

---

**8810/J XXIV. GP**

---

Eingelangt am 16.06.2011

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

## Anfrage

der Abgeordneten Kuzdas  
und GenossInnen  
an die Bundesministerin für Finanzen

betreffend der **Umfärbeaktion im Finanzministerium der besonderen Art**

Die Tageszeitung „Der Kurier“ berichtet in seiner Ausgabe vom 14. Juni 2011, Seite 10 (seine Faksimile) über eine Umfärbeaktion der besonderen Art.

*"Kurier" vom 14.06.2011*

*Seite: 10*

*Ressort: Wirtschaft*

*Wi, Abend, Bgld, Länder, W.O., Morgen*

### **Ministerin Fekter färbt das Finanzministerium um**

Neues Logo - "Noch mehr Schwarz" lautet offenbar die Devise im Bundesministerium für Finanzen (BMF), seit Maria Fekter vor knapp zwei Monaten eingezogen ist. Nun startet die schwarze Ministerin nämlich eine Umfärbeaktion der besonderen Art.

Sie veranlasste eine Umfärbung des aktuell knallroten BMF-Logos auf ein dunkleres Bordeauxrot. Ihr Sprecher Gregor Schütze bestätigte dem KURIER die Änderung im optischen Auftritt. "Die Ressortleitung kann frei darüber entscheiden", kommentierte er die Erneuerungen im Logo.

Die Umstellung solle "Schritt für Schritt" erfolgen. Eile hat man offenbar keine, bis alle Logos umgefärbt sind, dürfte es noch eine Weile dauern. Das bisher einheitlich rote Logo wird es also in nächster Zeit in zwei Farben geben. Inseriert wird bereits in der neuen Farbe. Fekters Sprecher redet von einem "kostenneutralen" Wechsel.

So sollen etwa alle Bestände mit aktuellen Briefköpfen aufgebraucht werden, erst dann werde man Briefköpfe in der neuen Farbe drucken. Zusätzlich werden österreichweit sämtliche Schilder an den Finanz- und Zollämtern ausgetauscht. Über die Höhe der zusätzlichen Kosten, die im Laufe der Erneuerung anfallen, wollte Schütze keine Angaben machen.

Damit ist nicht etwa eine politische Umfärbeaktion a la Ernst Strasser als Bundesminister für Inneres gemeint, sondern eine Neugestaltung des Logos (Synonym: Firmenzeichen, Markenzeichen) des BMF.

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

Eine Begründung für diese Maßnahme wird im Zeitungsbericht nicht gegeben. Eine politische Notwendigkeit ist den unterzeichneten Abgeordneten nicht ersichtlich und die Behauptung von einem kostenneutralen Wechsel ist nicht nachvollziehbar. Zudem scheint der Nutzen dieser „Umfärbeaktion“ fragwürdig, weil eine „eingeführte Marke“ in der Wirtschaft oftmals selbst nach einer Übernahme durch einen neuen Eigentümer beibehalten bleibt (z. B.: Lauda-Air nach der Übernahme durch die AUA).

Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher an die Bundesministerin für Finanzen nachstehende

### **Anfrage**

1. Welcher konkrete Anlass motiviert Sie, das allseits bekannte Markenzeichen des BMF zu ändern?
2. Wurde mit der Neugestaltung des Logos ein Unternehmen betraut oder wurde die Farbänderung im BMF vorgenommen?
3. Welche Kosten sind durch die Änderungen der elektronischen Logovorlagen entstanden?
4. Welche Kosten sind durch die Änderung des Web-Auftritts des BMF und allfälliger nachgeordneter Stellen entstanden?
5. Müssen durch die Logo-Änderung auch Druckvorlagen für Visitenkarten und Briefpapier geändert werden? Wenn ja, welche Kosten fallen für diese Änderung an?
6. Durch welche Maßnahmen wird sichergestellt, dass vorhandene Briefpapiere, Formulare und Visitenkarten nicht vorzeitig - also vor dem vollständigen Verbrauch - getauscht werden?
7. Werden die Schilder an den Gebäuden der Dienststellen des BMF getauscht? Wenn ja, wie viele Dienststellen sind davon betroffen und wie lange wird der Austauschprozess der Schilder dauern?
8. Welche Kosten fallen für die Änderung der Beschilderung an bzw. in den Gebäuden der Dienststellen des BMF an?
9. Wie lange wird der „Umfärbeprozess“ insgesamt dauern?
10. Hat es vor der Entscheidung zu dieser Umfärbeaktion eine Kosten/Nutzen-Betrachtung gegeben?
11. Wie hoch sind die gesamten Kosten der Umfärbeaktion und welcher Nutzen wird erwartet?