

KARL-HEINZ GRASSER

Bundesminister für Finanzen

Himmelpfortgasse 4-8

A-1015 Wien

Tel. +43/1/514 33/1100 DW

Fax +43/1/512 62 00

GZ. BMF-310205/0081-I/4/2005

Herrn Präsidenten
des Nationalrates

Dr. Andreas Khol

Parlament
1017 Wien

XXII. GP-NR

3118 /AB

2005 -08- 09

zu 3133/J

Wien, 9. August 2005

Sehr geehrter Herr Präsident!

Auf die schriftliche parlamentarische Anfrage Nr. 3133/J vom 9. Juni 2005 der Abgeordneten Ing. Kurt Gartlehner, Kolleginnen und Kollegen betreffend widersprüchliche Antworten zur "Planung und Gestaltung von Informationsmaßnahmen Steuerreform 2005", beehre ich mich, Folgendes mitzuteilen:

Bereits einleitend möchte ich erneut klarstellen, dass das Bundesministerium für Finanzen so wie auch bereits unter meinen Amtsvorgängern keine Werbung betreibt. Die Öffentlichkeitsarbeit dieser Bundesregierung besteht vielmehr darin, alle zur Verfügung stehenden Kommunikationstools zu nutzen, um mit allen Dialoggruppen einen Meinungsaustausch zu pflegen. Es gilt, in einem offenen und intensiven Dialog die für Fortschritt, Generationengerechtigkeit und Chancenrealisierung notwendigen Reformen zu erarbeiten.

Eine moderne Wissens- und Informationsgesellschaft verlangt von einer dienstleistungsorientierten Verwaltung einen gestaltenden und offenen Kommunikationsstil. Die möglichst umfassende freie Information der einzelnen Zielgruppen stellt dabei eine wesentliche Voraussetzung dar.

In der Kommunikation nach außen ist es mir daher nicht nur ein wichtiges Anliegen sondern auch gesetzlicher Auftrag, die Reformziele, die getroffenen Maßnahmen und den Nutzen, der daraus für jeden Einzelnen entsteht, den ÖsterreicherInnen näher zu bringen.

Am Beispiel der größten Steuerreform der zweiten Republik etwa ist leicht erkennbar, dass die ÖsterreicherInnen ein großes persönliches Interesse an einer umfassenden Information über die getroffenen Maßnahmen haben. Es soll nicht nur einer beschränkten Anzahl von mit Gesetzestexten vertrauten Personen vorbehalten sein, um das damit ermöglichte Mehr für ArbeitnehmerInnen und Familien, sowie auch das Mehr für die Wirtschaft und die damit verbundenen Auswirkungen auf den Einzelnen Bescheid zu wissen. Ich erinnere dazu an

- den neuen Steuertarif, der neben der durchschnittlichen Entlastung der österreichischen SteuerzahlerInnen mit rund € 500,- pro Jahr auch eine dauerhaft leistungsfreundliche und leistungssteigernde Wirkung garantiert,
- die Steuerfreiheit von Bruttojahreseinkommen bis € 15.770,-,
- die spürbare Entlastung der Gruppe der Alleinverdiener(-erzieher) durch Einführung der Kinderzuschläge zum Alleinverdiener- und Alleinerzieherabsetzbetrag,
- die Anhebung der Zuverdienstgrenze beim Alleinverdienerabsetzbetrag und zwar von € 4.400,- auf € 6.000,-, was in besonderem Maße Frauen zu Gute kommt,
- die Anhebung des Pendlerpauschales um etwa 15 Prozent,

- die deutliche Senkung des nominellen Körperschaftsteuersatzes von 34% auf 25% ab dem 1. Jänner 2005,
- die Einführung der begünstigten Besteuerung von nicht entnommenen Gewinnen für Einzelunternehmen und Personengesellschaften bereits ab dem 1. Jänner 2004 und
- die Einführung der attraktivsten Gruppenbesteuerung in Europa ab 2005, was Österreich zu einem besonders interessanten Standort für Entscheidungszentralen internationaler Unternehmen macht.

