw. für den Monat Juni insgesamt (inklusive aller Kosten und damit verbundenen Nebenkosten)?
16. Besteht bei den ÖBB ein Personalmangel?
17. Wie viele Mitarbeiter konnten durch die Präsenz der ÖBB bei der „ersten queeren Jobmesse“ im Museumsquartier akquiriert werden?
18. Wie viel kostete die ÖBB die Teilnahme an der „Vienna Pride“ (inklusive Kosten für den LKW, das verwendete Werbematerial etc.)?
 - a. Im Jahr 2024?
 - b. Im Jahr 2025?

19. Genießen Menschen, die sich anders als heterosexuell definieren, aufgrund der Kampagne der ÖBB, ein freieres Leben in Österreich?

a. Falls nein, wie beurteilen Sie die Frage in Bezug auf eine Kosten-Nutzen-Rechnung?

Mag. Kl.

Detink

SPK

Chunshun

U. B.