

Kleine Anfrage

der Abgeordneten Dr. Florian Toncar, Christian Dürr, Frank Schäffler, Bettina Stark-Watzinger, Markus Herbrand, Katja Hessel, Grigorios Aggelidis, Jens Beeck, Nicola Beer, Dr. Jens Brandenburg (Rhein-Neckar), Mario Brandenburg (Südpfalz), Britta Katharina Dassler, Dr. Marcus Faber, Daniel Föst, Thomas Hacker, Katrin Helling-Plahr, Reinhard Houben, Ulla Ihnen, Olaf in der Beek, Dr. Marcel Klinge, Ulrich Lechte, Christian Sauter, Matthias Seestern-Pauly, Frank Sitta, Benjamin Strasser, Katja Suding, Stephan Thomae der Fraktion der FDP

Nationale Top-Runner Initiative

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie bewirbt auf seiner Website die sog. Nationale Top-Runner Initiative (NTRI) zur Stärkung von Energieeffizienz. „Top Runner“ sind nach Angaben des Bundesministeriums „Geräte, die im Vergleich der Energieeffizienz ganz vorne liegen“.

Auf der weiterführenden Website www.deutschland-machts-effizient.de, ebenfalls eine Website des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie, werden dann im „Produktfinder“ diverse Haushalts- und Elektrogeräte hinsichtlich ihrer Energieeffizienz bewertet. Der Betrachter findet also eine Auflistung etwa von Waschmaschinen oder Fernsehern unterschiedlicher Hersteller, die auf einer Website der Bundesregierung zum Kauf empfohlen werden.

Wir fragen die Bundesregierung:

1. Inwiefern hält es die Bundesregierung in einer sozialen Marktwirtschaft für die Aufgabe staatlicher Behörden, Produkte bestimmter Hersteller zum Kauf zu empfehlen und andere Produkte nicht?
2. Auf welcher rechtlichen Grundlage bewirbt die Bundesregierung den Kauf bestimmter Produkte bestimmter Hersteller?
3. Kann die Bundesregierung ausschließen, dass die Produktinformationen, die sie auf den besagten Websites anbietet, private Anbieter von Verbraucherinformationen, wie Vergleichswebsites oder Verbrauchermagazine, vom wettbewerblichen Markt für Verbraucherinformationen verdrängt, und falls nein, wie rechtfertigt sie das Tätigwerden in diesem Bereich?
4. Inwiefern hat die Bundesregierung die wettbewerblichen Auswirkungen auf dem Markt für Verbraucherportale – sowohl vor dem Aufsetzen der Website als auch danach – geprüft, und mit welchem Ergebnis, und falls nein, warum nicht?

5. Welche Personalstellen sind oder waren mit diesem Projekt befasst (bitte tabellarisch nach Ressort, Tätigkeitsbereich und Besoldungsstufe aufschlüsseln)?
6. Wie hoch stellt sich der Arbeitszeitaufwand zur Betreuung als auch zum Aufbau dieses Onlineangebots dar?
7. Wie hoch sind die laufenden Kosten, die der Bundesregierung durch die Pflege dieses Onlineangebots entstehen?
8. Welche Kosten entstanden der Bundesregierung durch den Aufbau dieses Onlineangebots?
9. Waren und/oder sind externe Dienstleister mit den in den Fragen 6 und 7 erfragten Tätigkeiten befasst, und wenn ja, wie hoch stellen sich die entsprechenden Kosten dar?
10. Wie hoch sind die Zugriffszahlen auf dieses Onlineangebot?
11. Mit welcher Methode misst und wertet die Bundesregierung den Erfolg dieses Onlineangebots?

Berlin, den 10. Oktober 2018

Christian Lindner und Fraktion