

Antwort

der Bundesregierung

auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Dr. Volker Wissing, Frank Schäffler, Dr. Hermann Otto Solms, weiterer Abgeordneter und der Fraktion der FDP – Drucksache 16/9399 –

Internetauftritt des Bundesministeriums der Finanzen – The RAP-P€€R der Nation says: „I love cash“

Vorbemerkung der Fragesteller

Das Bundesministerium der Finanzen hatte im Internet die mittlerweile abgeschaltete Seite www.ilovecash.de eingerichtet. Agenturberichten zufolge wurde der Internetauftritt von einer PR-Agentur gestaltet, um den Abschluss eines gemeinsamen Projektes mit dem Pressereferat des Bundesministeriums der Finanzen zu feiern. Im Impressum der Seite wurde das Bundesministerium der Finanzen als verantwortlich für den Inhalt aufgeführt. Form und Inhalt des Auftritts sind daher Teil der Kommunikationsstrategie des Bundesministeriums der Finanzen.

1. Welches Projekt hat die betreffende PR-Agentur mit dem Pressereferat des Bundesministeriums der Finanzen abgeschlossen, und wie hoch waren die damit verbundenen Kosten?

Die PR-Agentur war in der Zeit vom 1. Dezember 2004 bis 30. November 2007 als Generalunternehmerin Vertragsnehmerin des Bundesministeriums der Finanzen (BMF) für die Neukonzeption und -gestaltung, redaktionelle Betreuung, technische Umsetzung, Hosting und Providing des Internetangebots.

Die Bundesregierung hat in ihrer Antwort auf die Große Anfrage zur Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung (Bundestagsdrucksache 15/2912) ausführlich dargestellt, warum es ihr nicht möglich ist, einzelne Agenturen mit Auftragsvolumina namhaft zu machen. An dieser Rechtsauffassung hält sie fest.

2. Welche Projekte bzw. Aufträge hat die betreffende PR-Agentur in den letzten fünf Jahren für das Bundesministerium der Finanzen sowie andere Bundesministerien bzw. -behörden ausgeführt, um welche hat es sich dabei gehandelt, und wie hoch war das Volumen der einzelnen Aufträge?

Ressort	Projekt	Kosten
BMF	Neukonzeption und -gestaltung, redaktionelle Betreuung, technische Umsetzung, Hosting und Providing	Siehe Frage 1
BMJ	Content Management Lösung mit der Basistechnologie ENID, E-Mail Versand auf Basis von ELAINE, Hosting, Produktion, Gestaltung und technische Umsetzung	Siehe Frage 1
übrige Ressorts	Fehlanzeige	

3. Wie viele Aufträge hat die betreffende PR-Agentur für das Bundesministerium der Finanzen bzw. andere Bundesministerien und -behörden in Arbeit, um welche Aufträge handelt es sich dabei, und wie hoch ist das jeweilige Volumen?

Ressort	Projekt	Kosten
BMF	Pflege/Update ELAINE	Siehe Frage 1
BMJ	Hosting und technische Weiterentwicklung des Internetauftritts, Aktualisierung der Software ELAINE und ENID	Siehe Frage 1
übrige Ressorts	Fehlanzeige	

4. Um welche Aufträge hat sich die betreffende Agentur aktuell beworben, bzw. an welchen Ausschreibungen der Bundesregierung nimmt sie aktuell teil?

Ressort	Projekt	Kosten
BMF*	Fehlanzeige	Fehlanzeige
übrige Ressorts	Fehlanzeige	

* Das BMF hat zurzeit keine einschlägigen Leistungen ausgeschrieben. Bei Angaben zu laufenden Vergabeverfahren wären im Übrigen die Pflichten zur vertraulichen Behandlung der Namen der Bewerber nach § 17 Nr. 5 der Verdingungsordnung für Leistungen – Teil A (VOL/A) zu beachten. Auch die übermittelten Angebote (einschl. des Angebotsvolumens) sind vertraulich zu behandeln, § 21 Nr. 1 Abs. 2 VOL/A, § 4 Abs. 8 der Verdingungsordnung für freiberufliche Leistungen (VOF). Diese Regelung dient insbesondere dazu, für alle Anbieter gleiche Wettbewerbsbedingungen zu gewährleisten und Absprachen zu verhindern.

5. Wie hoch waren die bisher entstandenen Ausgaben des Bundesministeriums der Finanzen im Zusammenhang mit der Seite www.ilovecash.de?

Für die Konzeption und Produktion der Website sind dem BMF keine Kosten entstanden.

6. Auf welche Summe beziffert die Bundesregierung den Wert der Website bzw. wie hoch sind nach Ansicht der Bundesregierung die Kosten für vergleichbare Internetauftritte?

