Sicher bei Ernstfall

Seine Jahresbilanz präsentierte der Zivilschutzverband OÖ: 5649 Personen besuchten einen der Vorträge und ein Viertel der Landsleute fühlt sich auf einen Ernstfall wie einen Atomunfall sehr gut vorbereitet. Ein Webshop für Sicherheitsprodukte ist neu auf www.zivilschutz-ooe.at.



OÖGKK "informierte" um 60.000 Euro in Kinos OVP-Politiker fragte nach:

Kritik an Krankenkassen-Spot

"Gut, in Oberösterreich versichert zu sein", ist die zentrale Botschaft aus Kinospots der OÖ Gebietskrankenkasse. Welche Wirkung sie beim Publikum haben, wissen wir nicht – sie lösten aber hochpolitische Nebenwirkungen aus: ÖVP-Nationalrat Klaus Fürlinger kritisierte die Spots in einer parlamentarischen Anfrage.

FPÖ-Landesrat möchte Gesetzesänderungen:

Zwangsmittel gegen illegales Glücksspiel

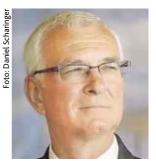
Konkrete Vorstellungen hat FPÖ-Landesrat Elmar Podgorschek für eine wirksamere Bekämpfung des illegalen Glücksspiels, er hat diese kürzlich auch an Finanzstaatssekretär Hubert Fuchs (FPÖ) übermittelt. Im Zentrum stehen Zwangsmittel gegen illegale Lokale.

Derzeit sieht das Glücksspielgesetz des Bundes bloß verbale Betriebsschließungen vor; die werden von den Betreibern illegaler Spielautomaten oft ignoriert bzw. sind die Hintermänner unerreichbar irgendwo im Ausland. Podgorschek hat daher

Fuchs vorgedie 💆 schlagen, Bung eine Wo-che nach che nach Ausmit j spruch Zwangsmitteln durchzusetzen: Tausch des Türschlosses, Verschweißen oder Verschrauben der Eingangstür, weitere Barrikaden, Abdrehen von Strom, Gas, Wasser sind im Brief an den Staatssekretär aufgezählt.

Auch eine Reihe weiterer gesetzlicher Vorkehrungen, so etwa im Mietrechtsgesetz, schlägt Oberösterreichs Sicherheitslandesrat in Ab-

stimmung mit zuständiger Landesabteilung, Bezirkshauptmannschaften, Polizei und Finanzpolizei vor. "Ich hoffe, dass da etwas in Bewegung kommt", Podgor-SO schek. рö



E. Podgorschek, FPÖ

"In welchem Konkurrenzverhältnis steht denn die OÖGKK, sodass sie im Kino wirbt?", wollte ÖVP-Abgeordneter Klaus Fürlinger von Gesundheitsministerin Hartinger-Klein (FPO) unter anderem wissen. Laut Gesetz dürfte die Krankenkasse keine Werbespots schalten, sondern eigentlich nur informative und aufklärende Öffentlichkeitsarbeit betreiben. Dem Kinospot sei jedoch "keinerlei sachlicher Informationsinhalt zu entnehmen", so der Linzer ÖVP-Politiker.

Die Ministerin beantwortete Fürlingers insgesamt neun Fragen auf Basis einer Stellungnahme der GKK. Diese habe darauf hingewiesen, dass es sich nicht um einen "Werbespot" handle, "sondern vielmehr über die Leistungen der Gesundheitsversorgung, auch unter Einschluss der Leistungen der Gesundheitsdiensteanbieter, informiert wird".

Darüber kann man trefflich streiten, nachdem man sich auf Youtube die 1,45-minütige Langversion des Spots angesehen hat (dort einfach nach "OÖGKK" suchen): Ist das "Vertrauen, stets gut aufgehoben zu sein" wirklich Information?

Knapp 60.000 Euro kostete der Spot, davon entfielen 24.666,12 Euro auf die Vorführung in einigen Kinos im Land; der große Rest sind die Produktionskosten. pö

OB DER ENNS

Kostspielige Selbstdarstellung

Etwas versteckt in ihrer Anfragebeantwortung sagt die Ministerin, was sie vom Kinospot der Krankenkasse hält: Sie subsumiert ihn weder unter Werbung noch unter Information – sondern, mit Recht, unter Repräsentation, also "Selbstdarstellung nach außen".

Und damit wird's kritisch für die OÖGKK, weil die 60.000 € Kinospot-Kosten das bei der Repräsentation durch Öffentlichkeitsarbeit "unumgänglich notwendige Maß" wohl sprengen. Für andere Formen der Repräsentation, etwa Bewirtungen, dürfen 20.000 € im Jahr ausgegeben werden, da gäb's also einen Betrag zur Orientierung.

In Summe gilt: Die OÖGKK hätte sich den Kinospot sparen können! pö