

**Spm. nr. S 713**

Til forsvarsministeren (16/2 94) af:

**Pia Kjærsgaard (FP):**

»Mener ministeren, at de reklameindslag, der vises i tv og biografte, og det oplysningsmateriale, som interesserede får tilsendt, på en fair og reel måde oplyser om, hvilke personlige risici der er knyttet til deltagelse i Den Danske Internationale Brigade, samt om den manglende fortrydelsesret ved ønske om at fratræde en indgået kontrakt i utide?«

**Begrundelse**

Spørgeren har haft lejlighed til at se brochuren »Meld dig til Den Danske Internationale Brigade. Danmark og verden har brug for din indsats«, som er det materiale, der tilsendes interesserede, der har henvendt sig på de i reklameindslagene oplyste telefonnumre.

Af brochuren fremgår det, hvad der sker i kontraktperioden, uddannelsesforløb, rådighedsperiode, udsendelse, løn, forsikring m.v., men intet sted oplyses det, at indgåede kontrakter er uopsigelige, og at forseelser dømmes efter den meget hårde militære straffelov.

Ministerens svar på spørgerens spørgsmål nr. S 622 oplyste, at kun ved særlig velfærdstruende forhold kan kontrakten opsiges, samt når den ansatte er ude af stand til at bestride det anviste arbejde på tilfredsstillende måde.

Disse forhold fremgår ikke af det udsendte oplysningsmateriale.

Spørgeren ønsker derfor ministerens kommentar til, om oplysningsmaterialet kan betegnes som reelt oplysende og giver en eventuel ansøger en fair chance for at vurdere de personlige risici og kontraktmæssige vilkår.

*Svar (23/2 94):*

**Forsvarsministeren (Hans Hækkerup):**

Informationskampagnen skal tilgodese beslutningen om oprettelse af Den Danske Internationale Brigade, som indebærer, at der skal rekrutteres ca. 4.000 frivillige unge kvinder og mænd hertil.

Derfor gennemføres en aktiv, målrettet information om mulighederne for rådighedstjeneste ved brigaden.

Biografreklamen og OBS-spottet til tv vurderes velegnet til at få målgruppen – unge mellem 18 og 24 år – i tale. Hverken reklamefilm eller OBS-spot står imidlertid alene, idet der suppleres med de trykte annoncer og brochurer m.v.

I kampagnematerialet fremhæves, at man skal tænke sig godt om, og at det at melde sig frivilligt til denne vigtige indsats er en stor beslutning, der kræver alvorlige personlige overvejelser og seriøse diskussioner med de nærmeste.

Informationskampagnens formål er at skabe opmærksomhed om Den Danske Internationale Brigade med henblik på at få de unge til at overveje at gøre værnepligtstjeneste – eller tjeneste på værnepligtsslignende vilkår – i de underafdelinger, hvor der ved værnepligtstjenestens afslutning, det vil sige 8-23 måneder senere, gives tilbud om en rådighedskontrakt.

Hvervekampagnen efterfølges således af en lang periode, hvor den enkelte gennem sin tjeneste i forsvaret gives mulighed for at tage endelig stilling til eventuel indtræden i brigaden.

Som det fremgår af min besvarelse af spørgsmål nr. S 622, kan det kontraktlige ansættelsesforhold bringes til ophør i overensstemmelse med de vilkår, der er aftalt mellem Forsvarsministeriet og de forhandlingsberettigede personelorganisationer.

Kontraktvilkårene oplyses i deres helhed for hver enkelt, der tilbydes rådighedskontrakt i forbindelse med værnepligtstjenestens afslutning.

**Spm. nr. S 684**

Til undervisningsministeren (10/2 94) af:

**Eva Møller (KF):**

»Vil ministeren oplyse, hvorledes han agter at disponere finanslovskonto § 20.51.11.30. Konsulentvirksomhed og medarbejderuddannelse m.v., 42,4 mio. kr., herunder fordeling på skoleområderne m.v. i det folkeoplysende arbejde, samt hvorvidt bevillingen i forhold til foregående år skal anvendes til nye formål og skoleområder?«

**Begrundelse**

I finansloven for 1993 var, i lighed med foregående år, de disponerede beløb til de respektive folkeoplysende områder opført på respek-