

- 9. Dez. 2004

Anfrage

der Abgeordneten Ing. Gartlehner
und GenossInnen
an den Bundeskanzler
betreffend Selbstdarstellung der Bundesregierung.

Seit Antritt der ÖVP/FPÖ Bundesregierung ist auffällig, dass sie sich in starkem Ausmaß mit ihrem Image und ihrem öffentlichen Auftritt beschäftigt.

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 – und das in mehreren 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 Bundeskanzler nachstehende

Anfrage:

1. Wann wurden seit dem Jahr 2000 Veränderungen von Logos, Briefköpfen, CD-Regeln in Ihrem Kompetenzbereich vorgenommen?
2. Ließ sich das Bundeskanzleramt (BKA) seit dem Jahr 2000 in Fragen der PR von externen Agenturen bzw. Personen beraten?
3. Durch wen erfolgten diese Beratungsdienstleistungen und wie hoch waren die jeweiligen Kosten?
4. Wurden für das BKA seit 2000 PR-, Marken und/oder Werbekonzepte und/oder Designhandbücher verfasst?
5. Wie lautet deren Inhalt?
6. Wer hat diese Konzepte und Handbücher verfasst, welche Agenturen waren beauftragt?
7. Wie hoch waren die Kosten für diese Konzepte und Handbücher?
8. Wurden neue CD Regeln im BKA umgesetzt?
9. Wie hoch waren die Kosten der Implementierung der Regeln im BKA (zuzüglich sämtlicher Materialkosten)?
10. Gibt es Regeln für die Gestaltung bei der Anschaffung von Inventar und wie lauten diese?
11. Gibt es Regeln für das Aussehen von neu anzuschaffenden Dienstfahrzeugen und wie lauten diese?
12. Welche Botschaften will das BKA laut der Konzepte mit seinen Werbemaßnahmen vermittelt?

13. Erfolgt in Fragen des Auftritts, der PR und der Werbung eine Abstimmung mit den Ministerien?
14. Gibt es Richtlinien oder Empfehlungen, die ein abgestimmtes Vorgehen der Ministerien in Fragen des Designs, des Auftritts und des Wordings vorgeben bzw. empfehlen?
15. Wenn ja, wer verfasste diese Richtlinien/Empfehlungen?
16. Werden Marketingmaßnahmen des BKA mit der ÖVP oder anderen Organisationen akkordiert?
17. Sind Werbe-, PR- oder Designagenturen im Auftrag des BKA tätig, die nach dem Wissensstand des Bundeskanzlers auch für die ÖVP oder eine ihrer Teilorganisationen tätig sind bzw. in den letzten vier Jahren tätig waren, wenn ja welche?
18. Wurde bei Besprechungen von Werbemaßnahmen für das BKA von Agenturen auf mögliche Synergien mit Maßnahmen der ÖVP hingewiesen?
19. Wurde vom Bundeskanzler oder einer/einem seiner MitarbeiterInnen im Rahmen von Sitzungen oder informellen Gesprächen ein mit der ÖVP akkordiertes Vorgehen in Fragen des öffentlichen Auftrittes und der Werbung angesprochen?
20. Wenn ja, wann und wo geschah dies?
21. Gibt es für PR und Marketing im BKA die Jahre 2004 bis 2006 Konzepte oder detaillierte Pläne?
22. Wie lautet der Inhalt der PR- und Marketingpläne des BKAs?
23. Hat das BKA bei seinen Werbemaßnahmen Sponsoren?
24. Wenn ja, bei welchen Maßnahmen?
25. Wer sind die Sponsoren?
26. Wie hoch sind deren Beiträge?

✓ Rosenbaum KPK
I. flöyau C. Rutho