

520/J XXII. GP

Eingelangt am 12.06.2003

Dieser Text ist elektronisch textinterpretiert. Abweichungen vom Original sind möglich.

**DRINGLICHE ANFRAGE
gemäß § 93 Abs. 2 GOG**

der Abgeordneten Dr. Cap
und GenossInnen
an den Bundesminister für Finanzen
betreffend mehr als 27 Millionen Euro für Selbstdarstellung und Reklame

Durch den Bundesminister für Finanzen wurden seit 4.2.2000 mehr als 27 Millionen Euro für Selbstdarstellung und Reklame verschwendet - bei dieser Summe handelt es sich um die höchsten Ausgaben für externe Dienstleister - veranlasst durch ein einziges Ressort - seit 1945. Davon allein im Jahre 2002 15,93 Millionen Euro, das entspricht dem 1,5-fachen Betrag, den die Bundesregierung für die Bedeckung des Härtefonds der Pensionsversicherung für das Jahr 2004 budgetiert hat.

Die Berichterstattung rund um die exorbitanten Ausgaben des Finanzministers für Beratungsleistungen und Propaganda gipfelte in einem Artikel der Tageszeitung „Salzburger Nachrichten“ vom 11. Juni 2003, wonach die großflächigen Inserate in den Tageszeitungen am Pfingstwochenende, in denen 37 Universitätsprofessoren zum raschen Beschluss der Pensionsreform aufriefen, nicht von diesen selbst bezahlt wurden, sondern sämtliche Kosten in Höhe von 190.000 Euro durch das Finanzministerium und somit durch den Steuerzahler getragen wurden.

Obwohl die Bundesregierung nicht als Initiator dieser Inserate aufscheint, wurden sämtliche Kosten aus Budgetmitteln bezahlt. Die Unterzeichner dieses Aufrufes, darunter Univ. Prof. Streissler, WU-Rektor Badelt sowie der

Doktorvater von Finanzminister Grasser, Univ. Prof. Kofler, wurden nicht einmal um eine finanzielle Beteiligung ersucht, sondern man begnügte sich ausschließlich mit deren Unterschrift. Laut dem genannten Medienbericht ist für diese Vorgangsweise sowie der kompletten Formulierung und

Gestaltung des Inserates das Kabinett von Finanzminister Grasser verantwortlich.

Dieser manipulierte Aufruf, der klar die Unabhängigkeit der Lehre in Frage stellt, zog nicht nur heftige Kritik durch besorgte Universitätslehrer nach sich, sondern es widerspricht diese Regierungspropaganda ganz offensichtlich den Grundsätzen der Wirtschaftlichkeit, Sparsamkeit und Zweckmäßigkeit, an denen sich der Finanzminister zu orientieren hätte.

Trotz heftigster politischer Kritik und der Befassung des Ständigen Unterausschusses des Rechnungshofausschusses mit den Ausgaben des Finanzministers für Beratung hat BM Grasser Ende März eine weitere Kommunikationskampagne mit der Auftragshöhe von 2,2 Millionen Euro ausgeschrieben. Dazu stellt ein Vertreter des Fachverbandes Werbung fest: „Eine Unwägbarkeit stellt eindeutig der Zeitrahmen dar: Schließlich sucht das Ministerium Zusammenarbeit von Juni 2003 bis 31. Dezember 2007. Zum Zeitpunkt der Ausschreibung kann kaum klar sein, welche kommunikativen Notwendigkeiten sich in zwei oder drei Jahren ergeben“ (Extradienst vom 18.4.2003).

Besonders im Gegensatz zu den Interessen des Steuerzahlers steht die Vorgangsweise von Finanzminister Grasser - bereits vor Bildung der Regierung Schüssel II - einen 950.000 Euro teuren Werbeauftrag auszuschreiben, der eine Bewerbung von zukünftigen Regierungsmaßnahmen beinhaltet.

Insgesamt wurden durch das BMF seit 4.2.2000 mindestens 6 Millionen Euro ausschließlich für Regierungspropaganda vergeben.

Aber nicht nur für Reklame, sondern vor allem für die Auslagerung von ressortinternen Aufgaben an externe Berater wurde Steuergeld in exorbitanter Höhe verschwendet.

