

2981/J XXI.GP

Eingelangt am: 23.10.2001

ANFRAGE

der Abgeordneten Dr. Kräuter
und GenossInnen
an die Bundesministerin für Verkehr, Innovation und Technologie
betreffend Kosten der Umstellung des Corporate Designs

Zahlreichen Pressemeldungen ist zu entnehmen, dass für die Erarbeitung eines neuen Corporate Designs, das heißt eines neuen Logos des BMVIT, externe Berater herangezogen wurden und dadurch entsprechend hohe Kosten verursacht wurden. Auch wurde bekannt, dass für die Kommunikation dieser Ideen an die Mitarbeiter mehrere Veranstaltungen, darunter eine Donauschiffahrt und ein Auftritt des Tiergartendirektors, stattgefunden haben. Unklar blieb bisher der Sinn dieser Veränderung des Corporate Designs und der Grund, warum dieses Projekt so extrem kostenintensiv betrieben wird.

Einer Pressemeldung der Tageszeitung „Der Standard“ vom 29. September 2001 zufolge, sei das Budget für Auslandsreisen der Beamten des BMVIT erschöpft und wird als Grund dafür auch die kostenintensive Umstellung der Logos auf ministeriellen Drucksorten und Briefpapier genannt.

Die unterzeichneten Abgeordneten richten daher an die Bundesministerin für Verkehr, Innovation und Technologie nachstehende

Anfrage:

1. Welches Unternehmen wurde mit der Erarbeitung eines neuen Corporate Designs des BMVIT beauftragt?
2. Welches Unternehmen wurde mit dem graphischen Design des neuen BMVIT - Logos beauftragt?

3. Welches Unternehmen wurde mit der Umsetzung der neuen Design-Linie in der Internet - Darstellung des BMVIT beauftragt?
4. In welcher Höhe sind Kosten durch die Aufträge an die unter 1. bis 3 angefragten Unternehmen, geordnet nach Aufträgen, entstanden?
5. In welcher Höhe werden Kosten durch die Umstellung auf das neue Briefpapier (vierfarbig) hervorgerufen und um wieviel Prozent ist dieses Briefpapier teurer als das bisher verwendete?
6. Ist es richtig, dass an die Mitarbeiter ein sogenannter Starter - Kit verteilt wurde und wenn ja, welche Werbeartikel beinhaltet dieses Starterpaket?
7. Ist es richtig, dass an die Mitarbeiter Notizblöcke mit neuem Logo und dem jeweiligen Namen des Mitarbeiters verteilt werden und wenn ja, wie hoch sind die Kosten für diese Maßnahme?
8. Ist es richtig, dass an die Mitarbeiter Anstecknadeln mit dem BMVIT - Logo ausgegeben werden, wenn ja, worin liegt der Grund für diese Vorgangsweise und wie hoch belaufen sich die Kosten für diese Maßnahme?
9. Von welchem Unternehmen wird das nunmehr mit dem BMVIT - Logo bedruckte Papier geliefert und von welchem Unternehmen werden diese Drucksorten hergestellt?
10. Wurde der unter 9. angefragte Auftrag in Form eines Ausschreibungsverfahrens vergeben und wenn ja, aus welchen Gründen wurde der Zuschlag an die unter 9. beantworteten Unternehmen erteilt?
11. In welcher Höhe wurden Kosten durch die Veranstaltung für Führungskräfte im Linzer Design - Center hervorgerufen?
12. In welcher Höhe wurden Kosten durch die Veranstaltung mit Tiergartendirektor Dr. Helmut Pechlaner hervorgerufen?
13. Wieviel kostete der Belegschaftsausflug auf der Admiral Tegetthof und wieviele Personen nahmen an dieser Veranstaltung teil?

14. Worin lagen die sachlichen Gründe für die Durchführung der unter 11. bis 13. erwähnten Veranstaltungen?
15. Aus welchem Budgetansatz werden die durch die Erarbeitung des neuen Corporate Designs verursachten Kosten getragen?
16. Wurde auch durch Ihren Amtsvorgänger Bundesminister a.D. Schmidt eine Corporate Design - bzw. Logo - Umstellung durchgeführt und wenn ja, welche Kosten wurden dadurch hervorgerufen?
17. In welchem Ausmaß sind nunmehr veraltete Drucksorten im gesamten Bereich des BMVIT nicht mehr benützlich und auf welche Höhe beliefen sich die Anschaffungskosten für diese nunmehr unbrauchbaren Materialien?
18. Ist es richtig, dass aufgrund der Kosten der Corporate – Design - Umstellung das Budget für Auslandsdienstreisen der Beamten Ihres Ressorts erschöpft ist, wenn ja aus welchen Gründen erfolgten diese Ausgaben ohne entsprechender budgetärer Bedeckung?