

XXIV. GP.-NR

9746/J

10. Nov. 2011

ANFRAGE

des Abgeordneten Strache
und weiterer Abgeordneter

an den Bundeskanzler

betreffend Werbeaufwendungen im Bereich der sozialen Medien (Social Media)

Am Nationalfeiertag 2011 startete das Bundeskanzleramt eine Werbeoffensive für die Person des Bundeskanzlers im Bereich „Social Media“. Mit dieser Aufgabe sollen neun Personen betraut sein, die eigens dafür abgestellt wurden. Diese Informationen stammen von der Projektverantwortlichen Andrea Feigl. Laut Ihrer „Facebook“-Seite kümmern sich neun Personen als „team bundeskanzler“ um Ihre Web-Auftritte.

Es gibt ein eigenes App für iPhones und Android-Handys, um die Aktivitäten Ihrer Person beinahe in Echtzeit miterleben und gegebenenfalls kommentieren zu können. Zur Medienpräsenz zählt zusätzlich ein eigener Youtube-Kanal, der die Tätigkeiten des Bundeskanzlers bewerben soll.

Beim genannten Projekt handelt es sich um einen weiteren Beleg dafür, wie der Bundeskanzler und die ihn umgebende Mannschaft mit Steuergeld umgehen. Um sich in Zukunft etwas weniger Inseraten zur Bewerbung bedienen zu müssen, werden wiederum enorme Summen ausgegeben. In diesem Fall wird dieses Geld nicht an Printmedien weitergereicht, sondern direkt im Bundeskanzleramt verwendet. Doch das System dahinter bleibt das gleiche und da wie dort wird der Steuerzahler kräftig zur Kasse gebeten.

Kritik kommt nicht nur von der Opposition, sondern auch von anderen Personen:

So twitterte etwa der Politikwissenschaftler und Parteienexperte DDr. Hubert Sickinger mit Ihrem Team bereits am 26. Oktober 2011 wie folgt:

„Eigentlich ist es ein grundlegendes Problem, so einen Webauftritt als Regierungschef, nicht als Parteichef zu machen. Denn als Kanzler spricht Faymann für die Republik bzw. die gesamte Regierung, polarisierende parteipolitische Aussagen sind da nicht drin. Allerdings würde man vom Politiker Faymann im Mitmachweb gerade klare politische Aussagen erwarten -> wäre aber seine Rolle als Parteichef. Für die Kommunikation des Parteichefs dürfte natürlich auch nicht öffentliches Geld und beamtetes Personal herangezogen werden... Kurzum: die "staatstragende" Rolle wäre viel billiger zu haben gewesen, den politischen Auftritt hätte die Partei machen müssen. Regierungssprecher in Deutschland achten sorgfältig darauf, nur die Regierungsthemen zu kommunizieren, nicht Parteipolitik.“

Auch der stellvertretende Chefredakteur der ORF-Fernsehinformation und Hauptmoderator der ZIB2, Dr. Armin Wolf versuchte über twitter mit Ihrem „team bundeskanzler“ in Kontakt zu treten:

„Hallo, teamkanzler! Ist da wer? - Ich glaub, ich mach einen auf Armin Thurnher und stelle meine Frage zur Finanzierung ab jetzt jeden Tag - bis zu einer Antwort. - Warum antwortet @teamkanzler zwar anderen, aber mir nicht? - Neuer Versuch, liebes @teamkanzler: Warum wird die Faymann-Promo auf <http://www.bundeskanzler.at> eigentlich von uns bezahlt und nicht von der SPÖ?“

In diesem Zusammenhang richten die unterfertigenden Abgeordneten an den Bundeskanzler folgende

ANFRAGE

1. Wie viele Personen sind damit betraut, den Auftritt Bundeskanzler Werner Faymanns im Bereich der Social Media zu betreuen?
2. Welchem Gehaltsschema unterliegen diese Personen und wie hoch ist deren jeweiliges Jahresgehalt?
3. Wie hoch sind die Kosten, die durch Bereitstellung von Büroräumlichkeiten und für zur Ausübung ihrer Tätigkeit notwendigen, sonstigen Gerätschaften entstehen?
4. Welche Firma bzw. Firmen wurden jeweils mit der Erstellung der angeführten Apps für iPhone und Android-Handys beauftragt?
5. Welchen finanziellen Umfang haben diese Aufträge jeweils?
6. Wurden die Aufträge öffentlich ausgeschrieben?
7. Wenn ja, welche Kriterien waren entscheidend und welche (namentlich zu nennenden) Firmen haben sich beworben?
8. Wer bestimmte darüber, welche Firmen den Zuschlag am Ende erhielten?
9. Welche Firma oder welche Firmen sind mit der Produktion von Videos über Bundeskanzler Faymann betraut?
10. Welche Kosten sind dadurch zu erwarten?

11. Gab es im Zusammenhang mit Videoproduktionen eine öffentliche Ausschreibung?
12. Wenn ja, welche Kriterien waren entscheidend und welche (namentlich zu nennenden) Firmen haben sich beworben?
13. Wer bestimmte darüber, welche Firmen den Zuschlag am Ende erhielten?
14. Gibt es langfristige Verträge im Zusammenhang mit Videoproduktionen über Bundeskanzler Faymann?
15. Welche Kosten verursachten die 10 Videos „Rundgang Bundeskanzleramt“, die in 3D produziert wurden?
16. Welche Kosten verursachte das Video „Kanzler 2.0“?
17. Welche Kosten verursachte das Video „Nationalfeiertag, Tag der offenen Tür im Bundeskanzleramt“?
18. Wie kann gewährleistet werden, dass die zahlreichen Social Media-Auftritte des Bundeskanzlers zur Information im Interesse der Öffentlichkeit und nicht zur Bewerbung der Person des Bundeskanzlers bzw. der SPÖ zweckentfremdet werden?

