
10180/J XXIV. GP

Eingelangt am 20.12.2011

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

Anfrage

der Abgeordneten Judith Schwentner, Freundinnen und Freunde an den
Bundeskanzler

betreffend die Öffentlichkeitsarbeit des Bundespressdienstes zum Gehaltsrechner

BEGRÜNDUNG

Wie auf Inseraten zur Informationen über den Gehaltsrechner mit dem Slogan „Frauen rechnen jetzt nach!“ zu lesen war, hat der Bundespressdienst diese Informationsoffensive medial unterstützt. Dies wirft Fragen nach der Aufteilung und Zuständigkeit für mediale Kampagnen im Bundeskanzleramt auf. So ist unklar, ob die Informationstätigkeiten des Bundespressdienstes betreffend den Gehaltsrechner aus dem Budget für Frauenangelegenheiten oder aus dem Budget des Bundespressdienstes finanziert wurden. Wenn der Bundespressdienst für die Informationsarbeit des gesamten Bundeskanzleramtes zuständig ist, dann müssten eigentlich alle Ausgaben für die Medien- und Öffentlichkeitsarbeit des Bundeskanzlers, der Bundesministerin für Frauen und Öffentlichen Dienst sowie des Staatssekretärs für Medienangelegenheit im Budget des Bundespressdienstes veranschlagt sein.

Die unterfertigenden Abgeordneten stellen daher folgende

ANFRAGE

- 1) Ist der Bundespressdienst auch für die Öffentlichkeitsarbeit der Bundesministerin für Frauen und Öffentlichen Dienst zuständig?
- 2) Sind die Ausgaben für Informationstätigkeiten zum Gehaltsrechner aus dem Budget für Frauenangelegenheit beglichen worden oder aus dem Budget des Bundespressdienstes?

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

- 3) Sind im Budget des Bundespressdienstes auch Mittel für die Medien- und Öffentlichkeitsarbeit der Bundesministerin für Frauen und Öffentlichen Dienst veranschlagt? Falls ja, wie hoch ist der Betrag der für das Jahr 2011 veranschlagt ist und wie hoch ist der Betrag, der für das Jahr 2012 veranschlagt ist?
- 4) Nach welchen Kriterien wird entschieden, ob der Bundespressdienst eine Informationsoffensive finanziert?
- 5) Wie hoch ist der Betrag, den der Bundespressdienst für die Erstellung von „Informationsmaterial“ wie zB Plakate oder Folder betreffend den Gehaltsrechner ausgegeben haben?
- 6) In welchen Medien hat der Bundespressdienst Inserate zum Gehaltsrechner geschaltet?
- 7) Wie hoch ist der Betrag, den der Bundespressdienst für die Schaltung von Medieninseraten zum Gehaltsrechner verwendet hat?
- 8) Wird es eine Evaluierung der Wirkung der Informationsoffensive zum Gehaltsrechner seitens des Bundespressdienstes geben? Falls ja, welche Kriterien wird diese Evaluierung umfassen?