Unter Heranziehung von entsprechenden Anfragebeantwortungen und diesbezüglicher Medienberichterstattung ergibt sich nachfolgendes Bild der Ausgaben von Finanzminister Grasser für Beratung und Werbung:

1. Beratungsaufträge (seit 4.2.2000):

Arthur Andersen Business Consulting GmbH (Beratungstätigkeit zur Erreichung eines Nulldefizits)	€ 4.290.482,--
Mc Kinsey & Company Inc. (Reorganisation der Finanzverwaltung, Finanz 2001)	€ 344.649,--
Institut für Verwaltungsmanagement GesmbH (Kosten- und Leistungsrechnung für die öffentliche Verwaltung)	€ 50.000,--
A.T. Kearney GmbH (Reorganisation des Vergabewesens)	€ 2.603.767,--
WIFO (Bereitstellung von Beratungskapazitäten im Rahmen der Arbeitsgruppe „Ausgliederungen“)	€ 2.180,--
Mummert und Partner/FAA Holding GmbH und Co. KEG (Reorganisation der Zollverwaltung)	€ 338.408,-
Externe Berater, Prof. Dr. Josef Zechner (Reform der österreichischen Bankenaufsicht, Finanzmarktaufsicht)	€ 171.420,--
Privatisierungsberatung der Bundeswohnbaugesellschaften, Aufträge an eine Rechtsanwaltskanzlei,	€ 506.330,21--
2 Universitätsprofessoren sowie die Lehman & Brothers Bankhaus AG	€ 179.040,--
	€ 10.230.000,--
Dr. Richard Kirchweger (rechtliche Beratung im Zusammenhang mit einer Umstrukturierung der ÖBB)	€ 62.172,--
Kanzlei Grant Thornton - Jonasch & Platzer (Beratungsleistungen im Zusammenhang mit einer Reorganisationsmaßnahme der ÖBB, Integration der Schieneninfrastrukturfinanzierung)	€ 41.625,--
Rechtsanwaltskanzlei Schramm & Partner (Beratungsleistungen im Zusammenhang mit Umstrukturierung der ÖBB)	€ 50.622,--
Infora (Begleitung des Change-Prozesses im Rahmen der Neuorientierung der Finanzverwaltung)	€ 451.650,--
Rechtsanwaltskanzlei Lessiak & Univ.Prof. Aicher (laufende Rechtsberatung in diversen Vergabeverfahren)	€ 341.801,--

Univ.Prof. Sandner (fachliche Beratung im Zusammenhang mit diversen Vergabeverfahren, Bewertungen, Evaluierungen, Leistungsbeschreibungen)

€ 96.624,--

TQS - Team für Qualitätssicherung (Projekt „Österreichische Zollverwaltung: Qualitätssicherung und Projekterfolg aus Kundensicht“)

€ 12.000,--

KPMG Corporate Finance GmbH

(Beratungsleistung im Zusammenhang mit der Privatisierung der Österreichischen Bundesverlag AG)

€ 788.866,--

Austria Wirtschaftsservice GesmbH

(Rahmenvertrag zur Unterstützung beim Aufbau und der Einführung eines Beteiligungs- und Finanzcontrollings)

€ 31.232,--

2. Propagandaausgaben (seit 4.2.2000):

Dr. Hochegger Kommunikationsberatung GmbH (Information der Öffentlichkeit über finanz- bzw. wirtschaftspolitische Maßnahmen)

€ 139.800,--

Europäisches Zentrum für Wohlfahrtspolitik - Dr. Bernd Marin
(Beratungsleistungen im Zusammenhang mit Pensionsreform, Mitarbeitervorsorge, Sozialversicherungsbeiträge; Vorbereitung und Teilnahme an Konferenzen und Präsentationen, Mitwirkung am Weltaltenplan)

€ 145.345,--

The White House

(PR-Kampagne zur verbesserten Darstellung der Leistungen des BMF)

€ 163.716,--

Dr. Hochegger Kommunikationsberatung GmbH

(Informations- und Kommunikationskampagne für kleine und mittlere Unternehmen, KMU-Dialog)

