

**Landtagsabgeordneter Mag. Christoph Wolf, M.A.**

An die  
Präsidentin des Burgenländischen Landtages  
Frau Verena Dunst  
Landhaus  
7000 Eisenstadt

Eisenstadt, am 11. Juli 2019

Sehr geehrte Frau Präsidentin!

Gemäß § 29 GeOLT stelle ich Herrn **Landeshauptmann Mag. Hans Peter Doskozil** als zuständiges Ressortmitglied der Burgenländischen Landesregierung folgende

### **schriftliche Anfrage**

Sehr geehrter Herr Landeshauptmann!

Im Juni erging ein Schreiben mit dem Aufdruck „Amtliche Mitteilung“ an burgenländische Haushalte. Weiters sind im ganzen Burgenland Plakate zur „Burgenland-Tour“ des Landeshauptmannes zu sehen.

Dazu stelle ich folgende Fragen:

1. Welche Kosten sind dem Land für diese Aktionen entstanden, aufgelistet nach Personal, Werbekosten, Druckkosten, etc.?
2. Welche konkreten Inhalte sollen den Bürgern durch diese Kampagnen vermittelt werden?
3. Entsprechen die Inhalte dem Landesinteresse oder dem Parteiinteresse?
  - a. Können Sie hier eine klare Abgrenzung von Parteiinhalten garantieren?
4. Dienen diese Kampagnen der Imagepflege des Landeshauptmannes?
5. Sind die Gesamtkosten dieser Kampagnen im Landesvoranschlag berücksichtigt?
  - a. Wenn ja, unter welcher Budgetposition konkret?
  - b. Wenn nein, aus welchem Budgetansatz werden diese Kosten bezahlt?
6. Wurden die gesetzlichen Vorschriften für die gesamte Kampagne, die auf Kosten des Landes umgesetzt wurde, gemäß Medientransparenzgesetz eingehalten?

- a. Wie wird dies begründet?
7. Wurde mit der amtlichen Mitteilung eine Agentur beauftragt?
  - a. Wenn ja, welche und wie hoch waren die Kosten, aufgelistet nach Agenturkosten, Druckkosten, Kampagnenkosten?
  - b. Wo ist der Firmensitz der Agentur?
  - c. Wenn nein, wer hat die Mitteilung verfasst, wer hat das Layout gemacht, wer hat sie gedruckt und wer hat den Versand organisiert?
8. Welche Firma wurde mit der Produktion beauftragt?
  - a. Wo ist der Firmensitz dieser Firma?
9. Erging diese amtliche Mitteilung an jeden burgenländischen Haushalt?
10. Wer war als Absender angeführt?
  - a. Mit welcher Begründung wurde der Absender gewählt?
  - b. Da Sie den Brief als Landeshauptmann an die Bürger geschrieben haben, hätte der Absender dann nicht „Büro des Landeshauptmannes“ lauten sollen?
11. Wie hoch war die Auflage dieser Mitteilung?
12. Wie hoch waren die jeweiligen Kosten für die Erstellung, den Druck und den Versand?
13. Welchen Mehrwert hat dieses Schreiben für die Bürger?
14. Sind heuer noch weitere solche Mitteilungen geplant?
  - a. Wenn ja, wie viele und zu welchen Themen?
  - b. Sind auch amtliche Mitteilungen von weiteren Regierungsmitgliedern geplant?
15. Was war der konkrete Zweck dieser amtlichen Mitteilung?
16. Wer ist für den Inhalt verantwortlich bzw. wer hat den Inhalt des Briefes geschrieben?
17. Im Schreiben wird Glyphosat im Zusammenhang mit den Bienensterben angeführt. Wie begründen Sie diese Aussage?
18. Im Schreiben wird weiters die Biowende angeführt. Welchen Stellenwert haben für Sie unsere konventionellen Landwirte, die unsere regionale Lebensmittelversorgung garantieren?
19. Auch das neue Pflegekonzept wird im Schreiben erwähnt. Wie stehen Sie dazu, dass der Familie des zu Pflegenden durch das Anstellungsmodell letztendlich eventuell weniger Geld zur Verfügung steht?

20. Wie möchten Sie den angekündigten Mindestlohn und den Gratiskindergarten finanzieren?
21. Entsprechen die Inhalte des Schreibens den Inhalten des SPÖ-Wahlprogramms?
22. Wurde eine Agentur mit der Plakataktion zur Burgenland-Tour beauftragt?
  - a. Wenn ja, welche und wie hoch waren die Kosten?
  - b. Wo ist der Firmensitz der Agentur?
  - c. Wenn nein, wer hat die Plakate entworfen, wer hat sie gedruckt und wer hat das Plakatieren übernommen?
23. Wie viele Plakate wurden plakatiert?
24. Welche Firma wurde mit der Produktion beauftragt?
  - a. Wo ist der Firmensitz dieser Firma?
25. Gab es verschiedene Versionen von Plakaten zur Burgenland-Tour?
26. Wie hoch waren die jeweiligen Kosten für die Erstellung, den Druck und das Plakatieren sowie die Flächenmiete?
27. Falls die Plakate aus Landesmitteln finanziert werden, sehen Sie hier keinen Verstoß gegen das Kopfverbot nach dem Medientransparenzgesetz?
28. Sind heuer noch weitere Plakataktionen geplant?
  - a. Wenn ja, wie viele und zu welchen Themen?
29. Wer wurde mit der Bewerbung durch Social Media beauftragt?
  - a. Wie hoch waren die Kosten dafür?
30. In welchen Medien, auch online, wurden Inserate bzw. Bewerbungen geschaltet?
  - a. Wie hoch waren die jeweiligen Kosten dafür?
31. Wie hoch waren die Kosten für die Burgenland-Tour des Landeshauptmannes, aufgeschlüsselt nach Verköstigung, Technik, Veranstaltungsort, Musik, Moderation, Bewerbung, etc.?
32. Wer wurde mit der Durchführung dieser Tour beauftragt?
33. Nach welchen Kriterien und durch wen erfolgte die Auswahl der Gemeinden und der Veranstaltungsräumlichkeiten?

A handwritten signature in blue ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke extending to the right.