

heit Risiko Ländewagen

Wagen erleben in den Jahren einen Boom. Nun warnt Verkehrsclub Österreich (VÖ) vor einem Sicherheitsrisiko dieser Fahrzeuge für Fußgänger. Moderne Autos haben eine verformbare Motorhaube, die im Zusammenstoß mit einem anderen Fahrzeug oder einem Baum diese tief gedrückt auf der Motorhaube gefangen. Geländewagen hingegen treffen direkt in Kopfhöhe auf die Brust eines Erwachsenen. Die Motorhaube wird gerollt. Verursacht wird die Unfallverletzung durch sogenannte „Frontschutz-Stahlrohre“, die die Schwelger aus Silberlegierungen sind. Deswegen der VÖ neue Bestimmungen von Geländewagen, die nicht fahren dürfen, weil sie soviel Treibstoff als Normal- und bei Unfällen tödlicher wirken, „eptaibel“, meint Wolfgang Rauh. „Kuhfänger und Sportarten haben in der Welt bedingender „erlegen“, auch.“

bach: eiheit

Les unvorhergesehen aufgrund der Probleme not- Abschaltens eines im Kernkraft- au bei Bern er- Obmann der der Freiheitli- ert Gorbach, sei- ing nach einem Europa. Atom- Sinne von Aus- on unvorherseh- en für Generati- on, müsse Ber- r jede ventual- d in der EU sein zelte für unsere Nachbarn ge- für unsere östli- barn als EU-Bei- r, so Gorbach.

Werbung an Schulen: „Finanzielles Zubrot“

(bko) Nachdem es für Schulen nunmehr die Möglichkeit gibt, Gelder über Werbung zu akquirieren, gibt es in Vorarlbergs Schulen schon einige Ansätze, dies auch zu nützen und sich damit ein Zubrot für Schulbedarf zu verdienen.

Seit 1996 ist es für Schulen gesetzlich möglich, wirtschaftliche Kooperationen mit Betrieben einzugehen und damit Einnahmen zu erzielen. Es ging darum, so die für Schulfragen in Vorarlberg zuständige Landesrätin Eva Maria Waibel, „ganz prinzipiell Sponsoring zu ermöglichen“.

Beschränkungen gibt es hinsichtlich der Werbeprodukte. Dinge, die die Persönlichkeit der Jugendlichen beeinträchtigen könnten (wie Sekten, destruktive Kulte), dürfen ebenso wenig beworben werden wie Produkte, welche Sucht oder suchtmittelähnliches Verhalten zur Folge haben könnten (Alkohol, Drogen, Tabak u. a.).

Erste Untersuchungen über Schulsponsoring haben ergeben, daß über achtzig Prozent der österreichischen Schulen am „finanziellen Zubrot“ interessiert sind. Besonders attraktiv für Firmen scheinen HTL, gefolgt von AHS, Berufsschulen und HAK zu sein.

Situation im Ländle

Recht unterschiedlich haben Vorarlbergs Schulen auf die Lockerung des Werbeverbots reagiert. Die Handelsakademie in Feldkirch ist bereits vor einem halben Jahr mit der Wiener Werbeagentur „Schulwerbung“ in Kontakt getreten und hat anfangs in beschränktem Ausmaß mit Plakatwerbung begonnen, erzählt Direktor Helmut Braun.

„Die vorher hässlichen Wände in den Gängen sind durch die Plakate schöner geworden.“ Negative Reaktionen habe es bisher nicht gegeben,



Immer öfter zieren Werbepлакate die Mauern von Schulgebäuden, nicht ganz unumstritten, aber als „finanzielles Zubrot“ im Land anscheinend sehr begehrt.

Rückmeldungen gab es entweder positive oder gar nicht. Die Einnahmen aus den Werbeaktionen machen einen „schönen Betrag“ aus, der für die Anschaffung von PCs oder für Wettbewerbe hergenommen wird.

Die Verträge mit der Werbeagentur sind durch den Landesschulrat überprüft und abgesichert, „ein Angebot, das allerdings nicht verpflichtend für die Schulen ist“, wie Landesrätin Waibel erklärt. Derzeit zieren Plakate mit Reklame für Handys, Labello oder Libro die Mauern des Schulgebäudes in Feldkirch. Insgesamt hält Direktor Braun die Werbung an Schulen für „eine wichtige Sache“, einfach deswegen, weil das offizielle Bundesbudget knapp bemessen sei.

Ähnlich argumentiert der Lehrer Wilfried Maschler vom BG Bludenz. Viel Werbung sei notwendig, wenn das Bundesministerium seine Aufgaben

nicht erfülle. Allerdings sieht er die ganze Angelegenheit nicht so rosig, weil es immer schwieriger wird, Werbung an die Schulen zu bekommen. Und „alles läßt sich bei Schulen nicht über Sponsoring machen“.

In Planungsphase

In Planungsphase, was Werbung betrifft, befindet sich nach Auskunft von Direktor Paul Ulmer die HTL Bregenz. Es gebe verschiedene Anfragen von Firmen, die derzeit aber noch recht zurückhaltend behandelt würden. Dies hängt damit zusammen, daß das Einrichtungskonzept des neuen Gebäudes erst stehen sollte, bevor weitere Schritte Richtung Plakatwände und dergleichen überlegt werden. Mit einer Firma gibt es allerdings schon einen Vertrag. Ab Februar wird ein beweglicher Postkartenstander aufgestellt. Insgesamt „würde man die Angelegenheit ins Au-

ge fassen. Sie könnte belebend sein“, so Direktor Ulmer.

Werner Bundschuh, Lehrer am BG Dornbirn, sieht die Sache etwas differenzierter. Persönlich hat er Bedenken gegen die Entwicklung, die er nicht unbedingt für wünschenswert hält. Außerdem sind für ihn die Summen, um die es bei Schulwerbung geht, zu gering, um darauf nicht verzichten zu können. An seinem Arbeitsplatz gibt es mit der Sparkasse einen Generalsponsor.

Mehrheitlich scheint die Werbung für die Schulen des Landes eine willkommene Möglichkeit für eine zusätzliche Finanzierung von schulischem Bedarf zu bieten – allerdings ist auch der Vorwurf hörbar, daß das zuständige Bundesministerium hier eine Regelung erlassen hat, die dazu dient, eigene Unzulänglichkeiten zu verschleiern und Verantwortung abzuschieben.