

4256/J XXII. GP

Eingelangt am 17.05.2006

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

ANFRAGE

des Abgeordneten Pilz, Freundinnen und Freunde

an den Bundesminister für Finanzen

betreffend "Die Post geht an die Börse"

„Die Post geht an die Börse – und Österreich geht mit.“ Ein Vater steht mit seinem Sohn auf einer Wiese und zeigt auf die nächste Wiese. Daneben steht eine Kuh. Oder: Fünf Personen gehen auf einem Feldweg. Oder: Drei Schiawanderer steigen über einen Gletscher. Und später: „Die Post ging an die Börse. Und Österreich ging mit.“ Dazu steht die Kuh allein auf der nun verlassenen Wiese. Der Feldweg liegt verlassen da.

Im Mittelpunkt steht eine „große Idee“: das Posthorn. In Fotos österreichischer Gegenden wird das Posthorn gestellt – und dazu immer derselbe Satz wiederholt. Das ist die „Big Idea“.

So wird der Börsegang der Post beworben. Dafür werden rund zehn Millionen Euro ausgegeben.

Die Agentur Ogilvy, die für das alles verantwortlich zeichnet, legt ihre Motive offen: „Wir werden im Sinn der Entschlossenheit der Bundesregierung handeln.“

„Schon als Vorbereitung auf den Börsengang wurden im letzten Jahr 34 Kärntner Postämter geschlossen, sechs weitere stehen unter Beobachtung.“ So beurteilt etwa der Präsident des Kärntner Gemeindebundes die Folgen des bevorstehenden Börseganges.

Die unfertigten Abgeordneten stellen daher folgende

ANFRAGE:

1. Ist es richtig, dass nur für die Werbung für den Börsegang der Post 9.870.000 Euro ausgegeben werden sollen?
2. Ist es richtig, dass allein die Agentur für ein paar wiederkehrende Sujets mit dem Posthorn als Symbol und einem Schaltplan 560.000 Euro erhält?

3. Ist es richtig, dass der Auftrag an den Chairman der Agentur Ogilvy vergeben wurde?
4. Ist es richtig, dass es sich dabei um Florian Krenkel, den ehemaligen Pressesprecher des Bundeskanzlers, handelt?
5. Sind Sie darüber informiert worden, dass für die Bewerbung des Börseganges der Post rund zehn Millionen Euro ausgegeben werden sollen?
6. Wer hat als Vertreter des Bundesministeriums für Finanzen diese Ausgabe genehmigt?
7. Wie viele Postämter sind in der Zeit der Vorbereitung des Börseganges geschlossen worden?
8. Wie viele Postämter sollen bis zum Börsegang geschlossen werden?
9. Wie viele Postämter umfasst der Versorgungsauftrag der privatisierten Post?
10. Wie hoch waren von 2000 bis heute die Ausgaben für „Kommunikation“ bei Börsegängen für jeden einzelnen Börsegang im Rahmen der ÖIAG?
11. Warum steht nach dem Börsegang die Kuh allein auf der Wiese?