

16263/AB**vom 08.01.2024 zu 16788/J (XXVII. GP)****bmk.gv.at**

= Bundesministerium
 Klimaschutz, Umwelt,
 Energie, Mobilität,
 Innovation und Technologie

Leonore Gewessler, BA
 Bundesministerin

An den
 Präsident des Nationalrates
 Mag. Wolfgang Sobotka
 Parlament
 1017 W i e n

leonore.gewessler@bmk.gv.at
 +43 1 711 62-658000
 Radetzkystraße 2, 1030 Wien
 Österreich

Geschäftszahl: 2023-0.803.752

. Jänner 2024

Sehr geehrter Herr Präsident!

Die Abgeordneten zum Nationalrat Brandstötter, Kolleginnen und Kollegen haben am 08. November 2023 unter der **Nr. 16788/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend Wie viel Steuergeld geben Sie für Eigen-PR aus? gerichtet.

Diese Anfrage beantworte ich wie folgt:

Zu den Fragen 1 und 5:

- *Wie viele Mitarbeitende, die für Pressearbeit, PR und Werbung verantwortlich sind, sind generell in Ihrem Ministerium tätig?*
 - a. *In welchen Abteilungen sind diese jeweils tätig?*
 - b. *Wie vielen Vollzeitäquivalenten entspricht das?*
- *In welche Abteilungen bzw. Unterabteilungen ist die Kommunikationsabteilung organisiert?*
 - a. *Was ist die Aufgabe der unterschiedlichen Abteilungen bzw. Unterabteilungen?*
 - b. *Wer sind die jeweiligen Leitungspersonen?*
 - c. *Wie lange arbeiten die Leitungspersonen bereits in Ihrer Tätigkeit?*

In meinem Ministerium (ausgenommen das Kabinett) waren zum Stichtag 08. November 2023 8 Mitarbeiter:innen (7,75 Vollbeschäftigte äquivalente) der Abteilung Präsidium 11 – „Öffentlichkeitsarbeit“ sowie 1 Mitarbeiterin der Sektion V, Sektionsbeauftragte für Öffentlichkeitsarbeit (1 Vollbeschäftigte äquivalent), tätig, die für Pressearbeit, PR oder Werbung verantwortlich waren.

Die Aufgaben und die Leitungsperson können der Geschäftseinteilung gültig ab 31. Oktober 2023 (PDF, 1 MB) entnommen werden. Die Leitungsperson ist seit 01. März 2022 in dieser Abteilung (vormals Stabsstelle) tätig.

Im österreichischen Patentamt sind aktuell (Stand 08.11.2023) 13 Mitarbeiter:innen (10,10 Vollzeitäquivalente) in der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation (ÖK) tätig. Darin enthalten sind eine Verwaltungspraktikantin und eine begünstigte schwerbehinderte Person, für die jeweils keine Planstelle gebunden werden muss.

Die Abteilung „Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation“ (ÖK) besteht aus den Unterabteilungen „Öffentlichkeitsarbeit“ (ÖA) und „Bibliothek und Dokumentation“ (BIBL).

Die Vorständin ist seit 16. August 2023 mit der Leitung beider Unterabteilungen betraut.

Die Aufgaben der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation (ÖK) umfassen:

