

1730/J

## ANFRAGE

1. Für den Aufgabenbereich „Vignette und Vorbereitung des Road-Pricing“ wurde auf Auftrag des Wirtschaftsministeriums von den beiden Straßenbausondergesellschaften ASG (Alpenstraßen AG) und ÖSAG die „Mauterrichtungs-GmbH“ (ÖMG) gegründet. Aus Aufsichtsratsprotokollen geht nun eindeutig hervor (Zitate aus den AR-Protokollen in der Folge kursiv), daß „grundsätzlich die ÖMG über kein Budget verfügt und der Zahlungsverkehr über die Gesellschaften läuft...., die ÖMG nur rechtlich nach außen hin gegründet wurde und ausschließlich über die Kapazitäten und die Infrastruktur der beiden betehenden Bundesstraßengesellschaften agiert, d. h. alles im Rahmen der ÖSAG und ASG abgewickelt wird....und diese Konstruktion auf Wunsch des Ministeriums nach Möglichkeiten zur Schaffung einer juristischen Person für diesen Zweck“.. geschaffen wurde. Welchen Sinn hatte diese offensichtliche reine Mantelkonstruktion? Bleibt der Minister bei seiner Meinung, diese Konstruktion sei tatsächlich als Privatisierung zu bezeichnen? Ist es nicht vielmehr richtig, daß der Minister weiterhin über die Aufsichtsräte von ÖSAG und ASG vollen Zugriff auf die ÖMG hat und daher auch vollinhaltlich politisch verantwortlich für die Aktivitäten der ÖMG ist?

2. Die offiziellen Aufgabenbereiche der ÖMG sind de facto zwischen ASG und ÖSAG aufgeteilt. So ist etwa der AR der ASG für die Vignettenproduktion in allen Bereichen zuständig, jener der ÖSAG für den Werbebereich. Hätte es nach Meinung des Minister Konstruktionen gegeben, die noch ineffizienter aufgebaut sind? Was waren die Beweggründe für diese völlig unlogische Aufteilung?

3. Nach welchem Entlohnungsschema werden die vier Gesellschafter und Angestellten der ÖMG entlohnt? Wer trägt dafür die Verantwortung?

4. Bei der Vergabe der Vignettenproduktion im Juni/Juli 1996 kam es zu höchst aufklärungsbedürftigen Vorgängen. So kam es am 16. Juli 1996 im Haus der ASG zu einem „Aufklärungsgespräch“ mit einer der vier in die engere Auswahl genommenen Bieter, der Arge Swarco-Futurit, an dem unter anderem auch die Herren Swarovski jun- und Swarovski sen. teilnahmen. Dieses Aufklärungsgespräch wurde in einer durchaus amikalen Atmosphäre abgehalten und endete mit dem Angebot, „ein Besuch der Produktionsstätte ist nach Angaben des Bieters jederzeit möglich“. Kam es zu einem derartigen Ausflug nach Chicago?

Bereits am selben Tag wurde von der ASG ein Aktenvermerk als „Bericht über die Anbotsprüfung“ verfaßt, in dem bereits eine deutliche Präferenz für die Arge SF bekundet wurde und dem Konkurrenzangebot der niederösterreichischen Firma Forster zwar ein Erfüllen aller Ausschreibungsbedingungen zugestanden wird, jedoch deren Produktionskapazitäten in Frage gestellt wurden. Hingegen wurde zur Arge SF in diesem Punkt festgestellt: „Die Lieferfähigkeit wurde durchwegs sehr positiv beurteilt. Herausragend sind vor allem die technische Ausrüstung, die umfangreichen Tests sowie Produktionsdauer und Produktionssicherheit. Nach den Angaben des Bieters sind alle Termine mit größtmöglicher Sicherheit einzuhalten. Die Tatsache der Produktion außerhalb Europas hat nach Aussagen und Erfahrung des Bieters keinerlei negative Auswirkungen auf die Lieferfähigkeit und -geschwindigkeit.“ Feststellungen, die nach den Lieferschwierigkeiten zu Jahresbeginn eher als Satire zu bezeichnen sind. Ein Aufklärungsgespräch wie mit der Arge SF wurde mit der Firma Forster nie geführt. Lediglich am Tag NACHDEM bereits die Anbotsprüfung erstellt worden war, wurde Forster am 17.7.96 ein Fax mit einigen Fragen zum Anbot übermittelt. Forster antwortete postwendend am 18. Juli 1996 mit einer positiven Aufklärung

aller offenen Fragen und belegte vor allem das Vorhandensein von ausreichenden Produktionskapazitäten, um ein Einhalten aller Liefertermine garantieren zu können.

Bei der 19. Aufsichtsratssitzung am 22. Juli 1996 kam es dennoch zum Vergabevorschlag des Vorstandes an die Arge Swarco-Futurit, obwohl dieses Anbot mit netto 40,5 Mio rund 2,6 Mio über dem Angebot der Firma Forster lag und somit Forster Bestbieter war. Mit 8 :4 Stimmen wurde vom Aufsichtsrat dennoch dem Anbot der Arge SF der Zuschlag erteilt.

