

14927/AB
= Bundesministerium vom 28.08.2023 zu 15424/J (XXVII. GP) bmaw.gv.at
 Arbeit und Wirtschaft

Univ.-Prof. Dr. Martin Kocher
 Bundesminister

Stubenring 1, 1010 Wien

Herrn
 Präsidenten des Nationalrates
 Mag. Wolfgang Sobotka
 Parlament
 1017 Wien

Geschäftszahl: 2023-0.480.348

Ihr Zeichen: BKA - PDion (PDion)15424/J-NR/2023

Wien, am 28. August 2023

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Mag. Julia Seidl und weitere haben am 28.06.2023 unter der **Nr. 15424/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend **Tourismuskampagnen: Transparenz über Kosten und Ziele** gerichtet.

Diese Anfrage beantworte ich nach den mir vorliegenden Informationen wie folgt:

Zur Frage 1

- *Team-Tourismus*
 - *Welche Organisationseinheiten des Bundes waren bei der Erarbeitung beteiligt?*
 - *Welche Stakeholder waren bei der Erarbeitung beteiligt?*
 - *Waren bei der Erarbeitung und Durchführung des Projekts externe Berater beteiligt?*
 - *Wenn ja, welche?*
 - *Wenn ja, welche Kosten waren damit verbunden?*
 - *Wenn ja, welche konkreten Leistungen wurden von diesen erbracht?*
 - *Wenn ja, wie ist die Vergabe abgelaufen? Wurden Vergleichsangebote eingeholt?*
 - *Vergabe:*

- Wie war das Vergabeverfahren ausgestaltet? Bitte einzelne Schritte zeitlich einordnen
 - Welche Wertgrenzen gab es bei der Wahl des Vergabeverfahrens zu berücksichtigen?
 - Inwiefern wurde das Vergaberecht bei der Aufteilung einzelner Leistungen auf unterschiedliche Vergaben berücksichtigt?
 - Wie viele Angebote wurden eingeholt? Bitte geben Sie die Namen aller Unternehmen an, die ein Angebot gelegt haben, samt veranschlagter Kosten.
 - Welche Kriterien waren für die Entscheidung im Vergabeverfahren entscheidend?
- Ablauf: Auf der Webseite ist von einer "ersten Phase" die Rede:
- Wie lange soll dieses Projekt laufen?
 - Welche weiteren Phasen sind geplant und wie sollen diese konkret aussehen?
- Kennzahlen:
- Welche konkreten Kennzahlen werden herangezogen, um den Erfolg der Maßnahme zu bewerten?
 - Wie viele Page Views hat die Image-Seite?
 - Wie sehen die konkreten Sharing-Kennzahlen aus?
 - Wie sehen die konkreten Download-Kennzahlen aus?
- Kosten:
- Welche Kosten sind insgesamt für das gesamte Projekt vorgesehen?
 - Aus welchen konkreten Leistungen stellen sich die Gesamtkosten zusammen? Bitte in einer Tabelle konkrete Leistungen, Kosten und Auftragnehmer angeben.
 - Welche Kosten sind mit der Erstellung der Webseite verbunden?
 - Welche Kosten sind für die Erstellung der Social-Media-Sujets verbunden?
 - Welche Personalkosten sind mit diesem Projekt verbunden?
 - Woher stammen die Mittel für dieses Projekt?
 - Wurden für dieses Projekt Mittel verwendet, die für die Leuchtturm-Förderungsaktion "innovative Konzepte Kinderbetreuung" vorgesehen waren, aber nicht abgerufen wurden?
 - Sind im Zuge dieses Projekts auch Zahlungen an die Wirtschaftskammern geflossen?
 - Wenn ja, für welche konkreten Leistungen und in welcher Höhe?

Neben dem Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft (BMAW) waren keine weiteren Organisationseinheiten des Bundes oder sonstige Stakeholder an der Erarbeitung der Informationsmaßnahmen beteiligt.

