

XXII. GP.-NR
2378 /J
-7. Dez. 2004

ANFRAGE

der Abgeordneten Dr Gabriela Moser, Freundinnen und Freunde
an den Bundesminister für Verkehr, Innovation und Technologie
betreffend Werbeaufträge der ÖBB Infrastruktur Bau AG

Laut Medienbericht (profil 49/29.11.2004) beauftragte die ÖBB Infrastruktur Bau AG verschiedene Agenturen, Konzepte für ein neues Logo vorzulegen. Auf eine Ausschreibung (und offenbar auch eine öffentliche Interessentensuche) wurde unerklärlicher Weise verzichtet. Experten bewerteten die Präsentationen und reiheten die Werbeagentur ‚mediaConnection‘ an dritter und letzter Stelle. Bei allen Bewertungskriterien schnitt sie dem Bericht zufolge am schlechtesten ab. Außerdem legte sie das teuerste Anbot. Trotzdem erhält sie laut Medienbericht den Auftrag im Wert von 100.000 Euro.

Zudem soll der Auftrag demselben Medienbericht zufolge Folgeaufträge, offenbar in ähnlicher Größenordnung und offenbar seitens der ÖBB-Gruppe, an denselben Auftragnehmer „nach sich ziehen“. Zitat: „Die ‚Staffelung‘ sei vorgenommen worden, um eine Ausschreibung zu verhindern.“

Nachdem das Vorstandsmitglied der ÖBB Infrastruktur Bau AG, Gilbert Trattner, und der Chef der genannten Agentur, Gernot Rumpold, parteipolitisch eng kooperier(t)en und einander auch freundschaftlich verbunden sein können, erhebt sich der begründete Verdacht von „Freunderlwirtschaft“ zu Lasten der öffentlichen Hand/der SteuerzahlerIn. Politisch verantwortlich ist der Eigentümer, d.h. das Verkehrsressort.

Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher folgende

ANFRAGE:

1. Warum verfügen die Tochtergesellschaften der ÖBB-Holding nicht über eine gemeinsames Werbekonzept/Logo, das je nach Gesellschaft modifiziert werden kann? (Dies würde modernen CI-Anforderungen entsprechen und Wettbewerbsvorteile bieten, und überdies zur Linie der Regierung passen, die ÖBB-Gesellschaften als ein Unternehmen zu behandeln, wie zum Beispiel bei Kommunalsteuerfragen.)
2. Aus welchen Gründen wurde nicht rechtzeitig eine gemeinsame Ausschreibung aller AGs der ÖBB-Holding zur Vergabe eines Werbekonzepts vorgenommen?

3. Wie beurteilen Sie die Vorgangsweise der ÖBB Infrastruktur Bau AG, die schlechtestgereichte Werbeagentur von Gernot Rumpold mit einem ca. 100.000 € Auftrag (bitte um genaue Angabe der Auftragssumme) zu betrauen?
4. Welche Schritte werden Sie unternehmen, damit nicht derartige Vergabemissstände bei der ÖBB Infrastruktur Bau AG weithin gepflogen werden?
5. In welcher Form werden Sie das Vorstandsmitglied Gilbert Trattner zur Verantwortung ziehen? Wenn nicht, warum nicht?
6. Hatten Trattners Vorstandskollegen G.-M. Vavrovsky und Th. Tünger Einfluß auf die Auswahl der Agentur, und wenn ja, in welcher Form?
7. Welche zusätzlichen Aufträge von Tochtergesellschaften der ÖBB-Holding sind a) an die mediaConnection vergeben, b) für die mediaConnection vorgesehen?
8. Wie wollen Sie die Tatsache gegenüber dem Rechnungshof rechtfertigen, dass bei Unternehmen in ihrem Zuständigkeitsbereich Aufträge in Summen unter dem hier relevanten Schwellenwert des Vergabegesetzes (bitte um Angabe) gestückelt werden, damit sie nicht ausgeschrieben werden müssen?
9. Welche Aufträge erhielt die mediaConnection von Ihrem Ressort und den ÖBB in der Vergangenheit (letzten 5 Jahre)?
10. Welche weiteren Aufträge sind a) im Bereich der ÖBB-Holding und ihrer künftigen Teilgesellschaften sowie b) bei ÖBB AG, HL-AG, SCHIG und BEG im heurigen Jahr mit Auftragssummen in der Größenordnung des im profil-Bericht genannten Auftrags ohne öffentliche Ausschreibung vergeben worden und wer waren jeweils die Auftragnehmer? Bitte um Beantwortung im Einzelnen.

J. Renn-fülereca

Z.11

M. W. H.
A. H. H.