

**Anfrage**

der **Abgeordneten Thomas Drozda**,

Genossinnen und Genossen

an die **Bundesministerin für Digitalisierung und  
Wirtschaftsstandort**

betreffend **„Kaufhaus Österreich – Was und wer steckt hinter dem nächsten  
Dilettantismus dieser Bundesregierung?**

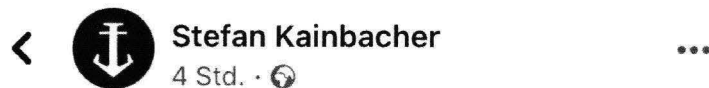
Politische Kabarettisten haben es zurzeit schwer. Die Darbietung der Bundesregierung ist in vielen Fragen leider kaum zu toppen.

Jüngstes Beispiel: Kaufhaus Österreich. Gute Idee, aber in der Umsetzung an Dilettantismus nicht zu überbieten.

Man wähnt sich in einer Satireshow – es handelt sich aber um Aktivitäten der österreichischen Bundesregierung, die ihrem Ruf als Marketing-Regierung einmal mehr gerecht wird.

Ja, man kann darüber lachen, dass man eine Plattform Kaufhaus nennt, in der man nichts kaufen kann. Man kann darüber lachen, dass man Beim Suchbegriff „Schuhe“ bei dieser raffinierten Plattform in einer Salzburger Buchhandlung landet, aber dazu ist die Situation für österreichische KMUs durch das Versagen auf allen Ebenen dieser Regierung zu ernst.

Im ersten Lockdown wurden diese Unternehmen zu Bittstellern der WKO gemacht, jetzt lässt man sie im zweiten Lockdown wieder im Regen stehen. Diese Plattform – für kolportierte 700.000 Euro – ist eine Verhöhnung der österreichischen Handelsunternehmen. Der Stand der Suchtechnik entspringt offenbar dem Standard des letzten Jahrtausends, als das Internet noch in den Kinderschuhen steckte. Zudem gibt es auf Social Media zahlreiche Hinweise, dass der Wirtschaftskammer und dem Ministerium noch während des ersten Lockdown eine vergleichbare Leistung um rund 50.000 Euro angeboten wurde.



Wir haben der **Wirtschaftskammer** und dem Ministerium noch während des ersten Lockdowns ein Verzeichnis mit Zusatzoptionen für die Digitale Transformation für kleine Händler ohne Internetauftritt angeboten. Inkl. Reservierung und Bestellabläufen zur Corona-gerechten Abholung.

Für 50k mit Umsetzung innerhalb von 3 Monaten. Man darf nichts direkt vergeben war die Aussage und hat uns auf diverse Förderungen verwiesen. Wurden **ÜBERALL** abgelehnt.

Jetzt weiß ich wieso. **#kaufhausösterreich**

Wir waren zu billig und haben obendrein noch etwas was angeboten was Hand und Fuß hat. Und wir wollten uns nicht daran bereichern.

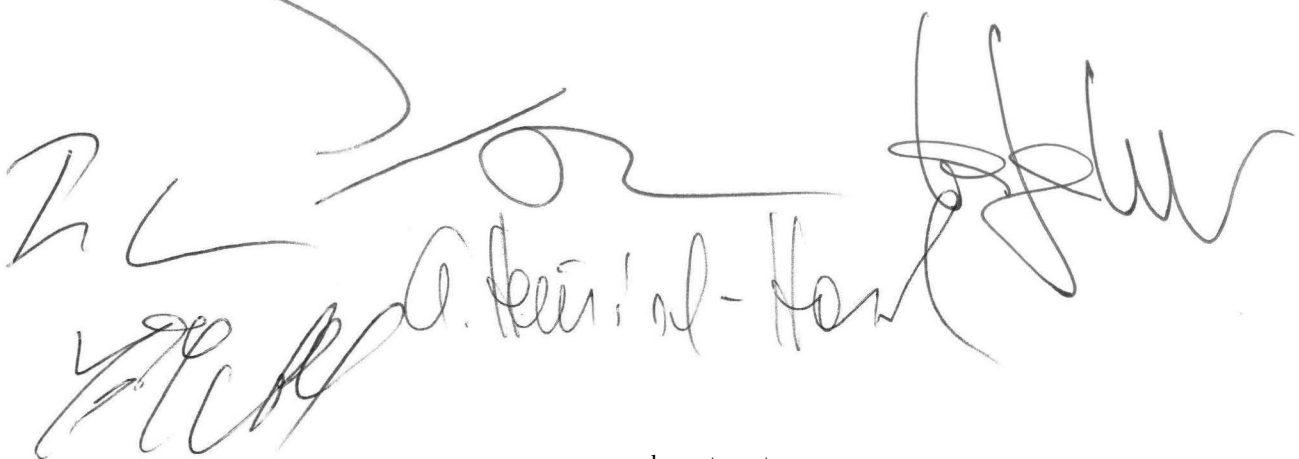
Zudem verdichten sich die Hinweise, dass bei Kaufhaus Österreich ein Unternehmen beauftragt wurde, das den Wahlkampf für Othmar Karas gemacht hat. Wird interessant zu erfahren sein, wieviel von den kolportierten 700.000 Euro diese Firma erhalten hat.