Aber auch das insgesamt Erscheinungsbild der Verwaltung nach außen hat den Veränderungen hin zu einem serviceorientierten Dienstleister Rechnung zu tragen.

In diesem Zusammenhang möchte ich aber darauf hinweisen, dass – wie ich dies bereits mehrmals bei einschlägigen Anfragebeantwortungen darlegen durfte - diese Bundesregierung hinsichtlich der Aufwendungen für Öffentlichkeitsarbeit äußerst sparsam mit den Mitteln der SteuerzahlerInnen umgeht. Ich verweise hierzu darauf, dass mein Amtsvorgänger Finanzminister Edlinger in den Jahren 1998/1999 aus diesem Titel € 6.367.910,-- aufwendete, während ich für derartige Aktivitäten in den Jahren 2001 bis 2003 € 4.685.102,-- benötigte. Dies bedeutet: in 3 Jahren Grasser wurden weniger Mitteln für Öffentlichkeitsarbeit verausgabt als in 2 Jahren Edlinger.

An dieser Stelle erinnere ich auch an Anfragebeantwortungen zu diesem Themengebiet, wie sie etwa durch zwei ehemalige sozialdemokratische Regierungsmitglieder ergangen sind. In seiner Beantwortung Nr. 5336/AB (XX.GP) teilte der damalige Bundeskanzler, Dr. Viktor Klima, mit: *"Grundsätzlich ist festzuhalten, dass es sich bei der Informationstätigkeit der Bundesregierung nicht um Werbung, sondern um Öffentlichkeitsarbeit handelt, für die das Prinzip der umfassenden Information und des einfachen Zugangs zu dieser für die interessierten Bürger zu gelten hat. Für das Jahr 1998*

wurden der Sektion III/Bundespressdienst für die allgemeine Öffentlichkeitsarbeit S 33,493.000,- durch den Nationalrat zugewiesen. Im Rahmen der Ermächtigung zum Bundesfinanzgesetz 1998 wurde für die Europa-Informationssinitiative der Bundesregierung seitens der Sektion III/Bundespressdienst im Jahr 1998 ein Betrag von S 128,804.180,23 aufgewendet."

Nun zu den konkreten Fragen:

Zu 1.:

Wie ich bereits in Beantwortung der Anfrage Nr. 2856/J vom 7. April 2005 ausgeführt habe, handelt es sich bei den vom Bundesministerium für Finanzen veranlassten Informationstätigkeiten um Einzelmaßnahmen. Die jeweils realisierte zielgruppenspezifische Ausrichtung unterscheidet sich dabei wesentlich von der vom Bundeskanzleramt als Gesamtprojekt gesteuerten Informationskampagne im Rahmen der Steuerreform 2005 einschließlich der Infobus-Tour zur Steuerreform 04/05. Die Auftragsempfänger zur Planung und Gestaltung der einzelnen Maßnahmen meines Ressorts habe ich bereits in zahlreichen diesbezüglichen Anfragebeantwortungen genannt; ich verweise hier insbesondere auf die Beantwortung der Anfragen Nr. 2799/J vom 30. März 2005, Nr. 2856/J vom 7. April 2005, Nr. 2689/J vom 24. Februar 2005, Nr. 2406/J vom 9. Dezember 2004, Nr. 1852/J vom 4. Juni 2004 und Nr. 1446/J vom 10. Februar 2004.

Zu 2. und 3.:

"The White House" wurde am 18. Dezember 2003 mit der Konzeption einer Informationskampagne zur Steuerreform 2004 samt Schaltplan in den Printmedien beauftragt. Dabei sollte die Zielgruppe der LohnsteuerzahlerInnen und Unternehmen über die Steuerfreistellung bis zu einem Bruttojahreseinkommen von € 14.500,--, die Abschaffung der 13. Umsatzsteuer-Vorauszahlung, die Absetzbarkeit der Studiengebühren und des

Breitbandinternets, die begünstigte Besteuerung nicht entnommener Gewinne sowie die Senkung der Lohnnebenkosten gezielt informiert werden. Das Leistungspaket bestand aus der Erstellung eines Basiskonzeptes, begleitendem Consulting, der Gestaltung eines Anzeigensujets samt 8 Reinzeichnungen inklusive Mutationen sowie dem Datenversand (ISDN-Übertragungen, Botendienste). An Entgelt wurden € 7.046,-- entrichtet.

