

2385 /AB

2005 -02- 08

**Dr. Wolfgang Schüssel
Bundeskanzler**

zu 2407 /J

An den
Präsidenten des Nationalrats
Univ.Prof. Dr. Andreas KHOL
Parlament
1017 Wien

Wien, am 8. Februar 2005

GZ: BKA-353.110/0008-IV/8/2005

Die Abgeordneten zum Nationalrat Ing. Gartlehner, Kolleginnen und Kollegen haben am 9. Dezember 2004 unter der Nr. 2407J an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend Selbstdarstellung der Bundesregierung gerichtet.

Eingangs darf festgehalten werden, daß bei der Beantwortung der gegenständlichen Anfrage davon ausgegangen wird, daß unter die Begriffe PR-, Werbe- und Marketingkonzepte nicht die Informationsmaßnahmen der Bundesregierung zu subsumieren sind, welche ja in der Vergangenheit bereits Gegenstand eigener parlamentarischer Anfragen waren.

Die einzelnen Fragen beantworte ich wie folgt:

Zu den Fragen 1 bis 9:

Im Bundeskanzleramt wurden mit 1. Jänner 2005 eine Dachmarke „Bundeskanzleramt Österreich“ sowie drei Sektionslogos neu installiert.

Mit dem Markenaufbau wurde die Firma fischer enterprises communication development beauftragt.

Die Kosten für den Aufbau der Dachmarke, die Mutationen der Sektionslogos, die Aufbereitung der Logos für den Print- und Webbereich sowie für die Übergabe sämtlicher Copyrights an das Bundeskanzleramt, haben in Summe € 14.500,-, exkl. MWSt., betragen.

Zu den Fragen 10 und 11:

Nein.

Zu den Fragen 12 und 13:

Es darf auf die eingangs ausgeführte Feststellung hingewiesen werden, wobei eine Koordinierung der Informationsarbeit der Bundesregierung mit den einzelnen Bundesministerien, in Entsprechung der Bestimmungen des Bundesministeriengesetzes, durch das Bundeskanzleramt zu erfolgen hat.

Zu den Fragen 14 bis 16:

Nein.

Zu Frage 17:

Soweit mir bekannt, war die Agentur Ogilvy & Mather GmbH als eine der Auftragnehmer des Bundeskanzleramtes, unter anderem auch für die ÖVP, aber wie jede große Agentur vor allem für große Unternehmen, wie z.B. Siemens, Uniqua, Raiffeisen, Mobilkom, etc., tätig.

Zu den Fragen 18 bis 26:

Nein.

