

10820/J XXVII. GP

Eingelangt am 27.04.2022

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

ANFRAGE

des Abgeordneten Christian Hafenecker, MA
und weiterer Abgeordneten
an den Bundesminister für Finanzen
betreffend **Werbekampagne zur Steuerreform**

Das Bundesministerium für Finanzen bewirbt derzeit mittels entgeltlichen Werbeeinschaltungen die vom Ministerium großspurig als „Entlastungspaket“ bezeichnete Steuerreform. Angesichts der Tatsache, dass eine Steuerreform grundsätzlich ohnehin automatisch wirken und somit kein aktives Handeln der Steuerzahler erforderlich sein sollte, ist der Zweck sowie die Sinnhaftigkeit dieser Kampagne kritisch zu hinterfragen. Schließlich handelt es sich bei einer Reform weder um ein Produkt, welches verkauft werden muss, noch um eine Angelegenheit mit besonderem Informationsbedarf, sondern um eine Maßnahme, die jeder in der Geldbörse spüren sollte – so zumindest die immerwährende Botschaft verantwortlicher Regierungsmitglieder.

In diesem Zusammenhang stellen die unterfertigten Abgeordneten an den Bundesminister für Finanzen folgende

Anfrage

1. Wurde mit der Erstellung des Konzepts, des Inhalts und/oder des Vertriebs der Radioeinschaltungen sowie der Inserate eine Agentur bzw. ein externes Unternehmen beauftragt?
 - a. Wenn ja, welche Agentur bzw. welches Unternehmen wurde beauftragt?
 - b. Wenn ja, aus welchen Gründen hat man sich für diese Agentur bzw. für dieses Unternehmen entschieden?
 - c. Wenn ja, ging der Beauftragung dieses Unternehmens ein Ausschreibungsverfahren voraus?
 - d. Wenn ja, wie viele Bewerber gab es und nach welchen Kriterien wurde die Vergabe durchgeführt?
 - e. Auf welche Höhe belaufen sich die Gesamtkosten der beauftragten Agentur bzw. des beauftragten Unternehmens?
 - f. Wie hoch waren die Gesamtkosten der entgeltlichen Einschaltung? (Es wird um detaillierte Auflistung sämtlicher Kosten, etwa für externe Dienstleister, Einschaltung, Personal, Vertrieb, etc., gebeten)

- g. Welche konkreten Personen bzw. welche Abteilungen Ihres Ministeriums waren in den Vergabeprozess involviert?
 - h. Wenn nein, warum nicht?
 - i. Wenn nein, durch wen erfolgte die Erstellung des Inserates und welche Kosten (Personalaufwand etc.) sind dadurch entstanden?
 - j. Aus welchen Budgetmitteln wurde bzw. wird diese Kampagne finanziert?
2. Erfolgte eine Bewerbung dieser Kampagne auch auf Social-Media-Plattformen?
 - a. Wenn ja, auf welchen?
 - b. Wenn ja, wer war bzw. ist für deren Konzepterstellung zuständig?
 - c. Wenn ja, durch wen wird diese Social-Media-Kampagne betreut?
 - d. Wenn ja, auf welche Höhe belaufen sich die dafür insgesamt aufzuwendenden Kosten, gegliedert jeweils nach Medium und von der Konzepterstellung bis zur Durchführung?
 - e. Aus welchen Budgetmitteln wurde bzw. wird diese Bewerbung finanziert?
 3. Welche Zielgruppen sollen durch diese Kampagne im Allgemeinen erreicht werden, gegliedert jeweils nach Medium?
 - a. Inwiefern erfolgt eine Evaluierung hinsichtlich des Erreichens der entsprechenden Kampagnenziele?
 - b. Wer führt diese Evaluierung durch?
 - c. Erfolgen auch Inseratenschaltungen in Publikationen von politischen Organisationen oder Interessensvertretungen?
 - d. Wenn ja, in welchen und zu welchen Preisen jeweils?