Am 20. Jänner 2004 wurde die Ogilvy & Mather GmbH mit der Planung und Gestaltung von weiteren Informationsmaßnahmen des Bundesministeriums für Finanzen im Rahmen der Steuerreform 2005 beauftragt. Aufbauend auf einer Ausarbeitung von Vorschlägen sowie der Planung und Kontrolle von Untersuchungen im Bereich der Markt-, Produkt- und Verbrauchersforschung zwecks Identifizierung jener Zielgruppen, zu welchen eine gezielte Information zu den einzelnen sie betreffenden Maßnahmen der Steuerreform angezeigt erscheint, war hier die Entwicklung von Informationskonzeptionen und Präsentationen im Leistungsumfang enthalten. Ebenso hatte der Auftragnehmer die Gestaltung von Layouts für Anzeigen, Beilagen, Plakate, Folder und Broschüren sowie die zielgruppengerechte Textierung der Informationen vorzunehmen. Dem Bundesministerium für Finanzen sind für die Inanspruchnahme dieser Leistungen Kosten in der Höhe von € 29.940,-- entstanden.

Am 20. Juli 2004 erhielt "The White House" den Auftrag zur Realisierung eines Inserates zum Thema "Was sich für Familien ab 1. Juli 2004 ändert und wie die entsprechenden Vorteile genutzt werden können". Hier sollte die Zielgruppe der Familien gezielt über den neuen Kinderzuschlag zum Alleinverdienerabsetzbetrag (für das erste Kind € 130,--, für das zweite Kind € 175,--, für das dritte und jedes weitere Kind € 220,--) sowie die Anhebung der Zuverdienstgrenze beim Alleinverdienerabsetzbetrag mit Kind von € 4.400,-- auf € 6.000,-- informiert werden. Auch die Anhebung des Pendler-

pauschales um 15% war dabei zu transportieren. Gegen ein Entgelt von € 2.880,-- waren im Leistungsumfang die Präsentation von 2-3 Anzeigensujets, die Gestaltung eines Anzeigensujets, vier Reinzeichnungen für vier Schaltmedien, die Lithografien sowie der Datenversand (ISDN-Übertragungen, Botendienste) enthalten.

Die Schmertzling & Co GmbH wurde am 30. November 2004 mit der Beratung des Bundesministeriums für Finanzen sowie der Planung und Gestaltung von Informationsmaßnahmen zur verstärkten zielgruppenspezifischen Kommunikation im Rahmen der Information der BürgerInnen über die Steuerreform 2005 beauftragt. Im Leistungspaket war dabei die Entwicklung von Informationskonzeptionen und Präsentationen auf Grund der Vorgabe des Bundesministeriums für Finanzen zur spezifischen Information der noch nicht mit den sie betreffenden Auswirkungen der im Rahmen der größten Steuerreform der zweiten Republik gesetzten Maßnahmen vertrauten Zielgruppen enthalten. Es waren Vorschläge auszuarbeiten und im Zusammenhang mit dem Design von Informationsträgern kreative Leistungen zu erbringen. Ferner oblag es dem Auftragnehmer, die Gestaltung von Layouts für Anzeigen, Beilagen, Plakate, Folder, Broschüren oder anderer Informationsträger vorzunehmen und die zielgruppengerechte Textierung auszuarbeiten. An Kosten sind dem Bundesministerium für Finanzen dafür € 29.940,-- entstanden.

Der guten Ordnung halber weise ich darauf hin, dass sich die hier angeführten Beträge exklusive Umsatzsteuer verstehen.

