

Anfrage

der Abgeordneten Douglas Hoyos-Trauttmansdorff, Kolleginnen und Kollegen an die Bundesministerin für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort betreffend Folgeanfrage Kaufhaus Österreich

Knapp zwei Monate hat es gedauert, bis die schon nach dem Launch stark kritisierte Website des Kaufhaus Österreich vor dem Aus steht. Ursprüngliche Absicht war die Förderung heimischer Händler - eine "nationale E-Commerce-Plattform". Realität war eine Linksammlung mit fehlerhafter Suchfunktion. Die Website war aber nicht nur nicht praktikabel, sondern wies auch Datenschutz- und Sicherheitsmängel auf. Das gescheiterte Gemeinschaftsprojekt des BMDW und der WKO könnte man fast amüsanter finden, wären dafür nicht ganze 1,2 Millionen EUR an Steuergeld draufgegangen.

Es ist eigentlich kein Wunder, dass die Website in ihrer ursprünglichen Funktion wieder eingestampft wurde. Die Suchfunktion der Website, die laut eigenen Angaben (Anfragebeantwortung 4442/AB) *bewusst ohne spezifischen Algorithmus* ausgestattet war, führte einen beispielsweise von der Suche nach Schutzmasken zu Wanderungen mit Alpakas. Aber ebendiese Suchfunktion hat auch nur 600.000 EUR der insgesamt 1,2 Mio. EUR ausgemacht. Und dennoch ist das nicht der Grund für das Aus: Das Bundesministerium darf gar keinen kommerziellen Marktplatz betreiben. <https://www.derboersianer.com/2021/02/ladenschluss-kaufhaus-oesterreich-sperrt-zu/> Damit nicht alles umsonst war, ist die Plattform zwar für Konsumenten online, wird aber umgebaut; nach erfolgtem Umbau soll die Website dazu dienen, österreichischen Unternehmen beim Einstieg in den E-Commerce zu unterstützen. Diese Tatsache entbehrt nicht eines gewissen Widerspruchs. Nun soll jedenfalls die staatliche Förderstelle Austria Wirtschaftsservice GmbH (aws) den Betrieb der Plattform übernehmen. (<https://www.derstandard.at/story/2000123991552/e-commerce-tipps-statt-einkaufen-kaufhaus-oesterreich-sperrt-zu>)

Doch dieser Plan sowie auch die bereits erfolgte Anfragebeantwortung zu dieser Thematik wirft viele Fragen auf. Besonders auffällig ist, dass die erste Anfrage (4442/AB) nicht ausreichend beantwortet wurde. Vor allem die mangelnden Ausführungen dazu, welches Unternehmen die einzelnen Teilaufgaben dieses Projektes erledigt hat und wieviel jeweils gezahlt wurde, machen eine Beurteilung der Einhaltung der Grundsätze der effizienten Haushaltsführung sowie der Bestimmungen des Bundesvergabegesetz nicht möglich. Ein externer Dienstleister, der seitens des Ministeriums als Mitwirkender genannt wurde (4442/AB), die Firma hpc DUAL, wolle beispielsweise "nichts mit dem Kaufhaus Österreich zu tun haben". "Wir waren zu keiner Zeit als Dienstleister beauftragt, weder bei der Umsetzung noch konzeptionell. Es gibt keinerlei Berührungspunkte mit dem Projekt Kaufhaus Österreich", sagt Josef Schneider, CEO von hpc DUAL der futurezone. <https://futurezone.at/digital-life/kaufhaus-oesterreich-diese-firmen-wirkten-an-der-plattform-mit/401184268>. Während sich eine Agentur, Moodley, hingegen, die nicht genannt wird, dennoch im Quelltext der Website befindet.

Das Tüpfelchen auf dem i scheint wohl die Tatsache, dass Ministerin Schramböck 1,2 Mio. EUR an verschwendetem Steuergeld in der größten Wirtschaftskrise der zweiten Republik nach eigenen Angaben "nicht bereue".