Durch externe Auftragnehmer wurden folgende Leistungen erbracht:

BBDO Wien:

- Strategie und Zielgruppenanalyse
- Entwicklung der Kampagnenstrategie inkl. Analyse der Zielgruppen sowie finale Definition der Schlüsselzielgruppen
- Entwicklung eines Kreativkonzepts
- Entwicklung der Kreatividee auf Basis der definierten Kampagnenstrategie und Zielgruppen unter Berücksichtigung des Briefings sowie Rebriefings inklusive Entwicklung einer Wort-Bild-Marke & Hashtag, Marken-Claim, Design, Wording & Bildwelt
- Rechte an der Wort-Bild-Marke und für die ausgewählte Kampagnenidee

Wunderknaben GmbH:

- Mediaplanung Social Media Facebook/Instagram "Arbeiten im Tourismus"
- Mediakonzept und Zielgruppendefinition
- Kampagnen Set-up
- operative Betreuung der Kampagne
- Schaltung und Optimierung der Werbeanzeigen
- Reporting und Analyse während und nach der Kampagne
- Abschluss-Reporting

Dabei sind für die Leistungen der BBDO Wien Kosten in Höhe von € 55.151,94 inkl. USt. und für jene der Wunderknaben GmbH Kosten in Höhe von € 11.520,00 inkl. USt. angefallen.

Die Leistungen der BBDO Wien wurden über die Rahmenvereinbarung der BBG für Kreativagenturleistungen des Bundes (5202.03685.001.02) abgerufen. Die Direktvergabe an die Wunderknaben GmbH erfolgte nach den vergaberechtlichen Vorschriften und gemäß den Vergaberichtlinien des BMAW.

Das längerfristige Projekt ist so gestaltet, dass laufend relevante Stakeholder involviert werden, um gemeinsam die Marke "Team Tourismus" zu stärken. Unter diesem Motto sollen Awareness für die Leistungen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der gesamt-

ten Tourismusbranche geschaffen und das "Arbeiten im Tourismus" attraktiviert werden. Konkret ist derzeit eine zweite Welle in Social Media für den Herbst 2023 in Planung.

Da die Kampagne zum gegenwärtigen Zeitpunkt noch nicht abgeschlossen ist, liegen bezüglich einer Bewertung des Erfolgs der Informationsmaßnahmen noch keine validen Informationen vor.

Die Mittel für die Abwicklung des Projekts stammen aus dem laufenden Budget des BMAW. Es wurden dabei keine Mittel verwendet, die für die Leuchtturm-Förderungsaktion "innovative Konzepte Kinderbetreuung" vorgesehen waren. An die Wirtschaftskammer Österreich sind keine Zahlungen geflossen.

Mit der Erstellung der Webseite waren keine Kosten verbunden, da diese im Ressort durchgeführt wurde. Die Kosten für die Erstellung der Social Media-Sujets beliefen sich auf € 2.240,00 inkl. USt. Für die Produktion von Werbemitteln und das Mediabudget sind im Jahr 2023 weitere € 40.688,00 inkl. USt. vorgesehen.

Zur Frage 2

- *Informationsoffensive Betriebsnachfolge*
 - *Welche Organisationseinheiten des Bundes waren bei der Erarbeitung beteiligt?*
 - *Welche Stakeholder waren bei der Erarbeitung des Konzepts beteiligt?*
 - *Waren bei der Erarbeitung und Durchführung des Projekts externe Berater beteiligt?*
 - *Wenn ja, welche?*
 - *Wenn ja, welche Kosten waren damit verbunden?*
 - *Wenn ja, welche konkreten Leistungen wurden von diesen erbracht?*
 - *Wenn ja, wie ist die Vergabe abgelaufen? Wurden Vergleichsangebote eingeholt?*
 - *Vergabe:*
 - *Wie war das Vergabeverfahren ausgestaltet? Bitte einzelne Schritte zeitlich einordnen*
 - *Welche Wertgrenzen gab es bei der Wahl des Vergabeverfahrens zu berücksichtigen?*
 - *Inwiefern wurde das Vergaberecht bei der Aufteilung einzelner Leistungen auf unterschiedliche Vergaben berücksichtigt?*