Der monetäre Wert der Website lässt sich hier nicht beziffern.

Die Website wurde von der ehemaligen Auftragnehmerin des BMF erstellt. Erfahrungen zu Kosten für vergleichbare Internetauftritte liegen der Bundesregierung nicht vor.

Im Übrigen wird auf die Antwort zu Frage 1 verwiesen.

7. Wie oft wurde die Seite www.ilovecash.de seit ihrer Freischaltung aufgerufen?

Hierüber liegen dem BMF keine Erkenntnisse vor.

8. Wann wurde die Seite www.ilovecash.de abgeschaltet, und welche Gründe haben die Bundesregierung dazu veranlasst?

Hierüber liegen dem BMF keine Erkenntnisse vor. Die Seite wurde auf freien Entschluss der Betreiberin abgeschaltet.

9. Wie bewertet die Bundesregierung den durch die Seite www.ilovecash.de erzielten politischen Nutzen für die Bürgerinnen und Bürger, und wie begründet die Bundesregierung ihre diesbezügliche Auffassung?

In Anbetracht der intensiven Bemühungen auch politikferne Bevölkerungsschichten für politische Entscheidungsprozesse zu begeistern, ist es aus Sicht des BMF unabdingbar, Methoden und Instrumente zu entwickeln, die insbesondere auch jüngere Bevölkerungsschichten erreichen. Nur so kann potenzieller Politikverdrossenheit entgegengewirkt werden. Dabei ist es erforderlich, fantasievoll zu sein und gegebenenfalls auch außergewöhnliche Wege zu gehen.

Die ehemalige Auftragnehmerin des Bundesministeriums der Finanzen hat einen zielgruppengerechten und im politischen Kommunikationsprozess mutigen Vorstoß unternommen, das schwierige und komplexe Thema Finanzpolitik auf jugendgerechte Art in das Bewusstsein vieler Menschen zu bringen.

Die Website fand in den Medien hohe Aufmerksamkeitswerte und eine hervorragende Resonanz (Fernsehen, Internet-Blogs und Printpublikationen). Damit hat sich bestätigt, dass moderne Instrumente bislang gewohnte Formate ausgezeichnet ergänzen und für die Akzeptanz der Finanzpolitik der Bundesregierung erfolgreich beitragen können.

10. Betrachtet die Bundesregierung die Website als Dienstgeschenk an den Bundesminister der Finanzen, und wie bewertet die Bundesregierung den Sachverhalt aus steuerrechtlicher Sicht?

Die Website wurde erst weit nach Ende des in der Antwort zu Frage 1 erwähnten Vertragsverhältnisses publik. Die Veröffentlichung der Website stand in keinem engen zeitlichen oder sachlichen Zusammenhang zu der ehemaligen Auftragnehmerstellung der Agentur.

Die Bundesregierung betrachtet die Website nicht als „Dienstgeschenk“, sondern als eine Begleiterscheinung betriebsfunktionaler Zielsetzung im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit des BMF. Die Website besitzt mangels Entlohnung für

den Bundesminister der Finanzen keinen Arbeitslohncharakter. Im Übrigen liegen auch die Voraussetzungen einer Schenkung in Sinne von § 516 des Bürgerlichen Gesetzbuchs (BGB) nicht vor.

11. Wie hätte nach Ansicht der Bundesregierung
 - a) eine Privatperson bzw.
 - b) ein Unternehmen einen geschenkten Internetauftritt versteuern müssen?

Der Vorteil aus einem geschenkten Internetauftritt ist einkommensteuerrechtlich eine Einnahme, wenn er

- a) bei Privatpersonen im Rahmen der Überschusseinkunftsarten zufließt und
- b) bei Unternehmen eine Einnahme darstellt, die durch den Betrieb veranlasst ist.

12. Welche Botschaft wollte das Bundesministerium der Finanzen mit der Website www.ilovecash.de kommunizieren, inwieweit ist dieses nach Ansicht des Bundesministeriums der Finanzen gelungen, und wie begründet die Bundesregierung ihre diesbezügliche Auffassung?

Die vermittelte Botschaft ist evident: Es wird für eine Beschäftigung mit dem Thema „Konsolidierung“ gegenüber einer Zielgruppe geworben, die sich vermutlich sonst nur sehr zögerlich mit Politik befasst. An der Konzeption und Ausarbeitung der Website war das BMF nicht beteiligt.

13. Wie will der Bundesminister der Finanzen in der Öffentlichkeit wahrgenommen werden, und inwieweit wurde dieses durch die Homepage www.ilovecash.de unterstützt?