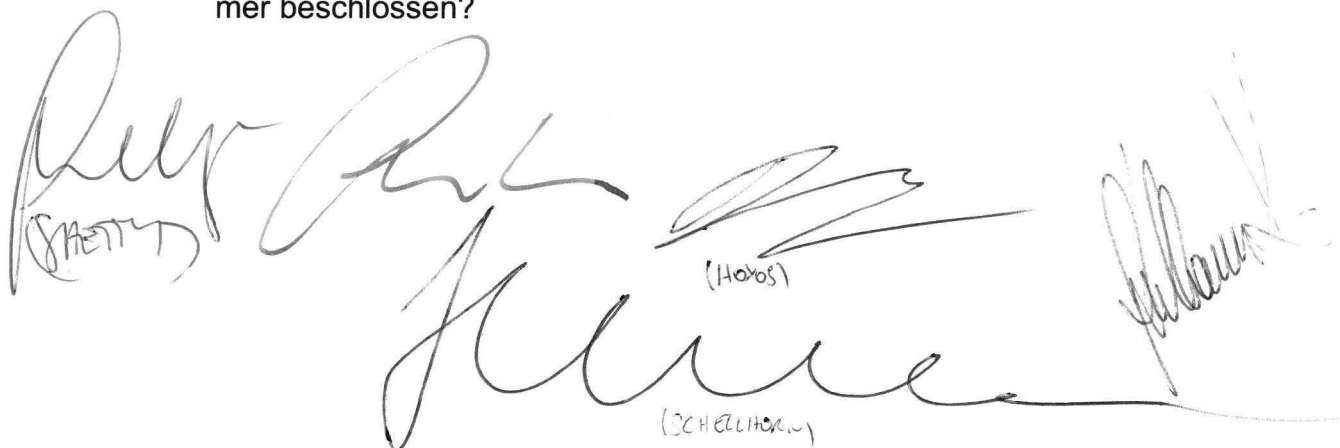
Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher folgende

Anfrage:

1. Welche Teilaufgaben des Projekts wurden ausschließlich von der LFRZ GmbH (also ohne Unterstützung von Subunternehmern) erledigt?
 - a. Wieviel Prozent im Verhältnis zum Gesamtprojekt stellen diese dar?
2. Welche Teilaufgaben des Projekts Kaufhaus Österreich wurden von der Accenture GmbH erledigt?
 - a. Wieviel Prozent im Verhältnis zum Gesamtprojekt stellen diese dar?
3. Wieviel Geld hat die Accenture GmbH für die Erbringung ihrer Leistung erhalten?
 - a. Wieviel Prozent im Verhältnis zum Gesamtprojekt stellen diese dar?
4. Welche Teilaufgaben des Projekts Kaufhaus Österreich wurden von der Digitalberatung GmbH erledigt?
 - a. Wieviel Prozent im Verhältnis zum Gesamtprojekt stellen diese dar?
5. Wieviel Geld hat die Digitalberatung GmbH für die Erbringung ihrer Leistung erhalten?
 - a. Wieviel Prozent im Verhältnis zum Gesamtprojekt stellen diese dar?
6. Laut Bericht der Futurezone vom 10. Februar 2021 wolle die Firma hpc DUAL "nichts mit dem Kaufhaus Österreich zu tun haben". <https://futurezone.at/digital-life/kaufhaus-oesterreich-diese-firmen-wirkten-an-der-plattform-mit/401184268>
 - a. Wie erklären Sie sich dieses Missverständnis?
 - b. Welche Teilaufgaben des Projekts Kaufhaus Österreich wurden von der hpc DUAL Österreich GmbH erledigt?
 - i. Wieviel Prozent im Verhältnis zum Gesamtprojekt stellen diese dar?
 - c. Wieviel Geld hat die hpc DUAL Österreich GmbH für die Erbringung ihrer Leistung erhalten?
 - i. Wieviel Prozent im Verhältnis zum Gesamtprojekt stellen diese dar?
7. In der Anfragebeantwortung 4442/AB wurden ebendiese externen Dienstleister bezüglich einer Mitwirkung an der Website genannt. Im Quelltext der Website findet sich jedoch auch der Name der Agentur "Moodley". Wie ist diese Tatsache erklärbar?
 - a. In welcher Form war die Agentur Moodley in das Projekt eingebunden? Welche Teilaufgaben des Projekts Kaufhaus Österreich wurden von Moodley erledigt?
 - b. Wie viele Prozent im Verhältnis zum Gesamtprojekt stellen diese dar?
 - c. Wieso fand diese Agentur keine Erwähnung in der Anfragebeantwortung?

