
1138/A(E) XXVII. GP

Eingebracht am 10.12.2020

Dieser Text wurde elektronisch übermittelt. Abweichungen vom Original sind möglich.

ENTSCHLIESSUNGSANTRAG

der Abgeordneten Henrike Brandstötter, Kolleginnen und Kollegen

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

Die Regierung hat am 02.11.2020 über die BBG Rahmenverträge über 180 Millionen für vier Jahre für *Mediaagenturleistungen Bund* (Geschäftszahl 5202.03733) sowie 30 Millionen für vier Jahre für *Kreativagenturleistungen Bund* (GZ: 5202.03685) ausgeschrieben. Das bedeutet: Die Regierung plant von 2021 bis 2024 über 52 Millionen Euro an Steuergeld pro Jahr für Öffentlichkeitsarbeit, PR, Inserate und Agenturleistungen auszugeben. Das sind 1 Millionen 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, dass sich jeder parlamentarischen Kontrolle entzieht. Subauftragnehmer_innen der insgesamt 4 Leadagenturen (eine wird für den Kreativetat 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/Jahr) um eine 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 bewies. 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 PR-Kampagnen 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. 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 Steuergeldverschwendungen. Außerdem fordern wir 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.

Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher folgenden

ENTSCHLIESSUNGSAНTRAG

Der Nationalrat wolle beschließen:

"Die Bundesregierung wird aufgefordert, das Volumen der Rahmenverträge "Mediaagenturleistungen Bund" (Geschäftszahl 5202.03733) und "Kreativagenturleistungen Bund" (Geschäftszahl 5202.03685) auf insgesamt 75 Millionen Euro zu beschränken, anstatt den nun festgesetzten 210 Millionen Euro für beide zusammen."

In formeller Hinsicht wird die Zuweisung an den Verfassungsausschuss vorgeschlagen.