

- 9. Dez. 2004

Anfrage

der Abgeordneten Ing. Gartlehner
und GenossInnen
an den Bundesminister für Finanzen
betreffend Marketingmaßnahmen der Bundesregierung.

Seit Antritt der ÖVP/FPÖ Bundesregierung ist auffällig, dass sie sich in starkem Ausmaß mit ihrem Image und ihrem öffentlichen Auftritt beschäftigt. Insbesondere beim Bundesminister für Finanzen war von allem Anfang an ein Hang zur Selbstdarstellung zu beobachten. Auch andere Ministerien stehen in dieser Sache nicht nach.

In jüngster Vergangenheit wurden weiter gesteigerte Aktivitäten auffällig, neue Designs, Präsentations- und Kommunikationsformen und nicht zuletzt Formulierungen bzw. Botschaften griffen Platz. Die Neuanschaffung der Dienstfahrzeuge fügt sich in dieses Bild. Es ist ein neues Corporate Design (CD), eine neue Corporate Identity (CI) bzw. Corporate Communication zu konstatieren - in Ihrem Ministerium und in weiteren Ministerien. Derartige Maßnahmen geschehen selten zufällig und sind in den allermeisten Fällen mit Kosten verbunden. Somit ist zu vermuten, dass es sich dabei um einen Propagandafeldzug einiger Mitglieder der Bundesregierung auf Kosten der Steuerzahler handelt.

Die unterzeichneten Abgeordneten richten daher an den Bundesminister für Finanzen nachstehende

Anfrage:

1. Wann wurden seit dem Jahr 2000 Veränderungen von Logos, Briefköpfen, CD-Regeln in Ihrem Kompetenzbereich vorgenommen?
2. Wurden für ihr Ministerium seit 2000 Marken-, PR- und/oder Werbekonzepte und/oder Designhandbücher für Ihr Ministerium verfasst?
3. Wie lautet deren Inhalt?
4. Wer hat diese Konzepte und Handbücher verfasst, welche Agenturen waren beauftragt?
5. Wie hoch waren die Kosten für Konzepte und Handbücher?
6. Wurden seit 2004 CD Regeln im BMF umgesetzt?
7. Wie hoch waren die Kosten der Implementierung der Regeln im Ministerium (zuzüglich sämtlicher Materialkosten)?
8. Gibt es Regeln für die Gestaltung bei der Anschaffung von Inventar, wie lauten diese?
9. Gibt es Regeln für das Aussehen von Dienstfahrzeugen, wie lauten diese?
10. Erfolgt in Fragen des öffentlichen Auftritts eine Abstimmung mit anderen Ministerien?

11. Gibt es Richtlinien oder Empfehlungen der Bundesregierung die ein abgestimmtes Vorgehen der Ministerien in Fragen des Design, Auftrittes und Wordings vorgeben bzw. empfehlen?
12. Wenn ja, wer verfasste diese Richtlinien/Empfehlungen?
13. Werden Marketingmaßnahmen des BMF mit der ÖVP oder anderen Organisationen akkordiert?
14. Sind Werbe-, PR- oder Designagenturen im Auftrag des BMF tätig, die nach dem Wissensstand des Bundesministers auch für die ÖVP oder eine ihrer Teilorganisationen tätig sind bzw. in den letzten vier Jahren tätig waren, wenn ja welche?
15. Wurde bei Besprechungen von Werbemaßnahmen für das BMF von Agenturen auf mögliche Synergien mit Maßnahmen der ÖVP hingewiesen?
16. Wurde von dem Bundesminister für Finanzen im Rahmen von Sitzungen oder informellen Gesprächen ein akkordiertes Vorgehen in Fragen des öffentlichen Auftrittes und der Werbung angesprochen?
17. Wenn ja, wann und wo geschah dies?
18. Gibt es im BMF für die Jahre 2004 bis 2006 Konzepte oder detaillierte Pläne für PR und Marketing?
19. Wie lautet der Inhalt des PR- und Marketingplanes des BMF bis in das Jahr 2006?
20. Welche Botschaften will das BMF laut der Konzepte mit seinen Werbemaßnahmen vermittelt?
21. Ließ sich das BMF seit dem Jahr 2000 in Fragen der PR von externen Agenturen bzw. Personen beraten?
22. Durch wen erfolgten diese Beratungsdienstleistungen und wie hoch waren die jeweiligen Kosten?
23. Hat das BMF bei seinen Werbemaßnahmen Sponsoren?
24. Wenn ja, bei welchen Maßnahmen?
25. Wer sind die Sponsoren?
26. Wie hoch sind deren Beiträge?

K. G. Green J. H. Green J. H. Green
A. Green A. Green