Zu 4.:

An die Schmertzling & Co GmbH wurden für die Planung und Gestaltung von Informationsmaßnahmen zur verstärkten zielgruppenspezifischen Kommunikation im Rahmen der Information der BürgerInnen über die Steuerreform 2005 tatsächlich – wie in Beantwortung der Anfrage 2406/J vom

9. Dezember 2004 sowie oben zu den Fragen 2 und 3 ausgeführt - € 29.940,-- exkl. USt, bezahlt. Der Betrag von € 30.440,-- exkl. USt beziehungsweise € 36.528,-- inkl. USt resultiert daraus, dass ich bei der Beantwortung der Anfrage Nr. 2856/J vom 7. April 2004 sowie der Anfrage Nr. 2689/J vom 24. Februar 2005 jeweils das Honorar für die gegenständliche Leistung mit dem Entgelt für die Gestaltung des Inserates "Trinkgeld steuerfrei" (€ 500,-- exkl. USt, wie ich unter anderem in Beantwortung der Frage 44 der Anfrage Nr. 2799/J vom 30. März 2005 mitgeteilt habe) saldiert habe.

An dieser Stelle erinnere ich an die Aussage des damaligen Wissenschafts- und Verkehrsministers, welcher zu einer gleich gelagerten Anfrage, Nr. 5665/J-NR/1999, darlegte: *"Zunächst ist festzuhalten, dass das BMWV keine Werbung betreibt und dafür auch keine Budgetansätze vorhanden sind.... Eine vollständige Aufzählung sämtlicher Ausgaben ist aus Gründen der Verwaltungsökonomie nicht möglich, da es sich um hunderte von Einzelrechnungen handelt."*

Ich bekenne mich uneingeschränkt zur Bedeutung des demokratischen Instruments der Interpellation, weshalb es mir ein Anliegen ist, auch zu Sachverhalten, die bereits mehrmals Gegenstand einer parlamentarischen Anfrage waren, umfassende Auskunft zu erteilen. Ich ersuche allerdings um Verständnis, dass es in Anbetracht der zahlreichen Einzelrechnungen, die für die Beantwortung von derlei Anfragen durchforstet werden müssen, zu einem solchen Missverständnis der Saldierung zweier von ein und demselben Auftragnehmer für ähnlich gelagerte Leistungen gestellte Rechnungen kommen kann. Allerdings hoffe ich, diesen vermeintlichen Widerspruch in der geleisteten Beantwortung aufgeklärt zu haben.

Zu 5.:

Es ist nochmals klarzustellen, dass das Bundesministerium für Finanzen keine Werbung betreibt, sondern die Bevölkerung im Sinne der Grundsätze Kundenorientierung und Bürgernähe zu aktuellen Ressortthemen zielgruppenspezifisch informiert. Dies entspricht auch den gesetzlichen Vorgaben, zumal § 2 Bundesministeriengesetz 1986 die Information der Öffentlichkeit (Teil 1 Z 10 der Anlage zu § 2) ausdrücklich als Aufgabe der Bundesministerien normiert. Dementsprechend waren umfassende Aufklärungen insbesondere ab dem Jahr 2004 über die neue Rechtslage auf Grund der Steuerreform 2004/2005 geboten. Betreffend die verschiedenen gelagerten Kompetenzen, aufgrund derer auch Informationsmaßnahmen des Bundeskanzleramtes geboten waren, verweise ich auch meine Beantwortung der Fragen 1 sowie 8 bis 11.

Da somit keine Werbung vorgenommen wurde, bestehen auch keine Werbekonzepte, die ich offen legen könnte. Im übrigen verweise ich auf die wiederholt dargelegte Intention, welche sämtlichen Einzelmaßnahmen der Informationstätigkeit meines Ressorts rund um die Steuerreform zugrunde liegt: Es soll nicht nur einer beschränkten Anzahl von mit Gesetzestexten vertrauten Personen vorbehalten sein, um das damit ermöglichte Mehr für ArbeitnehmerInnen und Familien, sowie auch das Mehr für die Wirtschaft und die damit verbundenen Auswirkungen auf den Einzelnen Bescheid zu wissen. Diese Richtungsvorgabe liegt sämtlichen in diesem Zusammenhang zielgruppenspezifisch ausgerichteten Maßnahmen zugrunde. Die Aufträge sind dabei jeweils nach Realisierung des Bedarfes und Abwägung der bestgeeigneten Vorgangsweise zur Verbesserung des Informationsstandes im Einzelfall ergangen. Die konkreten Inhalte der Informationspakete und dabei in Anspruch genommenen Fremdleistungen wurden bereits in zahlreichen diesbezüglichen parlamentarischen Anfragen ausführlich dargelegt. So verweise ich auch auf meine nochmaligen Ausführungen zu den Fragen 2 und 3.