Die unterzeichnenden Abgeordneten stellen daher folgende

### **ANFRAGE**

- 1) Von wem stammt die Idee zum Kaufhaus Österreich und wann haben Sie erstmals davon erfahren?
- 2) Wann und in welchem Kreis (Sitzungen, TeilnehmerInnen) erfolgte die Konzeption der Website Kaufhaus Österreich?
- 3) Wer hat entschieden, dass auf Kaufhaus Österreich nicht nach Produkten gesucht werden kann?
- 4) Wurden für die Konzeption der Website externe Firmen/Berater beauftragt?
  - a. Wenn ja, gab es dafür eine öffentliche Ausschreibung?
  - b. Wenn ja, mit welchen Firmen wurden in welchem Ausmaß Leistungsvereinbarungen getroffen? (Bitte um genaue Auflistung der Firmen, der exakten Leistungsvereinbarungen sowie dem entsprechenden Honorar?)
  - c. Wie begründen Sie den Zuschlag für die jeweiligen Firmen/Berater? Bitte um Bekanntgabe der entsprechenden Kriterien (wie insbes. Erfahrung, Expertise bei der Umsetzung einer Onlinehandelsplattform)
- 5) Wurden für die Umsetzung der Website externe Firmen/Berater beauftragt?
  - a. Wenn ja, gab es dafür eine öffentliche Ausschreibung?
  - b. Wenn ja, mit welchen Firmen wurden in welchem Ausmaß Leistungsvereinbarungen getroffen? (Bitte um genaue Auflistung der Firmen, der exakten Leistungsvereinbarungen sowie dem entsprechenden Honorar?)
  - c. Wie begründen Sie den Zuschlag für die jeweiligen Firmen/Berater? Bitte um Bekanntgabe der entsprechenden Kriterien (wie insbes. Erfahrung, Expertise bei der Umsetzung einer Onlinehandelsplattform)

- 6) Wie hoch sind die Gesamtkosten für den/die Steuerzahler/in die in Verbindung mit der Umsetzung der Website Kaufhaus Österreich entstanden sind?
- 7) Welche Rolle spielten die WKÖ und Harald Mahrer bei der Umsetzung von Kaufhaus Österreich?
- Gab es eine Kooperationsvereinbarung mit der WKÖ?
  - Gab es eine Vereinbarung hinsichtlich einer Kostenteilung (falls ja, wie hat diese ausgesehen?) und hat die WKÖ in Zuge dessen externe Firmen mit der Umsetzung der Website beauftragt? (Falls ja, bitte um Bekanntgabe der involvierten Firmen)
  - Gab es gemeinsame Besprechungen mit der WKÖ bezüglich der Umsetzung dieser Website?
- 8) Halten Sie diese Website als Digitalisierungsministerin allen Ernstes für geeignet um in Konkurrenz mit Unternehmen wie Amazon zu treten?
- 9) Warum wurden, wie auf Social Media bekannt wurde, Angebote noch während des ersten Lockdowns - mit Verzeichnis von Zusatzoptionen für die digitale Transformation für kleine Händler ohne Internetauftritt - um kolportierte 50.000 Euro abgelehnt?
- 10) Wie hoch sind die Gesamtkosten für die Bewerbung der Website Kaufhaus Österreich?
- Wie hoch sind die Kosten für Bewerbung im TV?
  - Wie hoch sind die Kosten für Bewerbung im Radio?
  - Wie hoch sind die Kosten für Bewerbung in Online- und Printmedien?
  - Wie hoch sind die Kosten für Bewerbung in Sozialen Medien?
  - Sind diese Kosten bereits in den kolportierten 700.000 Euro enthalten?



Ulrike Haider