8. Wieviel hat die Entwicklung des Händlerteils des Kaufhaus Österreich mit den E-Commerce Weiterbildungsmöglichkeiten gekostet? (wenn technische Teilaufgaben beide Teile betreffen bitte aliquot aufteilen)
9. Wieviel hat der Betrieb des Händlerteils des Kaufhaus Österreich mit den E-Commerce Weiterbildungsmöglichkeiten gekostet? (wenn technische Teilaufgaben beide Teile betreffen bitte aliquot aufteilen)
10. Wieviel hat die Entwicklung des Konsumententeils des Kaufhaus Österreich gekostet? (wenn technische Teilaufgaben beide Teile betreffen bitte aliquot aufteilen)
11. Wieviel hat der Betrieb des Konsumententeils des Kaufhaus Österreich gekostet? (wenn technische Teilaufgaben beide Teile betreffen bitte aliquot aufteilen)
12. Wie verteilen sich die Ausgaben bei der TV-Werbung? (Bitte geben Sie Empfänger, konkrete Leistung und Kosten an)
13. Wie verteilen sich die Ausgaben bei den Online- und Printmedien? (Bitte geben Sie Empfänger, konkrete Leistung und Kosten an)
14. Wie verteilen sich die Ausgaben bei der den sozialen Medien? (Bitte geben Sie Empfänger, konkrete Leistung und Kosten an)
15. Inwiefern war die Finanzprokurator im Vorfeld in die Planung bezüglich des Projekts Kaufhaus Österreich eingebunden?
 - a. Gab es von Seiten der Finanzprokurator eine Stellungnahme zur Beauftragung des Projekts Kaufhaus Österreich durch Ihr Ministerium?
 - i. Wenn ja, wann?
 - ii. Wenn ja, mit welchem Inhalt?
 - b. Wenn nein, inwiefern hat sich die Finanzprokurator bezüglich des Projekts geäußert?
16. Haben Sie im Vorfeld zu diesem Projekt Informationen darüber eingeholt, inwiefern die Betreuung einer kommerziellen Plattform als Ministerium möglich ist?
 - a. Wenn ja, von wem, wann und mit welchem Ergebnis?
 - b. Wenn nein, warum nicht?
17. Angaben von BM Schramböck zufolge wird das Kaufhaus Österreich in der derzeitigen Form nicht fortgeführt. Die Plattform soll zu einer Info-Plattform umgebaut werden.
 - a. Wer wurde mit dem Umbau der Plattform beauftragt?
 - b. Gab es eine Ausschreibung?
 - c. Welche Subauftragnehmer wurden für welche konkreten Leistungen beauftragt?
 - d. Was soll diese Info-Plattform konkret leisten können?
 - e. Wann wird dieser Umbau fertiggestellt sein?
18. Kosten in welcher Höhe werden durch diesen Umbau entstehen? Bitte um Übermittlung pro Leistung und Auftragnehmer sowie Subauftragnehmer.
19. 30 Prozent der bereits angefallenen Kosten für KHÖ würden eine Förderung der teilnehmenden Firmen bedeuten, wird BM Schramböck in der Futurezone zitiert.

- a. Wie viel Förderung entspricht dies pro teilnehmendem Unternehmen?
 - b. Wann wird diese Förderung ausbezahlt?
 - c. Erfolgt dies automatisch oder müssen Unternehmen diese Förderung beantragen?
20. Inwiefern verändern sich durch diesen Umbau die in der Anfragebeantwortung 4442/AB genannten laufenden monatlichen Kosten für den technischen Betrieb (€ 2.642,50) und die Wartung (€ 2.566,00)?
21. Inwiefern beeinflusst der Umbau der Plattform die KPI, die in der Anfragebeantwortung 4442/AB genannt wurden?
22. Bisher floss eine anständige Summe auch in Werbung für die Plattform. Ist eine Bewerbung der Website auch nach dem Umbau weiterhin geplant?
- a. Wenn ja, welche Kampagnen sind für die Bewerbung geplant? Bitte um Aufschlüsselung nach Medium, geplanten Kosten und Kanal.
 - b. Wenn ja, wie hoch ist das dafür zum aktuellen Zeitpunkt geplante Gesamtbudget?
 - c. Wenn ja, wie soll der Erfolg der Kampagnen gemessen werden?
 - d. Wird das KHÖ in der Zwischenzeit, also bis der Umbau fertiggestellt ist, weiterhin beworben? Kosten in welcher Höhe fallen dafür an?
23. Warum wird die Gestion des KHÖ künftig vom aws und nicht mehr vom BMDW und der WKÖ übernommen?
24. Das Kaufhaus Österreich war ursprünglich als Suchplattform angedacht. In der Anfragebeantwortung 4442/AB erläutern Sie, dass für die Such,- und Filterfunktion *bewusst* kein spezifischer Algorithmus definiert wurde.
- a. Warum?
 - b. Wie kann ohne sinnvolle Reihung durch einen bestimmten Algorithmus ein zielführendes Suchergebnis garantiert werden?
25. Das Projekt war ursprünglich ein gemeinsames des Wirtschaftsministeriums und der Wirtschaftskammer. Welche Vereinbarung gab es als Grundlage dieser Zusammenarbeit?
- a. Inwiefern wurde diese geändert, sodass die Wirtschaftskammer einfach aussteigen und die Medieninhaberschaft von der aws übernommen werden konnte?
 - b. Welche Bedingungen gab es für den Ausstieg der Wirtschaftskammer?
 - c. Wann, warum und durch wen wurde der Ausstieg der Wirtschaftskammer beschlossen?



(SHERY) (HOBOS) (SCHALLER) (SCHALLER)

