
9407/J XXIV. GP

Eingelangt am 05.10.2011

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

ANFRAGE

des Abgeordneten **Dr. Karlsböck**
und weiterer Abgeordneter
an den Bundesminister für Gesundheit

betreffend **Politik als „Marketingverstärker“**

Der Monat der Mundgesundheit findet mittlerweile jedes Jahr im September statt. Der Zweck dieser österreichweiten Initiative ist es, der Prophylaxe einen höheren Stellenwert einzuräumen. Bessere Information und gezielte Aufklärung über Vorsorge und richtige Zahnpflege für lang anhaltende Zahngesundheit sind hierbei die erklärten Ziele.

Grundsätzlich ist die Aufklärung über Mundhygiene und Parodontitis ein wichtiges Thema und Initiativen in diesem Bereich sind zu begrüßen. Zahlreiche Studien belegen, dass mit guter Reinigung und regelmäßiger Prophylaxe Zähne bis ins hohe Alter gesund erhalten werden können. Jedoch wird in diesem Zusammenhang unter anderem Kritik an der medialen Aufbereitung bzw. an der Darstellung geübt. In zahlreichen Zeitungen, Fachzeitschriften und Pressemeldungen, die auch in Zahnarztpraxen aufliegen, befinden sich regelmäßig nachfolgende Logos bzw. Fotos.



Quelle: Presseaussendung 2011 MdM Presseinfo

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



Quelle: Österreichische Zahnärzte-Zeitung 7-8/2011; S. 9

V.l.n.r. Dr. Wolfgang Kopp, Prophylaxereferent der Österreichischen Zahnärztekammer, Harald Keck, Country Manager Colgate Österreich, Gesundheitsminister Alois Stöger, Dr. Klaus Charvat, Vorstandsmitglied der Österreichischen Gesellschaft für Parodontologie.

In diesem Zusammenhang wird kritisiert, dass Colgate mit seinen Produkten einen ungerechtfertigten Wettbewerbsvorteil erlangen kann. Der Leser der diesbezüglichen Artikel könnte den Eindruck gewinnen, dass nur Colgate die „richtigen“ Produkte für die Mundgesundheit anbietet, denn dieser Konzern wird von „offizieller“ Seite, wie z.B. dem BM für Gesundheit und der österreichischen Zahnärztekammer, unterstützt. Das gemeinsame Gruppieren der Logos bzw. Gruppenfotos mit Hinweis auf Colgate und seine Produkte wirken in diesem Kontext als „Marketingverstärker“.

Darüber hinaus werden vor dem Hintergrund der aktuellen Diskussion über Lobbyisten, mutmaßliche Schmiergeldzahlungen, die Vergabepaxis von Inseraten und Werbekampagnen von Regierungsmitgliedern die Spekulationen über die Art der Durchführung bzw. der Partnerschaft von Industrie und Politik an sich weiter verstärkt.

Durch diese fortwährenden Diskussionen und Spekulationen der möglichen Geldflüsse, der Ausgestaltung der Partnerschaft von Industrie und Politik und der daraus entstehenden Vorteile für private und öffentliche Organisationen gerät das eigentliche Ziel – die Aufklärung über Mundhygiene und Parodontitis – immer mehr in den Hintergrund.

In diesem Zusammenhang stellen die unterfertigten Abgeordneten an den Bundesminister für Gesundheit folgende

ANFRAGE

1. In der BMG-Meldung vom 25.08.2011 wird auf die Unterstützung der Initiative hingewiesen. Wie ist diese Unterstützung bzw. Partnerschaft im Monat der Mundgesundheit ausgestaltet?
2. Wie beurteilen Sie die Kritik, dass Sie bzw. Ihr Ressort als „Marketingverstärker“ für eine Werbekampagne eines privaten Konzerns eingesetzt werden?

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

3. Wie beurteilen Sie die Kritik, dass eine Körperschaft öffentlichen Rechts als „Marketingverstärker“ für eine Werbekampagne eines privaten Konzerns eingesetzt wird?
4. Wie beurteilen Sie die Kritik, dass durch diese Partnerschaft ein ungerechtfertigter Wettbewerbsvorteil entstehen kann?
5. Wie beurteilen Sie die Kritik, dass Ihr Ressort durch die fortwährenden Diskussionen bzw. Spekulationen an Kompetenz, Glaubwürdigkeit und Vertrauen einbüßt?
6. Wie beurteilen Sie die Kritik, dass das eigentliche Ziel – die Aufklärung über Mundhygiene und Parodontitis – in den Hintergrund gedrängt wird?
7. Welche Maßnahmen werden gesetzt, um diese Entwicklung zu verhindern?
8. Wie beurteilen Sie bzw. Ihr Ressort den Vorschlag von Kritikern, zukünftige Gesundheitsinitiativen ohne Beteiligung von privaten Firmen durchzuführen?
9. Gab es im Rahmen dieser Initiative Kostenbeiträge, die von Colgate und den anderen Partnern bzw. beauftragen Firmen an Ihr Ressort ab 2008 überwiesen wurden?
10. Wenn ja, von wem, wofür und in welcher Höhe? (Aufgelistet nach Herkunft, Jahr, Art, Zweck und Höhe)
11. Gab es im Rahmen dieser Initiative Kostenbeiträge, die Ihr Ressort an Colgate oder andere Partner bzw. beauftragte Firmen ab 2008 geleistet hat?
12. Wenn ja, an wen, wofür und in welcher Höhe? (Aufgelistet nach Empfänger, Jahr, Art, Zweck und Höhe)
13. Wurden in diesem Zusammenhang auch Werbeinserate von ihrem Ressort bzw. nachgelagerten Dienststellen in Auftrag gegeben?
14. Wenn ja, an wen, wofür und für welchen Betrag? (Aufgelistet nach Empfänger, Jahr, Art, Zweck und Betrag)