

XXIV. GP.-NR
958 /A(E)

29. Jan. 2010

ENTSCHLIESSUNGSANTRAG

der Abgeordneten Strache, Vilimsky
und weiterer Abgeordneter

betreffend jährliche Berichte über Informations- und Werbemaßnahmen sämtlicher der Prüfung des Rechnungshofes unterliegenden Stellen und Rechtsträger

Die Bundesministerin für Verkehr, Innovation und Technologie hat in der Beantwortung der schriftlichen Anfrage 3765/J (3449/AB, XXIV. GP), in der freiheitliche Abgeordnete Aufklärung über die im Jahre 2009 getätigten Werbeeinschaltungen des ÖBB-Konzerns in der Tageszeitung ÖSTERREICH in einem Gesamtvolumen von über EUR 900.000.- ohne öffentliche Ausschreibung verlangt haben, jede Zuständigkeit für die Bahn von sich gewiesen und wie folgt geantwortet: *„Ich erlaube mir anzumerken, dass die gegenständliche Angelegenheit weder einen Gegenstand der Vollziehung bzw. Kontrolle der Verwaltung, noch aktienrechtlich eine Aufgabe der Eigentümerin darstellt. ... Ich ersuche daher um Verständnis, dass ich die vorliegenden Fragen nicht beantworte.“*

Der Rechnungshof hat in seinem Bericht „Reihe BUND 2003/2“ über „Ausgewählte Werbemaßnahmen des damaligen Bundesministeriums für soziale Sicherheit und Generationen“ berichtet und dabei von März bis April 2002 die Gebarung des BMSG hinsichtlich ausgewählter Informations- und Werbemaßnahmen überprüft.

Anlass dieser Rechnungshofprüfung waren parlamentarische Anfragen und Debatten sowie darin zum Ausdruck gebrachte grundlegende Meinungsunterschiede, inwieweit aus Haushaltsmitteln bezahlte Informations- und Werbemaßnahmen des BMSG zulässig waren. Begriffe wie Öffentlichkeitsarbeit, bezahlte Information, Kampagnen, Werbung, Public Relations oder Propaganda wurden und werden synonym gebraucht.

Der Rechnungshof stellte in seinem damaligen Bericht fest, dass *unter Öffentlichkeitsarbeit jedenfalls die vielfältigen Formen einer nach außen gerichteten Information und damit auch werbende Tätigkeiten zu verstehen ist*. In seinem Bericht regte er u.a. an, künftig auf eine ausgewogene Streuung von Informations- und Werbemaßnahmen für bundesweite Themen in Printmedien zu achten.

Zusammenfassend hob der RH im angeführten Bericht u.a. folgende Empfehlungen hervor:

- *In Abstimmung mit dem BKA wären generelle Regelungen für die Öffentlichkeitsarbeit bzw. die Informations- und Werbemaßnahmen zu erstellen.*
- *Entgeltliche Informations- und Werbemaßnahmen wären entsprechend zu kennzeichnen.*
- *Bei Informations- und Werbemaßnahmen in Printmedien wäre auf eine ausgewogene Streuung für bundesweite Themen zu achten.*

Gemäß Artikel 126b Absatz 5 der Verfassung hat sich die Überprüfung des Rechnungshofes auf die ziffernmäßige Richtigkeit, die Übereinstimmung mit den bestehenden Vorschriften, ferner auf die Sparsamkeit, Wirtschaftlichkeit und Zweckmäßigkeit zu erstrecken.

Auch ausgegliederte Unternehmen wie beispielsweise die ÖBB unterliegen der Prüfung des Rechnungshofes. Deshalb soll die völlige Offenlegung der Kosten aller Werbeeinschaltungen der Ministerien und ausgegliederten Unternehmen wie eben der ÖBB und ASFINAG in Form eines Jahresberichtes erfolgen, der bis spätestens Ende Februar des Folgejahres dem Budgetausschuss vorzulegen ist.

Neben den Kosten ist dabei auch die ordnungsgemäße Ausschreibung seitens des öffentlichen Auftraggebers beim Ankauf von Inseratenplatz in den unterschiedlichsten Medien darzulegen. Ebenso ist eine sachliche Begründung für das Schalten von Werbungen anzuführen. Es kann nicht sein, dass neben der allgemeinen als auch der besonderen Presseförderung eine weitere Schiene der verdeckten Subvention betrieben wird. Die teure Zeche hierfür bezahlt einmal mehr der Bürger mit höheren Abgaben und Steuern.

Die unterfertigenden Abgeordneten stellen in diesem Zusammenhang nachfolgenden

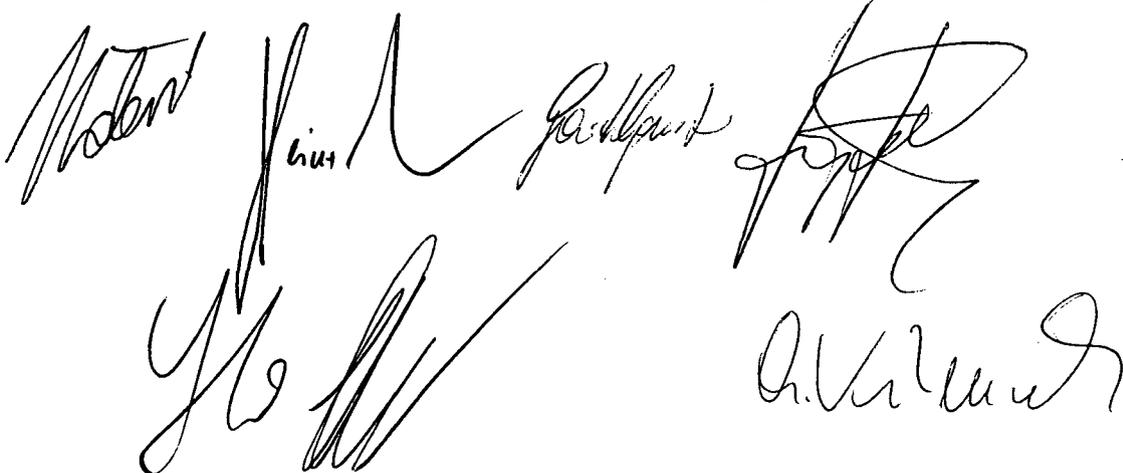
ENTSCHLIESSUNGSANTRAG

Der Nationalrat wolle beschließen:

„Die Bundesregierung wird aufgefordert, dem Nationalrat einen jährlichen Bericht vorzulegen, der die Informations- und Werbemaßnahmen sämtlicher der Rechnungshofprüfung unterliegenden Stellen und Rechtsträger, insbesondere der ausgegliederten Unternehmen, samt Ausschreibung, Kosten und Ziel der einzelnen Maßnahmen auflistet.

Ferner sind seitens des BKA ehebaldigst generelle Regelungen für die Öffentlichkeitsarbeit bzw. die Informations- und Werbemaßnahmen zu erstellen.“

In formeller Hinsicht wird um Zuweisung an den Budgetausschuss ersucht.

The image shows several handwritten signatures in black ink. The signatures are written in a cursive style. Some of the names are partially legible, such as 'Hofner', 'Gallus', and 'Kreuzer'. There are approximately seven distinct signatures scattered across the middle of the page.

29/1/10