

Leonore Gewessler, BA
Bundesministerin

An den
Präsident des Nationalrates
Mag. Wolfgang Sobotka
Parlament
1017 Wien

leonore.gewessler@bmk.gv.at
+43 1 711 62-658000
Radetzkystraße 2, 1030 Wien
Österreich

Geschäftszahl: 2020-0.839.400

17. Februar 2021

Sehr geehrter Herr Präsident!

Die Abgeordneten zum Nationalrat Brandstötter, Dr. Margreiter, Kolleginnen und Kollegen haben am 17. Dezember 2020 unter der **Nr. 4664/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend Agenturauswahl „1-2-3-Klimaticket“ gerichtet.

Diese Anfrage beantworte ich wie folgt:

Zu Frage 1:

- *Welche Personen saßen als Vertreter_innen der oben genannten Institutionen in der Jury?*
 - a. *Waren außerdem noch weitere Personen in die Entscheidungsfindung involviert?*
 - i. *Wenn ja, wer und mit welcher Funktion?*

Es wurde ein Verhandlungsverfahren mit vorheriger Bekanntmachung, also ein zweistufiges Verfahren, durchgeführt.

In der 1. Stufe erfolgte die Auswahl– wie vom BVergG 2018 vorgegeben - nach unternehmensbezogenen Kriterien:

Schritt 1: „schriftliche Vorstellung“ (1.9.-3.9.2020) – Auswahl der 8 Bewerber_innen, die zur mündlichen Vorstellung zugelassen werden.

Schritt 2: „mündliche Vorstellung“ (am 10. und 11.9.2020) – Auswahl der 4 Bewerber_innen, die zur zweiten Stufe zugelassen werden.

In der 2. Stufe erfolgte die Bewertung nach angebotsbezogenen Kriterien: Mündliche Präsentation („Pitch“) am 22. Oktober 2020, bei der das eingereichte schriftliche Konzept bewertet wurde. Die mündliche Präsentation diente der Auswahl der zwei Rahmenvereinbarungspartner_innen.

Die Bewertungskommission in beiden Stufen bestand aus Expert_innen der International Advertising Association, Alliance Swiss Pass, ÖBB, Westbahn, Oberösterreichischer Verkehrsver-

bund und des BMK. Die genannten Institutionen nominierten jeweils eine_n Vertreter_in, mein Ressort nominierte zwei Vertreter. Die Mitglieder trafen ihre Entscheidungen subjektiv-autonom, d.h. jede_r für sich und unabhängig von Dritten.

Zu Frage 2:

- *Welche Kosten entstanden durch den Pitch?*

Für die Beratung und Durchführung des Vergabeverfahrens wurde Schramm Öhler Rechtsanwälte GmbH bzw. die Plattform „PITCHPRO'S“ beauftragt. Vor der Beauftragung wurden Vergleichsangebote eingeholt. Für die Abwicklung des gesamten Vergabeverfahrens wurde ein Entgelt von insgesamt € 29.000,- exkl. Auslagen vertraglich vereinbart.

Zu Frage 3:

- *Wie gestaltete sich das Verfahren und nach welchen genauen Kriterien wurde die Auswahl getroffen?*

Es handelte sich um ein Verhandlungsverfahren mit vorheriger europaweiter Bekanntmachung zum Abschluss einer Rahmenvereinbarung mit zwei Rahmenvereinbarungspartner_innen. Die Rahmenvereinbarung wurde mit jenen zwei Bieter_innen abgeschlossen, die im Vergabeverfahren die höchste Gesamtpunktzahl erreicht haben. Hintergrund des Abschlusses einer Rahmenvereinbarung mit zwei Unternehmen ist der Umstand, dass das BMK Vorsorge treffen will, falls der/die erstgereichte Bieter_in innerhalb des Vertragszeitraumes nicht mehr für die Leistungserfüllung in Betracht kommt (z.B. wegen Insolvenz oder Kündigung etc.) oder, dass zusätzliche Leistungen aus der Rahmenvereinbarung abgerufen werden sollen. Diesfalls hat mein Ministerium die Möglichkeit, nach der in der Rahmenvereinbarung für den jeweiligen Fall vorgesehenen, beschriebenen Variante (unmittelbarer Abruf oder Abruf nach Aufforderung zur erneuten Angebotslegung) von dem/der anderen Rahmenvereinbarungspartner_in abzurufen und den Agenturvertrag mit dem/der anderen Rahmenvereinbarungspartner_in abzuschließen bzw. einzelne Leistungen aus der Rahmenvereinbarung abzurufen.