Warum wurden nicht mit allen Bietern der engeren Auswahl

Aufklärungsgespräche durchgeführt?

Warum wurde der Anbotsbericht erstellt noch bevor der Firma Forster per Fax Aufklärungsfragen gestellt wurden?

Entsteht nicht auf diese Art der Eindruck, daß es sich nur mehr um Alibifragen an Forster handelte und in Wirklichkeit die Vergabe an die Arge SF längst feststand?

Gab es in dieser Phase vor dem 22. Juli 96 eine Information an den Wirtschaftsminister? Kam es zu Interventionen oder Weisungen?

5. Im Fall einer Vergabe an die Firma Forster wäre es im Gegensatz zur Arge SF zur Sicherung österreichischer Arbeitsplätze gekommen. Spielte diese Überlegung bei der Entscheidungsfindung eine Rolle? Wenn nein, warum nicht? Wenn ja, warum kam es trotzdem nicht zur Vergabe an den österreichischen Billigstbieter, sondern an eine US-Firma?

6. Herwig Kainz, der Generalsekretär des Österreichischen Gewerbevereines, spricht im Zusammenhang mit der Vergabe, bereits vom Verdacht einer

maßgeschneiderten Produktion. Was wird der Wirtschaftsminister unternehmen, um diesen Verdacht restlos aufzuklären?

7. Einer der Teilnehmer am o.a. Aufklärungsgespräch zwischen ÖMG, ASG und Arge SF vom 16.7.96 war Swarco-Mitarbeiter Hans Simeaner. Simeaner arbeitete bei der Vignettenfrage als Konsulent für SF. Davor war Simeaner bis Ende 1992 im Bereich der ASG (bei der damaligen Brenner Autobahn AG), also beim Auftraggeber tätig. Was wird der Wirtschaftsminister unternehmen, um hier die entstandenen Verdachtsmomente eines personellen Nahverhältnisses des Auftragnehmers zum Auftraggeber restlos aufzuklären?

8. Im Rahmen der ASG-Aufsichtsratssitzung vom 26.6.96 rechneten Aufsichtsräte (Seite 12 des Protokolls) vor, daß die Vignette in Wirklichkeit 1/4-Milliarde Schilling pro Jahr kosten würde. „Fleischmann rechnet vor, daß die Vignette jährlich 1/4-Milliarde ÖS kostet, durch die Kosten für die Vignettenherstellung und die Mindereinnahmen bei der Maut“. Wie hoch ist der tatsächlich Einnahmenentfall bei der bestehenden Maut durch die Vignette? Ist es richtig, daß damit die maximalen Einnahmen, die vom Wirtschaftsministerium bisher auf 2 Mrd ÖS kalkuliert wurden, sind bereits real auf 1,75 Mrd ÖS senken? Ist es richtig, daß aufgrund der für die ÖMG „unerwarteten Konsumgewohnheiten der Österreicher“ durch einen Mehrkauf von Wochenvignetten statt Jahresvignetten weitere massive Einnahmenverringerungen zu erwarten sind? Teilt der Wirtschaftsminister die Meinung der Anfragesteller, daß daher Maximaleinnahmen von 1,5 Mrd zu erwarten sind? Wenn ja, wie wird in diesem Fall die Finanzierungslücke für den Bau jener Autobahnen geschlossen werden, für die eine Refinanzierung durch 2-Mrd-ÖS-Jahreseinnahmen aus der Vignette geplant war?

9. Das gesamte Werbebudget für die Vignette beläuft sich auf 35 Millionen Schilling. Zum Vergleich: die Produktionskosten belaufen sich für alle Vignetten auf 40 Mio. Die sehr enge Kalkulation beim Vignettendruck wurde von der ÖMG damit argumentiert, daß man kein Geld verschwenden wolle und keine Vignetten übrig bleiben sollten. Wie erklärt der Wirtschaftsminister das Mißverhältnis, daß nur ein Bruckteil der Werbekosten genügt hätten, um eine ausreichende Reserve an Vignetten produzieren zu können? Wie gliedern sich die Ausgaben der

Werbemaßnahmen auf die einzelnen Werbeträger und -maßnahmen auf? Erachtet der Wirtschaftsminister tatsächlich eine Bewerbung einer verpflichtenden Abgabe für sinnvoll? Wann wird die Bundesregierung mit der Bewerbung weiterer Steuern be ginnen? Ist etwa an eine Werbekampagne für Stempelmarken gedacht?

10. Welche Maßnahmen werden seitens des Wirtschaftsministeriums gesetzt, um den bereits entstandenen Schaden wieder gut zu machen? Wie hoch ist die bisherige Schadenssumme? Werden Regressansprüche und Pönaleforderungen

gegen den Produzenten, die Münchner Beraterfirma oder andere erstellt? Wenn

ja, mit welcher Argumentation, Begründung und welchen konkreten

Forderungen?