- Koordination und Gestaltung des nationalen und internationalen Außenauftritts: Zusammenarbeit mit internationalen und nationalen Organisationen auf dem Gebiet des Geistigen Eigentums sowie Partner:innen im Bereich Wirtschaft, Wissenschaft und einschlägigen Interessensvertretungen im Innovationsbereich bei der Durchführung von Kampagnen, Events und Projekten zur Sensibilisierung der Öffentlichkeit für den gewerblichen Rechtsschutz und zur Bewerbung konkreter Angebote.
- Strategische Kommunikation: Gestaltung von Kommunikationskampagnen für die Zielgruppen des Österreichischen Patentamts.
- Externe Kommunikation: Öffentlichkeitsarbeit und Betreuung von Medien. Strategische Öffentlichkeitsarbeit; strategisches Kund:innenkontakt- und Stakeholder:innenmanagement; Presseinterviews und -konferenzen; Betreuung und Weiterentwicklung zielgruppenadäquater Medienkanäle.
- Gestaltung, Redaktion und Bespielung der Social Media-Kanäle des Österreichischen Patentamtes.
- Gestaltung und Redaktion der Website.
- Gestaltung, Redaktion und Vertrieb des periodischen Newsletters.
- Gestaltung, Redaktion und Vertrieb von Informationsmaterial, Broschüren und Drucksorten.
- Gestaltung und Redaktion des Jahresberichts.
- Erhebungen zur Außenwirkung des Österreichischen Patentamts im Rahmen von qualitativer und quantitativer Medienanalysen, Webanalyse und Kund:innenbefragungen.
- Event Management und Sponsoring: Planung und Koordination der "Intellectual Property Awareness Activities": Organisation von und Teilnahme an internationalen und nationalen Veranstaltungen zu IP-Awareness, Organisation von Preisverleihungen; Durchführung von zielgruppenadäquaten Fachveranstaltungen im Zusammenwirken mit der IP-Academy des Österreichischen Patentamtes.
- Interne Kommunikation: Weiterentwicklung und Redaktion interner Kommunikationskanäle inkl. Intranet und Infokampagnen.
- Customer Relationship Management: Systematische, datengestützte Pflege von Beziehungen mit im Innovationsgeschehen tätigen Personen.

Die Aufgaben der Abteilung Bibliothek und Dokumentation (BIBL) umfassen:

- Planung, Koordination und Kontrolle aller bibliotheksdokumentarischen Informations- und Auskunftsdiene nach modernen Managementkriterien.
- Koordination der europäischen Patentinformationszentren (PATLIB Zentren) in Österreich.

- Zusammenarbeit mit externen bzw. internationalen Organisationen im Bereich Bibliothek und Dokumentation.
- Koordination der amtlichen Publikationen des Österreichischen Patentamtes im Bereich Erfindungsschutz.

Zu Frage 2:

- *Wie viele Mitarbeitende für Pressearbeit, PR und Werbung sind in Ihrem Kabinett tätig?*
- a. *Wie vielen Vollzeitäquivalenten entspricht das?*

In meinem Kabinett waren zum Stichtag 08. November 2023 6 Mitarbeiter:innen (6 Vollbeschäftigte äquivalente) mit Aufgaben im Sinne der Fragestellung befasst.

Zu Frage 3:

- *Wie hoch waren 2021, 2022 und 2023 bisher die monatlichen Personalkosten (brutto) für alle diese Mitarbeitenden?*

Aufgrund mehrerer Geschäftseinteilungsänderungen und der dadurch bedingten Entstehung neuer Organisationseinheiten, der Verschiebung von Zuständigkeiten sowie des Personalwechsels können die Personalkosten für die Zeiträume 2021 und 2022 nicht mehr verlässlich erhoben werden. Für die unter Frage 1. zum Stichtag 08. November 2023 beauskunfteten Mitarbeiter:innen beliefen sich die Personalkosten im Jahr 2023 auf monatlich durchschnittlich rund € 51.600,00.

Hinsichtlich der Kosten für die unter Frage 2. beauskunfteten Mitarbeiter:innen erlaube ich mir auf die quartalsweisen Beantwortungen der Anfrageserie „Personalkosten und Entbürokratisierung Ihres Kabinetts“, zu verweisen:

