

ENTSCHLIESSUNGSANTRAG

der Bundesräte Dr. Karl Arthur Arlamovsky, Eva Prischl, Markus Leinfellner und weiterer Bundesrät_innen

betreffend drastische Reduzierung der Summe für die momentan ausgeschriebenen Rahmenvereinbarungen Mediaagenturleistungen Bund und Kreativagenturleistungen Bund

eingebraucht im Zuge der Debatte in der 917. Sitzung des Bundesrats über den Beschluss des Nationalrates vom 10. Dezember 2020 betreffend ein Bundesgesetz, mit dem das Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz, das KommAustria-Gesetz, das ORF-Gesetz und das Privatradiogesetz geändert werden (462 d.B. und 510 d.B.) – TOP 8

Die Bundesregierung hat am 2.11.2020 über die BBG Rahmenvereinbarungen über 180 Millionen Euro für vier Jahre für *Mediaagenturleistungen Bund* (Geschäftszahl 5202.03733) sowie 30 Millionen Euro für vier Jahre für *Kreativagenturleistungen Bund* (GZ: 5202.03685) geschrieben. Das bedeutet: Die Regierung plant von 2021 bis 2024 über 52 Millionen Euro an Steuergeld pro Jahr für Werbung, Inserate und Agenturleistungen auszugeben. Das ist 1 Million Euro pro Woche. Es lässt sich nicht nachvollziehen, welche Kreativleistungen in der Höhe von 7,5 Millionen Euro pro Jahr von der Regierung noch zugekauft werden müssen. Das sind Budgets, die beispielsweise viele internationale Filmproduktionen in den Schatten stellen. Zum Vergleich: Der Film „Liebe“ von Michael Haneke, der u.a. eine Goldene Palme in Cannes gewonnen hat, hatte ein Budget von ca. 7,3 Millionen Euro. Das unterstreicht die absurd hohe Summe, die ausgegeben werden soll, um die Bevölkerung über die eigene Arbeit zu informieren. Das Problem ist überdies, dass die Regierung weder transparente Kriterien angibt, nach denen die Mittel verteilt werden, noch sinnvolle, festgeschriebene Kommunikationsziele der Regierung existieren, nach denen man die umgesetzten Kampagnen evaluieren könnte - vielmehr werden seit Jahren immer mehr Steuermittel an Medien verteilt. Vor allem aber wird mit den ausgeschriebenen Etats für "Leadagenturen" ein Konstrukt geschaffen, das sich jeder parlamentarischen Kontrolle entzieht. Subauftragnehmer_innen der insgesamt 4 Leadagenturen (eine wird für den Kreativ-Etat gesucht, drei für den Media-Etat) und deren Leistungen sind vom Interpellationsrecht nicht erfasst. Somit werden u.a. potentiellen Scheingeschäften Tür und Tor geöffnet.

Die Inserate und Kampagnen der Regierung übersteigen schon jetzt die staatliche Presseförderung (8,86 Millionen Euro pro Jahr) um ein Vielfaches und sind damit die größte staatliche "Fördermaßnahme" für Medien in Österreich. Das heißt: Hier wird mit voller Absicht der Markt verzerrt und Geld ohne nachvollziehbare Kriterien ausbezahlt. Die sich immer wiederholende Regierungsmär von der Reichweite als Kriterium stimmt leider ebenfalls nicht, wie eine Studie des *Medienhaus Wien* zu den Inseratenausgaben der Regierung in Tageszeitungen 2018/2019 bewiesen hat. Darin zeigt sich, dass die Regierung verschiedene Wertigkeiten für verschiedene Medien hat, sie bezahlt 5,15 Euro pro Leser_in von *Österreich*; für *Heute* 3,89 Euro; für *Presse* 2,72 Euro; für *Krone* 2,21 Euro; für *SN* 1,9 Euro. Der Boulevard (*Krone*, *Österreich*, *Heute*) wird auffällig bevorzugt.

Inserate sind jedoch keine Medienförderung. Aus diesem Grund muss es das Ziel sein, die teuren Werbekampagnen der Regierung zu reduzieren und nicht vier Jahre

im Voraus mit einem äußerst üppigen Budget festzuschreiben. Dass es anders geht, hat die Regierung Bierlein bewiesen. BK Brigitte Bierlein reduzierte in ihrer kurzen Amtszeit die Ausgaben für Inserate im BKA um 98% von 955.000 auf 17.000 Euro und ihr Innenminister Peschorn im BMI um 93% von 920.000 auf 65.000 Euro – ohne dass sich die Bevölkerung schlechter informiert gefühlt hätte.

Es braucht ein Ende der starken, intransparenten Wettbewerbsverzerrung durch die Regierung und dieser Steuergeldverschwendung. Außerdem fordert NEOS seit Jahren mehr Transparenz bezüglich der Vergaben und eine Ausweitung der Bekanntgabe- und Meldepflichten. Darüber hinaus braucht es nachvollziehbare und verbindliche Richtlinien für die Inseratenvergabe und festgeschriebene Kommunikationsziele von Seiten der Regierung.

Aus diesem Grund stellen die unterfertigten Bundesrätinnen/räte nachstehenden

ENTSCHLIESSUNGSANTRAG

Der Bundesrat wolle beschließen:

"Die Bundesregierung wird aufgefordert, das Volumen der Rahmenvereinabrunge Mediaagenturleistungen Bund (Geschäftszahl 5202.03733) und Kreativagenturleistungen Bund (Geschäftszahl 5202.03685) drastisch zu beschränken, anstatt die festgesetzten 210 Millionen Euro an Steuergeld für Regierungs-Kommunikation zu verschwenden."



