
2701/AB XXII. GP

Eingelangt am 02.05.2005

Dieser Text ist elektronisch textinterpretiert. Abweichungen vom Original sind möglich.

Bundeskanzleramt

Anfragebeantwortung

Die Abgeordneten zum Nationalrat Ing. Gartlehner, Kolleginnen und Kollegen haben am 2. März 2005 unter der Nr. 2717/J an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend mangelhafte Beantwortung der Anfrage betreffend Selbstdarstellung der Bundesregierung gerichtet.

Diese Anfrage beantworte ich wie folgt:

Zu Frage 1:

Mit Ausnahme der Konzepte für die Umsetzung der Informationsmaßnahmen der Bundesregierung und der Entwicklung des neuen Logos „Bundeskanzleramt:Österreich“ wurden keine PR-, Marken-, Werbekonzepte und Designhandbücher seit dem Jahr 2000 im Ressortbereich des Bundeskanzleramtes beauftragt.

Zu Frage 2:

Für die Implementierung der Logos im Bundeskanzleramt sind keine zusätzlichen Kosten entstanden. Das neue Logo wurde bereits beim Neuauftritt der Website des Bundeskanzleramtes eingearbeitet. Der Schriftverkehr erfolgt fast zur Gänze elektronisch und die schriftlichen Ausfertigungen sind mit den neuen Logos versehen. Alte Drucksorten wurden bzw. werden aufgebraucht.

Zu den Fragen 3 und 4:

Die Informationsmaßnahmen dienen der Information der österreichischen Bevölkerung über die Arbeit der Bundesregierung.

Im Einzelnen waren die Informationsmaßnahmen folgenden Themenbereichen gewidmet und auf Grund abgeschlossener Rahmenverträge - gleiche Vorgangsweise wie in der Beantwortung der Frage 5 ausgeführt - von den genannten Agenturen umgesetzt:

2000

Euro-Informationskampagne/Agentur Publico

Jahresbudget € 1,383.811,88, exkl. MWSt.

Informationskampagne „Konsolidierung des Budgets"/Agentur Ogilvy & Mather

Jahresbudget € 1,459.512,75, exkl. MWSt.

2001

Euro-Informationskampagne/Agentur Publico

Jahresbudget € 1,841.045,13, exkl. MWSt.

Informationskampagne „Konsolidierung des Budgets"/Agentur Ogilvy & Mather

Jahresbudget € 1,843.104,17, exkl. MWSt.

2002

Euro-Informationskampagne/Agentur Publico

Jahresbudget € 97.983,--, exkl. MWSt.

Informationskampagne „EU-Erweiterung"/Agentur Ogilvy & Mather

Jahresbudget € 904.694,32, exkl. MWSt.

Informationskampagne „Verwaltungsreform"/Agentur Hochegger

Jahresbudget € 766.837,29, exkl. MWSt.

2003

Informationskampagne „EU-Erweiterung"/Agentur Ogilvy & Mather

Jahresbudget € 1,370.531,14, exkl. MWSt.

2004

Informationskampagne „EU-Erweiterung"/Agentur Ogilvy & Mather

Jahresbudget € 870.053,80, exkl. MWSt.

Informationstour „Steuerreform 2004/2005"/Agentur GPK und pi-five

Jahresbudget € 270.842,13, exkl. MWSt.

Zu Frage 5:

Die Agentur Ogilvy & Mather GmbH war seit 2000 mit der Umsetzung folgender Informationskampagnen beauftragt:

Informationskampagne „Konsolidierung des Budgets"

Informationskampagne „EU-Erweiterung"

Für die angeführten Informationskampagnen wurde mit der Agentur Ogilvy & Mather GmbH als Bestbieter, nach Durchführung eines Verhandlungsverfahrens im Oberschwellenbereich mit vorheriger öffentlicher Bekanntmachung, ein Rahmenvertrag abgeschlossen. Der Agentur wurde ein jährlicher Budgetrahmen bekannt gegeben, innerhalb dessen einzelne Informationsmaßnahmen beauftragt wurden, wie z.B. Insertionen in diversen Tageszeitungen, Produktion und Schaltung von TV-Spots, Gestaltung und Drucklegung von Broschüren, Zeitungsbeilagen, Medienkooperationen, eigene Millionenshow. Da diese Leistungen zwar über die Agentur beauftragt und abgerechnet wurden, jedoch überwiegend von Subunternehmern erbracht wurden, sind die Kosten für die Leistungen der Ogilvy & Mather GmbH nicht herausrechenbar.

Die Gesamtkosten für die Informationskampagne „Konsolidierung des Budgets“ betrugen € 3,302.616,92, exkl. MWSt.

Die Gesamtkosten für die Informationskampagne „EU-Erweiterung“ belaufen sich auf € 3,145.279,26, exkl. MWSt.

Zu Frage 6:

Eine Anfrage beim Fachverband für Werbung und Marktkommunikation ergab, daß der gegenständlichen Fachgruppe folgende Unternehmen bzw. Agenturen zuzuordnen sind:

Werbe-, PR-, Eventagenturen, Werbegraphiker, Werbemittelhersteller, PR-Berater, Werbemittelverteiler, Werbemittelvertreter, Werbetexter, Adressenverlage, Dekorateure, Werbegestalter, Multimediaagenturen, Sponsoringagenturen sowie Markt- und Meinungsforschungsinstitute.

Eine Durchforstung der aktenmäßigen Beauftragungen des Bundeskanzleramts seit dem Jahr 2000 nach weiteren Firmen auf Grund dieser Parameter und in weiterer Folge das Ausheben der dazugehörenden Rechnungen, ist aus verwaltungsökonomischen Gründen nicht durchführbar.