€ 2.360.290,--

Diaserie zum Thema Konjunkturpaket und steuerliche Maßnahmen

€ 52.838,--

Radio-Spots zum Thema Konjunkturpaket und steuerliche Maßnahmen **€ 17.632,--**

Recherchen und Erstellung von Inhalten für das Internet **€ 6.000,--**

3. Schaltung von Inseraten (seit 4.2.2000):

„Wir sichern die Pensionen“-Kampagne **€ 508.710,--**

Informationen betreffend Null-Defizit **€ 326.359,-**

5 Schaltungen zum Thema „Euro-Ehrlich“ **€ 91.567,-**

Weitere Schaltungen zum Thema „Büro“ **€ 96.486,-**

Inserat in Financial Times **€ 59.019,--**

Media Select WerbegesmbH (Anzeigen in diversen Tageszeitungen - Telefonstunde des HBM) **€ 88.325,--**

Inserat und Beilage zum Thema Unternehmensneugründungen - Jungunternehmer **€ 98.784,--**

Inserate zum Thema Konjunkturpaket und steuerliche Maßnahmen **€ 60.079,--**

C+M Marketing Services AG (Inseratenkampagne, Abfertigung neu - Österreichtelefon) **€ 3.432,--**

GESAMTSUMME: **€24.811.250,21--**

Zu dieser ermittelten Gesamtsumme sind noch die Aufträge für die Schaltung des Professoren-Aufrufes sowie die im März ausgeschriebene Kommunikationskampagne hinzuzurechnen, sodass insgesamt von

Aufträgen in Höhe von mehr als 27 Millionen Euro ausgegangen werden muss.

Bei dieser Summe handelt es sich um die höchsten Ausgaben für externe Dienstleister - veranlasst durch ein einziges Ressort - seit 1945. Noch nie in der Geschichte in der Zweiten Republik wurden durch einen Finanzminister derartig viele ressortinterne Dienstleistungen an Dritte ausgelagert, obwohl im Finanzministerium eine große Anzahl von bestens ausgebildeten Fachbeamten zur Verfügung steht und damit ein entsprechendes Know-how im Ressort brach liegt.

Viele Indizien und einzelne Aufträge deuten klar darauf hin, dass durch diesen intensiven Einsatz von Beratern vor allem einem Zweck gedient wird: der Persönlichkeitswerbung von Finanzminister Grasser.

Diese erreichte ihren Höhepunkt in einer ganzseitigen Einschaltung samt Foto des Ministers in der Financial Times am 30.11.2001.

Kritische Medien wie die Wiener Stadtzeitung „Falter“ berichten über Veranstaltungen von Finanzminister Grasser „in Casinos, Opernhäusern und Kunsthallen“ samt „tausender Cocktails und Brötchen“.

Berechtigterweise stellt sich diesbezüglich die Frage, ob „hier das private Image eines Politikers mit öffentlichen Mitteln aufpoliert wird“ und ob „der Sparefroh der Republik tief in den Staatssäckel greife, um den Kurs seiner Ich-Aktie in die Höhe zu treiben“ (Falter Nr. 24/03).

Gerade die oben angeführten Aufträge zeigen klar, dass verschiedene natürliche und juristische Personen zu ähnlichen Themen beschäftigt wurden. Auch erscheint die Heranziehung von privaten Auftragnehmern für Gesetzesvorbereitungen - unabhängig von der enormen Kostenhöhe - als höchst bedenklich.

Vergleicht man die budgetierten Personalkosten der Zentralstelle des Bundesministeriums für Finanzen für die Budgetjahre 2003 und 2004 mit den im Jahre 2002 angefallenen Kosten für externe Berater, so ergibt sich nachfolgende Kostensituation:

Personalausgaben von rund 44 Millionen Euro stehen Beratungs- und PR-Kosten von rund 16 Millionen Euro gegenüber. Das heißt, dass mehr als ein Drittel der Gesamtpersonalkosten des Ressorts für externe Beratung verwendet wird (das entspricht dem Jahresgehalt von ca. 220 Beamten).

Trotz Rechnungshofkritik an den kostenintensiven und ergebnisarmen Vergaben an externe Berater und den Werbekampagnen ohne Informationscharakter werden durch Finanzminister Grasser auch im Jahre 2003 vermehrt entsprechende Aufträge vergeben. Grundsätzlich führten die oben näher bezeichneten Auslagerungen von Aufgaben des Finanzministeriums an Dritte zu keinen erkennbaren Erfolgen - ausgenommen der Imagepflege des Finanzministers - sondern zu einer enormen Belastung des Steuerzahlers.