Betreffend das bereits in meiner Beantwortung der Anfrage Nr. 2406/J vom 9. Dezember 2004 angesprochene Vorhaben der Neukonzeption und Umsetzung eines Corporate Designs für das Bundesministerium für Finanzen ab dem Jahr 2005 teile ich mit, dass dieses Vorhaben derzeit noch in der Konzeptionsphase steht. Es ist derzeit daher nicht möglich, einen gewünschten dazu ergangenen Erlass der gegenständlichen Anfragebeantwortung anzuschließen.

Zu 6.:

Die identischen Kosten für die an die Schmertzling & Co GmbH beziehungsweise an die die Ogilvy & Mather GmbH vergebenen Aufträge resultieren aus dem im Arbeitsumfang gleich gelagerten Leistungsvolumen.

Zu 7.:

Wie bereits mehrmals ausgeführt, etwa in Beantwortung der Anfrage Nr. 2689/J vom 24. Februar 2005, wurde die Initiative Media Werbemittlung GmbH mit der Planung und Abwicklung der Print- und Plakatkampagne zur Steuerreform 2005 beauftragt. Dafür wurde ein Honorar in Höhe von € 6.900,-- in Rechnung gestellt. Die grafische Umsetzung inklusive Reinzeichnung für sämtliche Informationsträger wurde von der Edelbacher Druck GmbH durchgeführt. Dafür sind Kosten in der Höhe von € 1.740,-- angefallen, die leicht unter dem ursprünglich veranschlagten Betrag von € 2.030,-- gehalten werden konnten. Die Holzhausen Druck & Medien GmbH wurde mit der Produktion der Plakate beauftragt. Die Kosten belaufen sich auf € 6.138,73. Auch beim letztgenannten tatsächlich verrechneten Betrag konnte, wie bereits in Beantwortung der Anfragen Nr. 2689/J vom 24. Februar 2005 und Nr. 2799/J vom 30. März 2005 ausgeführt, der in der Beantwortung der Anfrage Nr. 2689/J vom 24. Februar 2005 genannte ursprüngliche Anbotspreis von € 6.264,-- unterschritten werden. Für die Durchführung der Plakatkampagne wurde die Heimatwerbung GmbH in

Anspruch genommen; betreffend die Kosten für die diesbezüglichen Leistungen darf ich ebenfalls auf meine Beantwortung der Anfrage Nr. 2689/J vom 24. Februar 2005 beziehungsweise Nr. 2799/J vom 30. März 2005 verweisen. Die hier jeweils angeführten Kosten verstehen sich jeweils exklusive Umsatzsteuer.

Zu 8. bis 11.:

§ 2 Bundesministeriengesetz 1986 (Teil 2 lit. A Z 2 der Anlage zu § 2) normiert die Informationstätigkeit der Bundesregierung ausdrücklich als Aufgabe des Bundeskanzleramtes. Dazu gehört insbesondere auch die Information der Öffentlichkeit über die Arbeit der Regierung. Zumal die Steuerreform in mehreren Punkten des Regierungsprogramms 2003 bis 2006 enthalten ist und somit als Gesamtprojekt von ressortübergreifender Bedeutung ist, fiel somit die Grundsatzinformation über die Umsetzung dieses Vorhabens durch diese Bundesregierung gemäß den gesetzlichen Vorgaben in die Zuständigkeit des Bundeskanzleramtes. Davon bleibt die Zuständigkeit meines Ressorts zur zielgruppenspezifischen Zusatzinformation betreffend die konkreten positiven Auswirkungen der größten Steuerreform der zweiten Republik unberührt.