Das Verfahren erfolgte in zwei Stufen (siehe dazu meine Ausführungen zu Frage 1). In den Ausschreibungsunterlagen war vorgesehen, dass vier Bewerber_innen zur zweiten Stufe zugelassen werden. Diese vier Bewerber_innen wurden nach folgendem Schema ermittelt: Zunächst wurden die von den 25 Bewerber_innen eingereichten schriftlichen Vorstellungen nach den in Ausschreibungsunterlagen festgelegten unternehmensbezogenen Kriterien von einer Bewertungskommission bewertet und jene 8 Bewerber_innen ermittelt, die zur mündlichen Vorstellung zugelassen wurden. In einem zweiten Schritt erfolgte die mündliche Vorstellung, bei welcher von einer Jury nach den in den Ausschreibungsunterlagen abgebildeten unternehmensbezogenen Kriterien die besten vier Bewerber_innen ermittelt wurden. Die unternehmensbezogenen Kriterien lauteten wie folgt: Vorstellung der Agentur, fachliche Kompetenz, die Vorstellung von 3 Referenzprojekten, Vorstellung des Schlüsselpersonals.

In der zweiten Stufe hatten die verbliebenen vier Bieter_innen ein Konzept sowie Angebotspreise einzureichen. Das Konzept musste vor einer Jury präsentiert werden („Pitch“). Die zwei Rahmenvereinbarungspartner_innen wurden ermittelt aufgrund folgender Zuschlagskriterien: 1. Zuschlagskriterium: Preis (30 %): Monatspauschale, durchschnittlicher Stundensatz, Preisliste, Übernahme Nutzungsrechte. 2. Zuschlagskriterium: Qualität (70%): mündliche Präsentation („Pitch“) und Beantwortung von Fragen durch die Bewertungskommission: Strategischer

Insight, Kreative Leitidee, Stringente Umsetzung, Digital Skills, Gesamteindruck Team/Zusammenarbeit.

Zu Frage 4:

- *Wer erstellte die Ausschreibungsunterlagen?*

Die Ausschreibungsunterlagen wurden von Schramm Öhler Rechtsanwälte GmbH in Zusammenarbeit mit dem Pitch-Berater Dr. Peter Baumgartner und der Projektleitung des 1-2-3-Tickets des BMK erstellt.

Zu Frage 5:

- *War ein_e Pitchberater_in eingebunden?*
a. *Wenn ja, um wen handelt es sich dabei?*
b. *Wenn nein, weshalb nicht?*

Ja. Es handelte sich dabei um den Pitch-Berater Herrn Dr. Peter Baumgartner.

Zu Frage 6:

- *Was mussten die bewerbenden Agenturen vorweisen? Bitte um Übermittlung der Ausschreibungsunterlagen.*

Bezüglich der Unterlagen darf auf die Bekanntmachung auf den Vergabeplattformen ANKÖ und TED verwiesen werden. Darüber hinaus darf ich Sie auf meine Ausführungen zu Frage 3 verweisen.

Zu Frage 7:

- *Gab es für die unterlegenen Agenturen ein Pitch-Honorar?*
a. *Wenn ja, in welcher Höhe?*
b. *Wenn nein, weshalb nicht?*

Ja, der/die dritt- und viertgereichte Bieter_in haben Anspruch auf eine Aufwandsentschädigung in Höhe von 7.500€ für die Ausarbeitung der Angebote und die Teilnahme am Verfahren. Das zweitgereichte Unternehmen erhielt keine Aufwandsentschädigung, da mit ihm auch die Rahmenvereinbarung abgeschlossen wurde. Es ist daher – wie der/die erstgereichte Bieter_in – Zuschlagsempfänger_in und wird allenfalls mit Leistungen beauftragt werden.

Zu Frage 8:

- *Aufgrund welcher Kriterien erhielt die Agentur Jung von Matt/Donau letztendlich den Zuschlag?*

Jung von Matt Donau GmbH ging aus dem Verfahren mit dem oben erwähnten Ablauf und der Bewertung anhand der genannten Kriterien als Erst- und Virtue Austria GmbH als Zweitgereichte hervor.

Zu Frage 9:

- *Für welchen Zeitraum wurde der Vertrag mit Jung von Matt abgeschlossen?*

Die Rahmenvereinbarung wird mit dem/der erst- und zweitgereichten Bieter_in abgeschlossen und zwar über eine Vertragslaufzeit von 4 Jahren. Der Abruf aus der Rahmenvereinbarung (= Abschluss des Leistungsvertrages) erfolgt unmittelbar aufgrund der Reihung im Vergabever-

fahren. Nur falls das erstgereichte Unternehmen zur Leistungsausführung nicht (mehr) in Betracht kommt, wird vom Zweitgereichten abgerufen bzw. wenn Einzelleistungen beauftragt werden sollen.

