

Präsident des Nationalrates  
Mag. Wolfgang Sobotka  
Parlament  
1017 Wien

Wien, am 17. August 2018

Geschäftszahl (GZ): BMDW-10.101/0132-IM/a/2018

In Beantwortung der schriftlichen parlamentarischen Anfrage Nr. 1092/J betreffend "im Eilverfahren entstandene WKO-Kampagne", welche die Abgeordneten Mag. Gerald Loacker, Kolleginnen und Kollegen am 19. Juli 2018 an mich richteten, stelle ich fest:

**Antwort zu Punkt 1 der Anfrage:**

1. Welche Informationen hat das BMDW über die Werbeausgaben der Wirtschaftskammern, die durch Pflichtmitgliedschaftsbeiträge finanziert werden?

Informationsaktivitäten der Wirtschaftskammern fallen in den eigenen Wirkungsbereich dieser Selbstverwaltungskörper. Dazu sind folgende Informationen vorhanden:

- die auf der Website der RTR-GmbH ersichtlichen Daten aus den Veröffentlichungen gemäß § 3 Abs. 3 Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetzes, und
- die gemäß § 132 Abs. 3 und 7 des Wirtschaftskammergesetzes 1998 vorzulegenden Voranschläge und Rechnungsabschlüsse der Wirtschaftskammern und Fachorganisationen.

**Antwort zu den Punkten 2, 4, 8 und 9 der Anfrage:**

2. Hat das BMDW am Vorschlag der beiden Parlamentsklubs der ÖVP und FPÖ mitgearbeitet?

4. War dem BMDW bekannt, dass die WKO eine Kampagne zur Arbeitszeitflexibilisierung starten wird?

8. Waren Mitarbeiter des BMDW an der Erstellung der Kampagne beteiligt?

a. Wenn ja, wie viele und zu welchem Zeitpunkt?

9. *Waren Mitarbeiter des BMDW bei der Erstellung des oben genannten Initiativantrags beteiligt?*

Nein.

**Antwort zu Punkt 3 der Anfrage:**

3. *Ist dem BMDW bekannt, ob die WKO am Vorschlag der beiden Parlamentsklubs der ÖVP und FPÖ zum Thema Arbeitszeitflexibilisierung mitgearbeitet hat?*

Die WKO hat meinem Ressort nichts Derartiges mitgeteilt.

**Antwort zu Punkt 5 der Anfrage:**

5. *Sieht das BMDW Anpassungsbedarf beim WKG und den dort geregelten Umlagen, wenn die sozialpartnerschaftliche Aufgabe der WKO nicht mehr wahrgenommen wird - z.B. sozialpartnerschaftliche Einigung bei Arbeitszeitflexibilisierung?*

Das Wirtschaftskammergesetz 1998 (WKG) verfolgt primär nicht die Wahrnehmung sozialpartnerschaftlicher Aufgaben durch die Wirtschaftskammern, sondern definiert gemäß seinem § 1 Abs. 1 als primäre Aufgabe die Vertretung der gemeinsamen Interessen ihrer Mitglieder. Im Hinblick auf die Kommunikation einer Position, die einem gemeinsamen Interesse dieser Mitglieder entspricht, ist daher ein Anpassungsbedarf beim WKG nicht zu erkennen.

**Antwort zu Punkt 6 der Anfrage:**

6. *Wurde die Erstellung und/oder Umsetzung der Kampagne extern vergeben?*
- Wenn ja, sind die Leistungen iZm dieser Kampagne ausgeschrieben worden?*
  - Wenn ja, wann wurde diese in Auftrag gegeben?*
  - Wieviel kostet die Kampagne (inklusive Website)?*

Auf Anfrage meines Ressorts hat die WKO dazu Folgendes mitgeteilt:

2017 erfolgte eine europaweite Ausschreibung zur Vergabe eines Rahmenvertrags über die Neuvergabe von Werbeagentur- und PR-Leistungen. Der Zuschlag erging an die Bietergemeinschaft Demner, Merlicek & Bergmann / Rosam Grünberger Communications.

Für die konkrete Kampagne erfolgte die Auftragserteilung innerhalb des Rahmenvertrags am 30. April 2018 an die Agentur Demner, Merlicek & Bergmann und am 2. Mai 2018 an Agentur Rosam/Grünberger.

Das Gesamt-Kampagnenbudget beläuft sich auf € 642.351 inkl. USt. Es beinhaltet das Mediabudget, die Kreativ- und Produktionsbudgets inklusive Website sowie PR-Leistungen.

**Antwort zu Punkt 7 der Anfrage:**

*7. Welche WKO-externen Dienstleister waren an der Erstellung und/oder Umsetzung der Kampagne beteiligt?*

Auf Anfrage meines Ressorts hat die WKO dazu Folgendes mitgeteilt:

- Demner, Merlicek & Bergmann: Kreativlinie und Werbemittelproduktion
- Rosam Grünberger: PR-Strategie und –Begleitung
- Mediacom Agentur für Mediaberatung: Media-Strategie und Schaltungen

Dr. Margarete Schramböck