- [Personalkosten und Entbürokratisierung Ihres Kabinetts Q3 2023 \(15818/AB\) | Parlament Österreich](#)
- [Personalkosten und Entbürokratisierung Ihres Kabinetts Q2 2023 \(15819/AB\) | Parlament Österreich](#)
- [Personalkosten und Entbürokratisierung Ihres Kabinetts Q1 2023 \(14101/AB\) | Parlament Österreich](#)
- [Personalkosten und Entbürokratisierung Ihres Kabinetts Q4 2022 \(12877/AB\) | Parlament Österreich](#)
- [Personalkosten und Entbürokratisierung Ihres Kabinetts Q3 2022 \(11836/AB\) | Parlament Österreich](#)
- [Personalkosten und Entbürokratisierung Ihres Kabinetts Q2 2022 \(10885/AB\) | Parlament Österreich](#)
- [Personalkosten und Entbürokratisierung Ihres Kabinetts Q1 2022 \(9975/AB\) | Parlament Österreich](#)
- [Personalkosten und Entbürokratisierung Ihres Kabinetts Q4 2021 \(8731/AB\) | Parlament Österreich](#)
- [Personalkosten und Entbürokratisierung Ihres Kabinetts Q3 2021 \(7880/AB\) | Parlament Österreich](#)
- [Personalkosten und Entbürokratisierung Ihres Kabinetts Q2 2021 \(6794/AB\) | Parlament Österreich](#)
- [Personalkosten und Entbürokratisierung Ihres Kabinetts Q1 2021 \(5972/AB\) | Parlament Österreich](#)

Für das österreichische Patentamt beliefen sich die Kosten für die Jahre 2021, 2022 und 2023 auf folgende Summen:

2021	
Monat	Kosten (in € brutto)
Jänner	66.734,36
Februar	69.029,59
März	96.915,60
April	76.578,79
Mai	62.077,35
Juni	90.045,34
Juli	62.929,87
August	60.064,69
September	90.210,16
Oktober	60.260,83
November	89.373,53
Dezember	69.326,27
Gesamt (für das Jahr 2021)	893.546,38*

*Alle monatlichen Beträge inkl. der gesetzlichen Dienstgeberbeiträge.

2022	
Monat	Kosten (in € brutto)
Jänner	52.225,98
Februar	54.825,93
März	80.872,78
April	63.339,93

Mai	58.446,38
Juni	85.763,42
Juli	114.246,96**
August	133.531,42**
September	75.245,86
Oktober	47.292,29
November	70.858,35
Dezember	51.838,94
Gesamt (für das Jahr 2022)	888.488,24*

*Alle monatlichen Beträge inkl. der gesetzlichen Dienstgeberbeiträge.

** in diesen beiden Monaten gab es Abfertigungen für zwei Bedienstete, daher sind die Kosten entsprechend höher ausgefallen.

2023	
Monat	Kosten (in € brutto)
Jänner	59.666,56
Februar	55.490,54
März	94.413,79
April	52.544,28
Mai	48.565,40
Juni	73.474,73
Juli	50.077,94
August	56.268,41
September	81.402,62
Oktober	59.947,52
Gesamt (für das Jahr 2023)	631.851,79*

*Alle monatlichen Beträge inkl. der gesetzlichen Dienstgeberbeiträge.

Zu Frage 4:

- Wie viele Mitarbeitende sind für das Jahr 2024 für diesen Bereich vorgesehen?
a. Wie hoch sind die für 2024 dafür budgetierten Kosten?

Sowohl in meinem Ministerium als auch im österreichischen Patentamt sind keine Änderungen des Personalstandes im angefragten Bereich für 2024 geplant.

Zu Frage 6:

- Wie hoch waren 2020, 2021, 2022 und 2023 bisher die Kosten für externe Dienstleister für PR-Tätigkeiten? (Mit der Bitte um Auflistung nach Dienstleister:innen, Datum, Zweck und Kosten)
a. Wie hoch sind die für 2024 budgetierten Kosten für externe Dienstleister für PR-Tätigkeiten?