Gemäß Artikel 52 Bundes-Verfassungsgesetz und § 90 1. Satz des Geschäftsordnungsgesetzes 1975 ist der Nationalrat unter anderem befugt "die Geschäftsführung der Bundesregierung zu überprüfen, deren Mitglieder über alle Gegenstände der Vollziehung zu befragen und alle einschlägigen Auskünfte zu verlangen". Entscheidend ist hier, dass grundsätzlich nur Gegenstände der Vollziehung beauskunftet werden können, für welche einem Mitglied der Bundesregierung die Verantwortung im Sinne des Artikels 77 Bundes-Verfassungsgesetz übertragen ist. Dementsprechend habe ich bereits anlässlich der Beantwortung der Anfrage Nr. 1852/J vom 4. Juni 2004 bezüglich der Wahrnehmung des gesetzlichen Informations-

auftrages durch das Bundeskanzleramt auf die Beantwortung der diesbezüglichen Anfragen durch den Herrn Bundeskanzler verwiesen.

Zu 12.:

Bereits anlässlich der Beantwortung der Anfrage Nr. 2406/J vom 9. Dezember 2004 habe ich ausgeführt, dass hier entsprechend den Bestimmungen des Bundesministeriengesetzes selbstverständlich die Zuständigkeit des Bundeskanzleramtes betreffend die einheitliche Zusammenarbeit der Bundesministerien ebenso gewahrt wurde, wie die Kompetenz des Bundeskanzleramtes in Angelegenheiten der Information der Regierung beziehungsweise der Information der Öffentlichkeit über die Arbeit der Regierung.

Zumal die Steuerreform in mehreren Punkten des Regierungsprogramms 2003 bis 2006 enthalten ist und somit als Gesamtprojekt von ressortübergreifender Bedeutung ist, fiel die Zuständigkeit zur Grundsatzinformation über die Umsetzung dieses Vorhabens durch diese Bundesregierung gemäß den gesetzlichen Vorgaben in den Kompetenzbereich des Bundeskanzleramtes. Davon bleibt die Zuständigkeit meines Ressorts zur zielgruppenspezifischen Zusatzinformation betreffend die konkreten positiven Auswirkungen der größten Steuerreform der zweiten Republik unberührt.

Die konkrete Aufgabenverteilung hinsichtlich der Informationstätigkeit rund um die Steuerreform 2004/2005 ergibt sich somit aus dem Bundesministeriengesetz. Hierzu verweise ich auch auf die Beantwortung der Fragen 8 bis 11.

Zu 13. und 14.:

Wie bereits zu Frage 1 ausgeführt, handelt es sich bei den vom Bundesministerium für Finanzen veranlassten Informationstätigkeiten um bedarfsorientierte Einzelmaßnahmen. Es ist daher nicht ersichtlich, auf welche

"Kampagne" sich die gegenständliche Frage bezieht. Ich darf daher allgemein ausführen, dass die Projektleitung betreffend die zielgruppenspezifische Information zu den einzelnen in die Zuständigkeit des Bundesministeriums für Finanzen fallenden Punkten der Steuerreform bei mir liegt, während ich betreffend die ressortübergreifende Informationstätigkeit sowie die Grundsatzinformation über die Umsetzung des Regierungsvorhabens der größten Steuerreform der zweiten Republik auf die Zuständigkeit des Bundeskanzleramtes verweise. Gemäß der Geschäfts- und Personaleinteilung des Bundesministeriums für Finanzen habe ich die Zuständigkeit der Organisation und Steuerung der Ressortkommunikation den ExpertInnen der Abteilung I/1 im Bundesministerium für Finanzen übertragen. Dabei bedient sich mein Ressort in jenen Fällen, in welchen entsprechend den Grundsätzen der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit der Einsatz eigener Ressourcen nicht zielführend beziehungsweise zweckmäßig ist, auf dem Markt erhältlicher unterstützender Dienstleistungen. Da sich die Zuständigkeit der hier in Kooperation mit den zuständigen Fachabteilungen meines Ressorts wirkenden Abteilung I/1 neben den genannten Aufgaben auch auf eine Vielzahl anderer Tätigkeiten erstreckt, ersuche ich um Verständnis, dass eine seriöse Bekanntgabe der Kosten dieser Teilaufgabe nicht möglich ist.

