

DAS ZUKUNFTSMINISTERIUM

XXII. GP.-NR

3385 /AB

2005 -11- 18

zu 3396 /J

Herrn
Präsidenten des Nationalrates
Univ.-Prof. Dr. Andreas Khol
Parlament
1017 Wien

bm:bwk

Bundesministerium für
Bildung, Wissenschaft
und Kultur

GZ 10.000/0125-III/4a/2005

Wien, 17. November 2005

Die schriftliche parlamentarische Anfrage Nr. 3396/J-NR/2005 betreffend Kosten der Werbekampagne „Die neue Schule“, die die Abgeordneten Dieter Brosz, Kolleginnen und Kollegen am 19. September 2005 an mich richteten, wird wie folgt beantwortet:

Die Service- und Informationskampagne des Bildungsministeriums dient zur Information der Schüler, der Eltern und aller Personen, die am Schulleben beteiligt sind – also von 1,2 Millionen Schülerinnen und Schüler und deren Eltern sowie von 120.000 Lehrerinnen und Lehrern. Es ist wichtig, die Schulpartner über die Neuerungen und Weiterentwicklungen, die das Schulpaket I gebracht hat, breit zu informieren. Mit der Service- und Informationskampagne kommt das BMBWK dem oft geäußerten Wunsch vor allem der Elternvertreter nach umfassender Information nach.

Ad 1.:

Die Gesamtkosten der Service- und Informationskampagne „Die Neue Schule“ belaufen sich auf € 841.040,--.

Ad 2.:

Beträge sind exklusive Mehrwertsteuer angegeben.

Agentur: € 55.000,--

Homepageerstellung- und Betreuung www.dieneueschule.gv.at: €14.000,--

Inserate in Printmedien: € 420.848,--

Plakatproduktion: € 10.027,40

Plakatflächen: € 156.949,81

Erstellung von Druckunterlagen: € 12.773,55

Einzelne Inseratschaltungen außerhalb des Mediaplans: € 18.941,67

Bildrechte: € 8.420,--

Diverses: € 3.907,--

Inserate	Anzahl	Euro
Kleine Zeitung	4	55.085
Krone	3	64.512
Kurier	4	44.791
News	3	26.773
NÖN	4	34.833
OÖN	5	30.795

Presse	4	29.246
Profil	4	29.214
SN	4	40.298
TT	1	5.175
Standard	4	22.493
TOP Tirol	4	20.668
VN	4	16.966
Summe	48	420.848
Summe inkl. 20% MwSt.		505.017

Ad 3.:

Die Mittel für die Service- und Informationskampagne werden aus dem Zentralansatz bedeckt.

Ad 4.:

Da die Kosten für Beratung, Kreation und Gestaltung der Service- und Informationskampagne mit € 55.000,-- unter € 154.000,-- liegen und es sich um eine geistig- schöpferische Dienstleistung handelt, wurde gem. § 26 Abs.4 BVergG 2002 ein Verhandlungsverfahren mit nur einem Unternehmer gewählt. Der Auftrag zur Gestaltung der Service- und Informationskampagne erging an keine Agentur, sondern an ein Beraterteam.

Ad 5.:

Siehe Antwort zu Frage 2.

Ad 6.:

Es handelt sich bei den genannten Interviews um keine redaktionellen Interviews, sondern um geschaltete Inserate.

Ad 7.:

Derzeit ist ein Bildungsinformationssystem in Entwicklung und Realisierung. Basierend auf einer modernen Datawarehouse-Technologie wird dieses System verlässliche Planungsgrundlagen, Kennzahlen und Bildungsindikatoren liefern. Die dafür benötigten Geldmittel werden selbstverständlich zur Verfügung stehen.

Ad 8.:

Die Frage der sinnvollen Nutzung der Supplierungen ist ein Bereich der Vollziehung an den einzelnen Schulen vor Ort. Die dabei zu lösenden Herausforderungen betreffen in erster Linie die Diensteinteilung, d.h. den „Stundenplan“ für die Lehrer/innen. Dazu bedarf es keiner zusätzlichen Ressourcen, sondern einer möglichst vorausschauenden und umsichtigen Planung bzw. Organisation. Im Pflichtschulbereich beispielsweise besteht eine so genannte Lehrer/innenreserve, die im Bericht des Rechnungshofes zur Vollziehung im Bereich der Landeslehrer/innen sogar als zu umfangreich kritisiert wurde.

Ad 9., 10. und 13.:

Die vom Bund finanzierten Lehrer/innenstellen in der Pflichtschule, somit auch in der Grundstufe 1, sind aufgrund der Vereinbarungen zwischen dem Bund und allen neun Bundesländern festgelegt. Im Finanzausgleich 2004 wurden mit den Ländern zusätzliche Mittel unter anderem für die Förderung von Kindern mit besonderen Bedürfnissen in Höhe von jährlich 12 Mio. € vorgesehen.

Ad 11. und 12.:

Derzeit ist eine interne Arbeitsgruppe im Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur mit der näheren Konkretisierung und Ausarbeitung eines Konzepts für klasse:zukunft

Schulen betraut. Zur Frage der Finanzierung von privaten Alternativschulen ist festzuhalten, dass Österreich über ein gutes öffentliches Schulwesen ohne Schulgeld verfügt. Die Initiative vieler privater Alternativschulen wird vom BMBWK durch entsprechende Fördermittel unterstützt, doch ist zugleich auf die GATS-Debatte zu verweisen, in der sich Österreich klar zu einem staatlich garantierten und frei zugänglichen Schulsystem bekennt.

Ad. 14.:

Hierzu verweise ich auf den von mir im Österreich-Konvent eingebrachten Vorschlag zur Neuorganisation der Schulverwaltung, der solche regionalen Zentren ermöglicht.

Ad 15. bis 17.:

Die Evaluation des Unterrichts an den Schulen erfolgt laufend durch die Schulleitungen und die Schulaufsicht.

Zur Intensivierung und Konzentration der Forschungsvorhaben sowie der Qualitätssicherungsinitiativen im Schulbereich wurde ein Gesetzesentwurf für die Bildung eines Bundesinstitutes für Bildungsforschung, Innovation und Entwicklung des Bildungswesens mit 7. November 2005 im Ministerrat beschlossen und dem Nationalrat zur parlamentarischen Behandlung zugeleitet.

Ad 18.:

Es ist nicht geplant, die Service- und Informationskampagne bis zum Ende der Legislaturperiode fortzusetzen.

Ad 19.:

Im Schuljahr 2003/04 wurde eine Informationskampagne zu „klasse:zukunft – Schule neu denken“ durchgeführt. Für diese Initiative zur Weiterentwicklung und Qualitätssteigerung der österreichischen Schulen wurden Einschaltungen in Printmedien in der Höhe von € 4.032,-- getätigt, für die Schaltung von Fernsehspots im ORF in den Monaten November und Dezember 2003 wurden € 78.984,-- bezahlt.

Die Realisierungskosten für die Website belaufen sich auf € 74.710,-- (exkl. USt.); davon entfielen € 21.360,00 (exkl. USt.) auf die behindertengerechte barrierefreie Textversion.

Die Finanzierung erfolgte aus den Budgetansätzen des Ressorts.

Die Bundesministerin:

