

1588/J XXII. GP

Eingelangt am 24.03.2004

Dieser Text wurde elektronisch übermittelt. Abweichungen vom Original sind möglich.

ANFRAGE

des Abgeordneten Kogler, Freundinnen und Freunde

an den Bundeskanzler

betreffend Werbekampagne zur Steuerreform ("Weniger Steuern. Mehr fürs Leben")

Angesichts der Provokation der österreichischen BürgerInnen, insbesondere der PensionistInnen, durch den Werbeslogan „Weniger Steuern. Mehr fürs Leben“, der in der Werbekampagne der Bundesregierung Industriekapitänen in den Mund gelegt wird, deren Betriebe zu den einzig wahren Nutznießern der Steuerreform zählen, tun sich doch einige Fragen auf.

Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher folgende

ANFRAGE:

1. Welche Agentur wurde mit der Konzipierung und Durchführung der Werbekampagne zur Steuerreform beauftragt?
2. Erfolgte vorweg eine Ausschreibung oder zumindest Erkundung des Bieterkreises?
3. In welchen Tageszeitungen wurden Inserate geschalten, wie oft wurde jeweils inseriert und was waren die damit jeweils verbundenen Kosten?
4. Ist die Anfang des Jahres begonnene Kampagne abgeschlossen?
5. Für welche Dauer ist die Kampagne geplant?
6. In welchem Verhältnis steht Ihre Werbekampagne zur Werbekampagne des ÖVP Wirtschaftsbundes, der zur Zeit täuschend ähnliche Inserate schalten lässt?
7. Haben Sie die Nutzung von Layoutvorlagen der Bundesregierung durch Dritte autorisiert?

8. Hat der Wirtschaftsbund für die Überlassung von Layoutleistungen (in der Anfragebeantwortung 1337/AB in der Summe von 12.070,34 € enthalten) gegenüber der Amtkasse eine Abschlagszahlung geleistet?
9. Wieso wurden bei Ihrer Werbekampagne nur Vertreter von Großbetrieben, nicht aber von Klein- und Mittelbetrieben mit Photo und Zitat ins Inserat gerückt?
10. Bestätigen Sie damit nicht indirekt, dass die Großbetriebe die überwiegenden Nutznießer der KÖST-Steuersenkung sind?
11. Ist der Wirtschaftsbund an Sie herangetreten, auch Vertreter der Klein- und Mittelbetriebe in Ihrer Werbekampagne zu berücksichtigen?
12. Wie hoch schätzen Sie den Prozentsatz der Körperschaftssteuerzahler, die von der Steuerreform profitieren, gemessen an der Leserzahl der Medien, in denen Sie inserieren ließen?
13. Was ist der Informationswert der Aussage „Weniger Steuern. Mehr fürs Leben“ für einen nicht KÖST-pflichtigen Leser, etwa eine Pensionistin?
14. Halten Sie das Gebot der Zweckmäßigkeit, Sparsamkeit und Wirtschaftlichkeit erfüllt, wenn eine derart große Anzahl von BürgerInnen mit Informationen, die nicht auf sie zutreffen, belästigt werden?