Sofern Koordinationsleistungen in den Arbeitspaketen der hinzugezogenen externen Dienstleister enthalten waren, was beispielsweise bei der Beauftragung der Media Select Werbegesellschaft m.b.H., zu welcher ich unter anderem auf meine Beantwortung der Anfrage Nr. 2799/J vom 30. März 2005 verweise, der Fall war, wurden diesbezügliche Kosten nicht explizit ausgewiesen.

Zu 15.:

Im Zusammenhang mit der Ausführung des zu den Fragen 2 und 3 nochmals angeführten Auftrages stand dem Bundesministerium für Finanzen ein aus drei Personen bestehendes Projektteam als Ansprech-

partner zur Verfügung. Dieses setzte sich aus nachstehenden Personen zusammen: Anna Reich-Rohrwig, Michael Kapfer-Giuliani und Herbert Rohrmair.

Zu 16., 17. und 26.:

Nachdem diese Frage bereits zum wiederholten Male gestellt wird, erlaube ich mir, auf meine diesbezüglich bereits ergangenen Beantwortungen zu verweisen. Zuletzt war dies zu den Anfragen Nr. 2689/J vom 24. Februar 2005, Nr. 2799/J vom 30. März 2005 sowie am 7. Juni 2005 in Beantwortung der Anfrage Nr. 2856/J vom 7. April 2005 der Fall. Weiters weise ich nochmals darauf hin, dass sich meine Angaben nur auf den Kompetenzbereich des Bundesministeriums für Finanzen beschränken können. Ebenso mache ich auf meine detaillierten Ausführungen zu den Fragen 2 und 3 aufmerksam.

Die Vergabe der einzelnen Aufträge, die im Zusammenhang mit der zielgruppenspezifischen Information der Bevölkerung über die Auswirkungen der im Zuge der größten Steuerreform der zweiten Republik getroffenen Maßnahmen stehen, erfolgte jeweils unter Beachtung der rechtlichen Vorgaben des Bundesvergabegesetzes 2002. Es kam, sofern das vergaberechtliche Regime zur Anwendung gebracht werden muss – dies ist etwa nicht der Fall bei der Schaltung von Inseraten wegen der ausschließlichen Eignung des gewünschten Medienpartners - jeweils die Direktvergabe gemäß § 27 BVergG zur Anwendung.

Lediglich in einem Fall, nämlich betreffend die Broschüre "Ihr Steuervorteil", zu welcher ich die Gesamtkosten in Beantwortung der Anfrage Nr. 2406/J vom 9. Dezember 2004 mit € 60.087,20 inklusive Umsatzsteuer und ARA-Entsorgungsbeitrag bekannt gegeben habe, wurde hinsichtlich der Teilleistungen der Produktion, des Druckes und der Endfertigung der Auftragnehmer im Zuge eines nicht offenen Verfahrens ohne vorherige

Bekanntmachung gemäß § 23 Abs. 4 BVergG ermittelt. Aus diesem ist die Ferdinand Berger & Söhne GmbH als Bestbieter hervorgegangen und demzufolge zu einem Preis von € 45.336,01 inklusive Umsatzsteuer und ARA-Entsorgungsbeitrag mit der Leistungserbringung beauftragt worden.

Zu 18. bis 21:

Die Auftragsvergaben der Bundesministerien haben sich ausschließlich an den einschlägigen rechtlichen Bestimmungen des Bundesvergabegesetzes zu orientieren. Bei den getätigten Auftragsvergaben halten sich die ExpertInnen des Bundesministeriums für Finanzen, wie übrigens auch vom Rechnungshof bestätigt, an die einschlägigen rechtlichen Bestimmungen des Bundesvergabegesetzes. Dabei gelten die für das jeweilige Verfahren im Rahmen eines freien und lautereren Wettbewerbs festgelegten objektiven Eignungs- und Zuschlagskriterien, nach denen der Bestbieter zu ermitteln ist.