Aus den dargestellten Gründen stellen die unterfertigten Abgeordneten an den Bundesminister für Finanzen folgende

Anfrage:

1. Ist es richtig, dass die Kosten der Schaltungen eines am 7. Juni 2003 in verschiedenen Tageszeitungen veröffentlichten Aufrufs von Universitätsprofessoren für eine „rasche Beschlussfassung über Reformen unseres Pensionssystems“ durch die Bundesregierung bzw. durch das Bundesministerium für Finanzen bezahlt wurde?
2. Inwieweit war es Ihre Absicht, durch dieses in der Frage 1 näher bezeichnete Inserat den Leser dahingehend zu täuschen, dass es sich um eine unabhängige Initiative handle?
3. Wie hoch waren die Kosten für diese Schaltungen und von welcher Institution wurde dieses Inserat graphisch erstellt?
4. Welche Werbekampagnen wurden bzw. werden durch das BMF im Budgetjahr 2003 in Auftrag gegeben, welche Themen sollen durch die jeweiligen Kampagnen transportiert werden und welche Kosten ziehen diese Werbemaßnahmen nach sich?
5. Welche Kosten werden durch die momentan laufende Regierungswerbung zur „Pensionsreform“ (Schaltungen in Tageszeitungen - TV-

Werbespots) verursacht und welches Unternehmen wurde mit der Durchführung dieser Kampagne beauftragt?

6. Aus welchen Umständen erklärt sich der exorbitante Bedarf an externen Beratungsdienstleistungen für das Bundesministerium für Finanzen?
7. Aus welchen Umständen resultiert die Beauftragung von mindestens drei Beratungsunternehmen im Zuge des Verkaufs der Bundeswohnungen?
8. Aus welchem Grund wurden für die juristische Beratung der Angebotsevaluierung im Zuge des Verkaufes der Bundeswohnungen zwei Universitätsprofessoren beauftragt und wie viele Juristen sind im BMF beschäftigt?
9. Aus welchem Grund wurde eine Rechtsanwaltskanzlei mit der juristischen Vergaberechtsberatung für den Verkauf der Bundeswohnungen befasst und wie viele Juristen in Ihrem Ressort beschäftigen sich mit Vergaberecht?
10. Wie viele Unternehmen wurden insgesamt mit Beratungsleistungen im Zusammenhang mit einer Umstrukturierung der ÖBB beauftragt, welche Kosten wurden dadurch verursacht und woraus erklärt sich der Umstand, dass für diese Beratungsdienstleistung mindestens zwei Rechtsanwaltskanzleien beauftragt wurden?
11. Warum ist es notwendig, eine Rechtsanwaltskanzlei und zwei Universitätsprofessoren mit der laufenden Rechtsberatung in diversen Vergabeverfahren zu betrauen und aus welchen Gründen wird das ressortinterne Know-how nicht genutzt?
12. Aus welchen Gründen wurde Dr. Bernd Marin bzw. das Europäische Zentrum für Wohlfahrtspolitik für PR-Dienstleistungen herangezogen und ist es richtig, dass für diese Dienstleistungen 145.345 Euro an Kosten angefallen sind?

13. In welche Einzelaufträge gliedert sich die Informations- und Kommunikationskampagne für kleine und mittlere Unternehmen und aus welchen Gründen wurde für die Erhebung von Bedürfnissen der KMUs nicht die dafür zuständige Wirtschaftskammer herangezogen?
14. In welcher Höhe wurden durch das Finanzministerium seit 4.2.2000 Aufträge für externe Beratung und Werbung vergeben (unter Anführung möglicher nicht im Begründungstext genannter Vergaben und deren Kostenhöhe)?
15. Von welchem Unternehmen wurde Ihre persönliche Homepage (www.karlheinzgrasser.at) erstellt und können Sie ausschließen, dass dieses Unternehmen auch Auftragsbeziehungen zum BMF unterhält?

In formeller Hinsicht wird verlangt, diese Anfrage im Sinne des § 93 Abs. 2 GOG dringlich zu behandeln.