- Wie viele Angebote wurden eingeholt? Bitte geben Sie die Namen aller Unternehmen an, die ein Angebot gelegt haben, samt veranschlagter Kosten.
- Welche Kriterien waren für die Entscheidung im Vergabeverfahren entscheidend?
- Ablauf:
 - Wann soll dieses Informationsangebot zur Verfügung gestellt werden und in welche Form?
- Kennzahlen:
 - Welche konkreten Kennzahlen werden herangezogen, um den Erfolg der Maßnahme zu bewerten?
 - Falls bei Beantwortung dieser Anfrage bereits Informationsmaterial oder eine Webseite zur Verfügung steht:
 - Wie viele Page Views hat die Informationsseite?
 - Wie sehen die konkreten Sharing-Kennzahlen aus?
 - Wie sehen die konkreten Download-Kennzahlen aus?
- Kosten:
 - Welche Kosten sind insgesamt für das gesamte Projekt vorgesehen?
 - Aus welchen konkreten Leistungen stellen sich die Gesamtkosten zusammen? Bitte in einer Tabelle konkrete Leistungen, Kosten und Auftragnehmer angeben.
 - Woher stammen die Mittel für dieses Projekt?
 - Wurden für dieses Projekt Mittel verwendet, die für die Leuchtturm-Förderungsaktion "innovative Konzepte Kinderbetreuung" vorgesehen waren, aber nicht abgerufen wurden?
 - Sind im Zuge dieses Projekts auch Zahlungen an die Wirtschaftskammern geflossen?
 - Wenn ja, für welche konkreten Leistungen und in welcher Höhe?

Neben dem Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft (BMAW) waren keine weiteren Organisationseinheiten des Bundes oder sonstige Stakeholder an der Erarbeitung der Informationsoffensive beteiligt.

Der Auftrag zur Durchführung des Projekts erging an ein Arbeitskonsortium, bestehend aus Proddinger Beratungsgruppe, KMU Forschung Austria und Mag. Ulrike Reisner, MA. Das Auftragsvolumen beträgt € 75.000,00 inkl. USt.

Als Zwischenergebnisse liegen die Datenerhebung und Bestandsaufnahme zum Ist-Stand der geplanten Betriebsübergaben in der Gastronomie und Hotellerie und die Analyse der derzeitigen Unterstützungs- und Förderlandschaft in Österreich auf Bund und Bundesländerebene vor. Weiters wurde am 25. April 2023 in Salzburg dazu eine Fachveranstaltung durchgeführt. Bis zum Stichtag der Anfrage sind insgesamt Kosten in Höhe von € 36.300,00 inkl. USt. angefallen.

Die Vergabe erfolgte nach Einholung von drei Vergleichsangeboten gemäß den vergaberechtlichen Vorschriften und den internen Richtlinien zur Auftragsvergabe.

Das Online-Informationsangebot soll bis Ende 2023 zur Verfügung stehen. Da die Informationsmaßnahmen zum gegenwärtigen Zeitpunkt noch nicht abgeschlossen sind, liegen bezüglich einer Bewertung des Erfolgs noch keine validen Informationen vor.

Die Mittel für die Abwicklung des Projekts stammen aus dem laufenden Budget des BMAW. An die Wirtschaftskammer Österreich sind keine Zahlungen geflossen.

Zur Frage 3

- *Nach welchen Kriterien entscheidet das BMAW, für welche Branchen die Gemeinschaft der Steuerzahler eine Image-Kampagne finanzieren muss und für welche nicht?*

Die Auswahl der Themen und Inhalte sowie der Zielgruppen für Informations-Kampagnen des BMAW erfolgt nach Informationsbedarf und aktuellen Projekten. Als für den Tourismus verantwortliches Ressort steht diese Thematik insbesondere im Hinblick auf die aktuellen Herausforderungen im Fokus.

Mit der Informationskampagne "Team Tourismus" startet das BMAW vor dem Hintergrund des erhöhten Bedarfs an Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Tourismus und der sinkenden Anzahl an Nachwuchs in der Branche eine Arbeitsmarktinitiative, um unterschiedliche Zielgruppen für einen Job im Tourismus bzw. eine entsprechende Ausbildung zu begeistern und die vielfältigen Möglichkeiten der Branche aufzuzeigen.

Viele Beherbergungs- und Gastronomieunternehmen in Österreich planen in den nächsten Jahren eine Betriebsübergabe. Die Informationsoffensive des BMAW zur Betriebsübergabe im Tourismus erarbeitet praxisorientierte Informations- und Orientierungsangebote und unterstützt damit die Branche in diesem herausfordernden Prozess.

Univ.-Prof. Dr. Martin Kocher

Elektronisch gefertigt