Zu der Frage erlaube ich mir, auf meine Ausführungen in den quartalsweisen Beantwortungen der Anfrageserie „Werbe- und PR-Ausgaben der Bundesregierung“, zu verweisen:

- [Werbe- und PR-Ausgaben der Bundesregierung im 3. Quartal 2023 \(15976/AB\) | Parlament Österreich](#)
- [Werbe- und PR-Ausgaben der Bundesregierung im 2. Quartal 2023 \(15091/AB\) | Parlament Österreich](#)
- [Werbe- und PR-Ausgaben der Bundesregierung im 1. Quartal 2023 \(14148/AB\) | Parlament Österreich](#)
- [Werbe- und PR-Ausgaben der Bundesregierung im 4. Quartal 2022 \(13042/AB\) | Parlament Österreich](#)
- [Werbe- und PR-Ausgaben der Bundesregierung im 3. Quartal 2022 \(12303/AB\) | Parlament Österreich](#)
- [Werbe- und PR-Ausgaben der Bundesregierung im 2. Quartal 2022 \(11270/AB\) | Parlament Österreich](#)
- [Werbe- und PR-Ausgaben der Bundesregierung im 1. Quartal 2022 \(10213/AB\) | Parlament Österreich](#)
- [Werbe- und PR-Ausgaben der Bundesregierung im zweiten Halbjahr 2021 \(8935/AB\) | Parlament Österreich](#)
- [Werbe- und PR-Ausgaben der Bundesregierung im ersten Halbjahr 2021 \(7193/AB\) | Parlament Österreich](#)
- [Werbe- und PR-Ausgaben der Bundesregierung im Jahr 2020 \(4815/AB\) | Parlament Österreich](#)

Aktuell sind Informationskampagnen zur Unterstützung der folgenden Ziele geplant:

- Ausstieg aus Öl und Gas im Bereich der Heizsysteme und Steigerung der Sanierungsrate, dazu werden die neuen Förderungen für Kesseltausch und thermische Sanierungen kommuniziert
- Verringerung des Fachkräftemangels im Bereich der Energiewende

Zu diesen Projekten sind derzeit nur Gesamtsummen bekannt, aber noch keine Details zu den Kosten für Dienstleister:innen wie Kreativ- und Mediaagenturleistungen.

Zu Frage 7:

- Wie hoch waren 2020, 2021, 2022 und 2023 bisher die Kosten für (PR-) Dienstleistungen, die Ihr Ressort über die Wiener Zeitung GmbH (und ihre Unternehmungen wie z.B. die Content Agentur Austria) in Anspruch genommen hat (Mit der Bitte um Auflistung nach Datum, Zweck und Kosten)?
- Wie hoch sind die für 2024 budgetierten Kosten für Dienstleistungen der Wiener Zeitung GmbH für Ihr Ressort?
 - Welche Dienstleistungen plant Ihr Ressort in Zukunft über die Wiener Zeitung GmbH in Anspruch zu nehmen?

Es wurden keine Aufträge zum Zweck von (PR-) Dienstleistungen an die Wiener Zeitung GmbH und ihre Unternehmungen vergeben. Ebenso befinden sich auch keine derartigen Projekte in Planung.

Zu Frage 8:

- Wurde in den letzten drei Jahren überprüft, ob die jeweiligen Kommunikationsziele Ihres Ressorts erreicht wurden?
- Wenn ja, bitten wir um Zusendung der verschiedenen Analysen und Auswertungen.
 - Wenn ja, mit welchen Methoden wurden die Analysen bisher erstellt?
 - Bestehen Überlegungen oder Pläne, die Methoden in näherer oder mittlerer Zukunft zu ändern?
 - Wenn ja, inwiefern und mit welcher Begründung?
 - Wenn nicht, wieso hielt man es nicht für notwendig zu eruieren, ob die eingesetzten Gelder auch den gewollten Nutzen bringen?