Dem BMF ist es gelungen, die Steuer- und Finanzpolitik der Bundesregierung lösungsorientiert zu vermitteln. Die mit der Schuldenlast von über 1,5 Bill. Euro verbundenen Probleme der Zinslast und damit verbundenen Erblast für die jungen und künftigen Generationen, haben die unterschiedlichen Bevölkerungs- und Bildungsschichten erkannt. Die Rolle des BMF als gewissenhafter Sachwalter der Interessen der Menschen und als Treuhänder der Steuerzahler ist in der Öffentlichkeit bekannt. Tragen mediale Formate zur Verstärkung der Verantwortung des BMF innerhalb der Bundesregierung bei, ist viel erreicht.

Die Wirkung der Website wurde durch das BMF nicht evaluiert.

14. Hatte die Homepage www.ilovecash.de überwiegend persönlichen oder politischen Charakter, und wie begründet die Bundesregierung ihre diesbezügliche Auffassung?

An der Konzeption und Ausarbeitung der Website war das BMF nicht beteiligt. Aber es ist offensichtlich, dass sie keinen persönlichen Charakter hat, sondern sich auf intelligente Weise damit beschäftigt, wie man junge Menschen für Politik begeistern kann – ohne dass es von diesen als langweilig empfunden wird.

15. Hält die Bundesregierung die Bezeichnung RAP-P€€R der Nation für eine angemessene Amtsbezeichnung bzw. Anrede eines Bundesministers

der Finanzen, und wie begründet die Bundesregierung ihre diesbezügliche Auffassung?

Die Bezeichnung RAP-P€€R auf der Website unterstreicht den Ansatz, ein Thema breit zugänglich zu machen, das ansonsten nur in den Wirtschaftsteilen der Medien stattfindet. Der Agentur ist dies auf beeindruckende Weise gelungen. Das belegt die breite Wahrnehmung dieser Seite in den Medien und die darüber möglich gemachte Befassung mit dem Thema „Konsolidierung“.

Im Übrigen unterliegt die Bezeichnung RAP-P€€R auf der Website der Kunstfreiheit. Neben der Freiheit des Einzelnen, künstlerisch tätig zu sein und zu gestalten, besteht auch die Meinungsfreiheit, die auch den Ausdruck von Gedanken durch Bild-, Plastik- und Tonwerke, wie z. B. der angesprochenen Website sichert.

16. Planen andere Mitglieder der Bundesregierung ähnliche Internetauftritte, wenn ja, um welche Mitglieder der Bundesregierung bzw. Internetauftritte handelt es sich dabei, und wann ist mit der Freischaltung der jeweiligen Seite zu rechnen?

Nein

17. Identifiziert sich die Bundesregierung mit „Rappern“, und wie begründet die Bundesregierung ihre diesbezügliche Auffassung?

Die Bundesregierung steht in der Verantwortung gegenüber allen Menschen in der Bundesrepublik Deutschland – seien es Rapper oder Volksmusikanten.

18. Wie beurteilt die Bundesregierung die teilweise im Rap thematisierte Gewaltverherrlichung und Frauenfeindlichkeit, inwieweit lässt sich dieses mit der Vorbildfunktion eines Bundesministers der Finanzen in Einklang bringen und inwiefern hält die Bundesregierung eine solche überhaupt für gegeben?

Die Bundesregierung distanziert sich von jeder Form von Gewaltverherrlichung und Frauenfeindlichkeit.

Inwieweit aus diesem Internetauftritt derartige Schlussfolgerungen gezogen werden können, ist selbst bei kritischer Betrachtung nicht nachvollziehbar.

19. Inwieweit ist nach Ansicht der Bundesregierung der im Rap zur Schau getragene Umgang mit Reichtum übertragbar auf die Steuer- und Haushaltspolitik der Bundesregierung?

Rap entstammt ursprünglich der afro-amerikanischen Kultur. Etwa Ende der 1960er legten insbesondere in New York DJs in Diskotheken und Clubs Platten auf und sagten Musikstücke an. Dabei machten sie Sprüche und Kommentare in einem der Jugend zugänglichen Slang. Dies taten sie zunehmend in Reimen zum Rhythmus der Musik.

In New York etablierte sich Ende der 1970er ein Trend in den vorwiegend schwarzen und verarmten Ghettos, da dessen Bewohner zu den Clubs häufig keinen Zugang erhielten.

Rap beinhaltete später stets auch politische und soziale Themen. Über den Musikstil wurden ihre Botschaften verbreitet und politische Aktivitäten in einer eigenen Sprache kommentiert. Es gelingt mit dieser Internetseite ernsthafte

politische Botschaften mit einem fröhlichen – auch junge Menschen ansprechenden – Auftritt zu verbinden, der von der weit überwiegenden Zahl der Betrachter genau als das verstanden wird, was es ist: Eine moderne, heitere Form der Kommunikation.

Die Fragestellung ist insoweit nicht verständlich.