Zu Frage 10:

- *Für welchen Zeitraum ist die Umsetzung der Kampagne geplant?*

Die Umsetzung der Kampagne ist, abhängig vom Einführungsdatum des 1-2-3-Klimatickets, im Jahr 2021 geplant.

Zu den Fragen 11 und 16:

- *Wie viel Gesamtbudget wurde für den gesamten Auftrag eingeplant und wofür wird es aufgewendet? Bitte um Auflistung nach Posten.*
- a. *Für welchen Zeitraum wurde dieses Budget seitens Ihres Ministeriums reserviert?*
 - b. *Fallen diese Kosten schon in die beiden ausgeschriebenen Rahmenvereinbarungen Mediaagentur Bund und Kreativagenturleistungen Bund, die ab 2021 die gesamte Information der Bundesregierung umfassen sollen?*
 - i. *Wenn ja, in welcher Form?*
 - ii. *Wenn nein, weshalb nicht?*
- *Die Untergruppe 41 (Mobilität) des Bundesvoranschlags sieht im Jahr 2021 EUR 95 Mio. für das „1-2-3-Klimaticket“ vor. Soll die oben beschriebene Werbekampagne aus diesen EUR 95 Mio. finanziert werden?*
- a. *Wenn nein, welche anderen, durch das Parlament beschlossenen Budgetmittel sollen hierfür verwendet werden?*

Ja, die Finanzierung wird aus diesen Mitteln erfolgen. In den Planrechnungen sind damit sämtliche durch das Klimaticket Österreich entstehende Kostenblöcke abgedeckt, insbesondere betreffend die Abgeltung der Mindereinnahmen für teilnehmende Verkehrsverbünde und Verkehrsunternehmen, die Kosten für Vertrieb und Kundenservice, Markteinführung sowie weitere Kosten für die Abwicklung (z.B. Erhebungen etc.). Wie hoch das Gesamtbudget für die Kampagne sein wird, ist derzeit noch Gegenstand ressortübergreifender Abstimmungen zum Gesamtvorhaben. Die Konditionen für den Abruf sind in der Rahmenvereinbarung festgelegt.

Zu Frage 12:

- *Wie lauten die Kampagnenziele?*

Kampagnenziele und Evaluierungskriterien werden mit der Agentur am Beginn der Kampagne konkretisiert, sobald der Agenturvertrag durch Abruf aus der Rahmenvereinbarung seitens meines Ressorts zustande kommt. Die vorläufigen Kampagnenziele laut Agenturbriefing lauten:

- die definierten Zielgruppen auf den unterschiedlichen Kanälen mit den relevanten Inhalten erreichen
- Positionierung des Tickets als klimafreundliche, leistbare und gleichzeitig sehr bequeme Alternative zum Individualverkehr
- Brand Awareness, Interesse & Likability schaffen
- Verkauf pushen und so das Ticket zum First Choice Mobilitätsangebot Österreichs machen
- Neue Zielgruppen für Öffis erschließen

Zu Frage 13:

- *Welche Monitoring-, Evaluierungs- und Reportingmaßnahmen wird es geben, um zu überprüfen, ob die die Kampagnenziele erreicht wurden?*

Zur Einführung des 1-2-3-Klimatickets ist eine begleitende Marktforschung vorgesehen, um den Erfolg der Kampagne mit branchenüblichen KPIs (Awareness, Likeability, Recall, Impact etc.) zu monitoren.

Zu Frage 14:

- *Es besteht – aus welchen Gründen auch immer – die Möglichkeit, dass die Umsetzung des „1-2-3-Klimatickets“ nicht in geplanter Form oder nicht in diesem Jahr stattfindet. Was passiert in diesem Fall mit dem schon erteilten Agenturauftrag?*
 - a. *Wird es in diesem Fall Abschlagszahlungen geben?*
 - i. *Wenn ja, in welcher Höhe?*
 - ii. *Wenn nein, weshalb nicht?*

Die BMK hat das Recht, den Agenturvertrag aus besonderen Gründen aufzulösen, wenn die Leistung in dieser Form nicht mehr benötigt wird. In diesem Fall sind die bis dahin erbrachten Leistungen zu vergüten.

Zu Frage 15:

- *Wer wird Vertragspartner_in seitens der Bundesregierung sein?*
 - a. *An wen richten Jung von Matt/Donau ihre Rechnungen?*

Rechnungen sind an die Bundesministerin für Klimaschutz als Vertreterin des Bundes, welche Vertragspartnerin ist, zu richten. Vertraglich ist die Möglichkeit einer Überbindung des Vertrages an eine noch zu gründende Gesellschaft für die Abwicklung des Klimatickets vorgesehen.

Leonore Gewessler, BA

