

XXIV. GP.-NR**7777 /J****- 1. März 2011****ANFRAGE**

der Abgeordneten Gerhard Huber
Kolleginnen und Kollegen

an den Bundesminister für Gesundheit
betreffend **Kampagnenführung im Gesundheitsministerium am Beispiel von „Weniger Salz ist g`sünder“**

Am 28. November 2011 hat das Bundesministerium für Gesundheit den Medien die österreichweite Kampagne „Weniger Salz ist g`sünder“ präsentiert.

Ziel dieser Kampagne ist eine Reduktion der Salzzugabe bei Backwaren um 15 Prozent, bis zum Jahr 2015, und damit ein Beitrag zur Prävention von Herz-Kreislauf-Erkrankungen.

In einer Pressemitteilung ist dazu zu lesen:

"Der Einzelne hat wenige Möglichkeiten, Einfluss auf den Salzgehalt seiner Nahrungsmittel zu nehmen", erklärte Stöger und führte weiter aus, dass es "nicht um das zusätzliche Salz aus dem Streuer", sondern um das versteckte Salz in Lebensmitteln gehe. Ein erstklassiges Lebensmittel noch gesünder zu machen, sei eine gute Aktion, betonte der Minister. "Wenn es gelingt, den Salzgehalt abzubauen, tun wir viel für unsere Gesundheit. Denn zuviel Salzkonsum führt zu Herz-Kreislauf-Erkrankungen", so Stöger.

Besonders hervorzuheben ist dabei die Einladung des Bundesministers für Gesundheit an alle Lebensmittelbranchen, mitzuwirken und den Menschen insgesamt bessere Nahrungsmittel verfügbar zu machen.

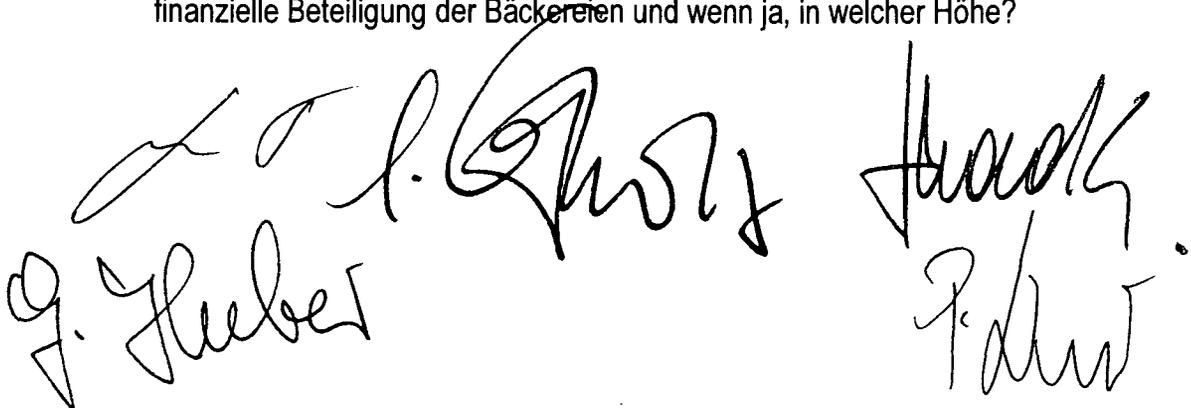
Da von Seiten des Gesundheitsministeriums weder beim aktuellen Dioxinskandal informiert wurde, noch die Thematik rund um gentechnisch verseuchten Lebensmittel und Futtermittel irgendeine Priorität erkennen lässt, stellen die unterfertigen Abgeordneten an den Herrn Bundesminister für Gesundheit folgende

ANFRAGE

1. Wie viele Kampagnen
 - a. gegen die Einfuhr von gentechnisch verseuchten Futtermitteln und Lebensmitteln nach Österreich und
 - b. gegen die Verunreinigung von Futtermitteln und Lebensmitteln mit GVOhaben Sie als Bundesminister für Gesundheit ins Leben gerufen bzw. wie viele der oben genannten Kampagnen wurden im Auftrag des Bundesministeriums für Gesundheit wissenschaftlich begleitet?
2. Wie hoch waren die Kosten für die in Frage 1 angeführten Kampagnen und welche finanziellen Mittel hat das Bundesministerium pro Kampagne für deren wissenschaftliche Begleitung zur Verfügung gestellt?
3. Plant das Bundesministerium für Gesundheit Kampagnen gegen die Einfuhr von gentechnisch verseuchten Futtermitteln und Lebensmitteln oder gegen die

Verunreinigung von Lebensmitteln und Futtermitteln mit GVO, wenn ja, wann und wie viel Budget steht dem Bundesministerium für Gesundheit für diese Kampagnen zur Verfügung?

4. Wenn nein, warum nicht?
5. Wie viele Kampagnen gegen den Einfuhr von möglicherweise mit Dioxin verseuchten Futtermitteln und Lebensmitteln nach Österreich haben Sie als Bundesminister für Gesundheit ins Leben gerufen bzw. wie viele der genannten Kampagnen wurden vom Bundesministerium für Gesundheit wissenschaftlich begleitet?
6. Wie hoch waren die Kosten für die in Frage 5 angeführten Kampagnen und welche finanziellen Mittel hat das Bundesministerium pro Kampagne für deren wissenschaftliche Begleitung zur Verfügung gestellt?
7. Plant das Bundesministerium für Gesundheit Kampagnen gegen die Einfuhr von möglicherweise mit Dioxin verseuchten Futtermitteln und Lebensmitteln und wenn ja, wann und wie viel Budget steht dem Bundesministerium für Gesundheit für diese Kampagnen zur Verfügung?
8. Wenn nein, warum nicht?
9. Wie viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Bundesministeriums sind für die Kampagne „Weniger Salz ist g'sünder“ abgestellt und wie hoch sind die damit verbundenen Personalkosten?
10. Wer ist für die wissenschaftliche Begeleitung der Kampagne „Weniger Salz ist g'sünder“ verantwortlich und welches Ministerium übernimmt die Kosten für die wissenschaftliche Begleitung bzw. gibt es eine Kooperation mit dem Bundesministerium für Wissenschaft?
11. Wie hoch sind die Kosten für die wissenschaftliche Begleitung der Kampagne?
12. Aufgrund welcher Studien wurde die Kampagne „Weniger Salz ist g'sünder“ ins Leben gerufen?
13. Wie ist die Kampagne aufgebaut, wie wird die Kampagne beworben und wie hoch sind die Kosten für die Kampagne (Bitte um detaillierte Aufstellung).
14. Warum wurde die Kampagne ausgerechnet in der Bäckerei „der Mann“ präsentiert?
15. Wie viele Bäckereien machen aktiv an der Kampagne mit bzw. gibt es auch eine finanzielle Beteiligung der Bäckereien und wenn ja, in welcher Höhe?


G. Huber L. Gruber J. P. P. P.