Führende Agenturen legen selbstverständlich Referenzen für vergleichbare Aufträge vor, um ihre spezielle Leistungsfähigkeit für ein bestimmtes Projekt zu belegen. Es wäre allerdings sachlich wohl nicht zu rechtfertigen, etwa im Zuge der Festlegung von Eignungskriterien auf die Vorlage von Referenzprojekten für eine politische Partei abzustellen. Wie meine ExpertInnen mir versichern, erfolgten die getätigten Auftragsvergaben durch das Bundesministerium daher auch nicht unter einer solchen Voraussetzung.

Im Rahmen der Festlegung und Prüfung der Eignungs- beziehungsweise im Fall der Zulässigkeit auch der Zuschlagskriterien werden selbstverständlich Nachweise potenzieller Bieter beziehungsweise tatsächlicher Auftragnehmer über die Qualifikation für das gegenständliche Projekt entsprechend berücksichtigt. Da allenfalls existierenden Referenzprojekten für politische Parteien, welchen - wie in der Anfrage selbst auch festgestellt wird - keine vergaberechtlich oder ansonsten schädliche Ehrenrührigkeit innewohnt,

keine besondere Bedeutung beigemessen wurde, haben meine ExpertInnen keine diesbezüglichen Auflistungen erstellt. Auch wurden keine gezielten Recherchen darüber angestellt, welcher Auftragnehmer nun in der Lage wäre, solche Referenzen vorlegen zu können. Eine nachträgliche Vornahme einer diesbezüglichen Erhebung zum alleinigen Zweck der Beantwortung der Fragen nach dem Anteil jener Auftragnehmer, welche allenfalls Referenzprojekte bei der ÖVP vorweisen könnten, wäre daher mit einem unverhältnismäßigen Verwaltungsaufwand außerhalb des Bereiches der Vollziehung verbunden. Ich ersuche daher um Verständnis, dass ich zu diesen Fragen nur versichern kann, dass parteipolitischen Referenzprojekten für die tatsächliche Auftragserteilung keine Bedeutung beigemessen wurde.

Zu 22.:

Nein.

Zu 23. und 24.:

Die Ermittlung des auf ein Beschäftigungsverhältnis zum Bundesministerium für Finanzen folgenden späteren Dienstgebers ist grundsätzlich nicht Gegenstand der Vollziehung. Dementsprechend verfügen meine ExpertInnen über keine Informationen über die weitere berufliche Tätigkeit von ausgeschiedenen MitarbeiterInnen, insbesondere nicht darüber, ob ehemalige MitarbeiterInnen des Bundesministeriums für Finanzen in den genannten Agenturen beschäftigt sind oder waren.

Zu 25.:

Wie bereits zu Frage 1 ausgeführt, handelt es sich bei den vom Bundesministerium für Finanzen veranlassten Informationstätigkeiten um bedarfsorientierte Einzelmaßnahmen. Es ist daher nicht ersichtlich, auf welche "Kampagne" sich die gegenständliche Frage bezieht. Ich darf daher allgemein ausführen, dass für die Auftragsvergabe betreffend die zu den Fragen 2 und

3 genannten Unternehmen zufolge den Versicherungen meiner ExpertInnen die Erfüllung folgender Voraussetzungen maßgeblich war:

Bei den zum Zuge gekommenen Unternehmen handelt es sich um befugte, leistungsfähige und zuverlässige Firmen. Darüber hinaus war neben der Berücksichtigung der Grundsätze der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit für die Auftragsvergabe sowohl der konzeptionelle, also auch der kreative Zugang der genannten Agenturen zum Thema "zielgruppenspezifische Information zur Steuerreform" ausschlaggebend.

Mit freundlichen Grüßen

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'H. P. ...', with a long, sweeping tail extending downwards and to the right.