Das Klimaschutzministerium hat bei den Informationskampagnen des Jahres 2022 und 2023 (Mission 11, Sanierungsbonus, Voll am Leben) Kommunikationsziele und Zielgruppen hinterlegt, die als Basis der Briefings für Kreativ- und Mediaagentur dienten. So war die Grundlage für die Energiesparkampagne „Mission 11“ eine Erhebung der Österreichischen Energieagentur (AEA), die in den österreichischen Haushalten ein Energiesparpotenzial von 11 Prozent identifizierte, das ohne technische Umbauten oder Investitionen der Bevölkerung zu erreichen war. Das Ziel der Kampagne war demnach vor dem Hintergrund der Ukraine- und Energiekrise die Steigerung des öffentlichen Bewusstseins für sparsamen Umgang mit Energie und damit zusammenhängend ein tatsächlich reduzierter Energieverbrauch.

Die Zielerreichung wurde von einem Meinungsforschungsinstitut anhand von zwei durchgeführten Umfragewellen vor und nach Kampagnenstart gemessen. Im Vergleich zur ersten Erhebung sahen bei der zweiten Befragung deutlich mehr Befragte Sparpotential beim Heizen (2. Welle: 36 %, 1. Welle: 21 %). Mehr als zwei Drittel unterstützen die Regierung dabei, dass sie derartige Kampagnen zum Energiesparen macht (68 %). Auch ein reduzierter Energieverbrauch wurde erreicht: Im Vergleich zur Vorjahresperiode sank der Gasverbrauch in Österreich in der Heizsaison 2022/23 um 21 Prozent.

Auch die laufende Informationskampagne zum Sanierungsbonus wird nach klaren und messbaren Kriterien abgewickelt. Die Zielerreichung wird vor allem durch die Steigerung der Förderanträge sowie durch begleitende Marktforschung gemessen. Zudem ist die Informationskampagne zum Sanierungsbonus ein Beitrag zu den im Regierungsprogramm 2020-2024 fest-

gelegten Schwerpunkten „Ausrollen einer Kommunikationskampagne Klimaschutz“ bzw. „Maßnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz“.

Die Mediapläne werden in Zusammenarbeit mit einer Mediaagentur im Sinne der Gebarungsgrundsätze der Sparsamkeit, Wirtschaftlichkeit und Zweckmäßigkeit auf die definierten Zielgruppen zugeschnitten. Die Kampagne „Voll am Leben“ des Verkehrssicherheitsfonds etwa richtet sich an junge autofahrende Männer zwischen 17 und 25 Jahren. Der Mediaplan enthält einen Schwerpunkt auf Online und Social Media sowie Außenwerbung an vielbefahrenen Straßen, Radio und Sonderwerbeformen (Infoscreens in Fast-Food-Restaurants, Kinowerbung, Festival-Leinwände, beklebte Tankstellenzapfsäulen). Auf Print- und TV-Werbung wurde in dieser Kampagne fast vollständig verzichtet.

Um einzelne Schaltungen aus den Fachbereichen ressortweit zu koordinieren und zu vereinheitlichen, sind seit März 2023 sämtliche Inserate mit der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit abzustimmen und zentral über die BBG-Rahmenvereinbarung „Mediaagenturleistungen“ zu buchen. Dazu wurde ein ELAK-Prozess „Schaltungen“ erarbeitet. Über die zentrale Bündelung des Schaltungswesens wurden alle Abteilungsleitungen meines Ministeriums per E-Mail informiert und bei einer ressortweiten Führungskräfteveranstaltung („Lead2Gether“) im März 2023 persönlich geschult.

Die Kommunikationsziele und auch die strategischen Ziele des Patentamtes werden jährlich gemessen, evaluiert und gegebenenfalls angepasst.

Außerdem gibt es eine stetige Medienbeobachtung. Im Speziellen nach der Veröffentlichung von Presseaussendungen, Pressekonferenzen, Events oder Interviews mit Expert:innen werden die Medien und die durch sie aufgegriffenen Informationen gemonitorrt.

In der Prüfung zur Kostentransparenz bei der Medienarbeit empfahl der Rechnungshof, eine den Kampagnenstrategien übergeordnete ressortweite Kommunikationsstrategie zu erarbeiten. Dem kommt das Klimaschutzministerium derzeit nach.

Leonore Gewessler, BA

