

Univ.-Prof. Dr. Martin Kocher
Bundesminister

Stubenring 1, 1010 Wien

Herrn
Präsidenten des Nationalrates
Mag. Wolfgang Sobotka
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2024-0.132.417

Ihr Zeichen: BKA - PDion (PDion)17835/J-NR/2024

Wien, am 15. April 2024

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Henrike Brandstötter und weitere haben am 15.02.2024 unter der **Nr. 17835/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend **RH-Bericht beweist: Fehlende Kommunikationsstrategie, keine Nachvollziehbarkeit einzelner Kampagnen, Abweichungen von Schaltplänen zugunsten von Parteimedien!** gerichtet.

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

Zu den Fragen 1 bis 4

- *Gab es in ihrem Ministerium im Zeitraum des angeführten RH-Berichts eine übergeordnete Kommunikationsstrategie?*
 - *Wenn ja, bitte um Übermittlung.*
 - *Wenn nein, warum nicht?*
- *So es keine übergeordnete Kommunikationsstrategie gab: Gibt es mittlerweile in Ihrem Ministerium eine übergeordnete Kommunikationsstrategie?*
 - *Wenn ja, bitte um Übermittlung.*
 - *Wenn nein, warum nicht?*
- *Gab es in Ihrem Ministerium im Zeitraum des angeführten RH-Berichts grundsätzliche Festlegungen zu Kommunikationszielen, Inhalten, Zielgruppen, Kommunikationskanälen und internen Rollen bzw. Verantwortlichkeiten?*

- *Wenn ja, welche und bitte um Übermittlung.*
 - *Wenn nein, warum nicht?*
- *So es keine grundsätzliche [sic] Festlegungen zu Kommunikationszielen, Inhalten, Zielgruppen, Kommunikationskanälen und internen Rollen bzw. Verantwortlichkeiten gab: Gibt es diese mittlerweile?*
 - *Wenn ja, bitte um Übermittlung.*
 - *Wenn nein, warum nicht?*

Die Auswahl der Medien für Medienkooperationen und Inserate erfolgt im Sinne einer optimierten Treffsicherheit für die intendierte Zielgruppe unter Berücksichtigung der Reichweite und Auflage der jeweiligen klassischen und digitalen Medien, stets unter strikter Einhaltung der Kriterien des § 3a Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz. Die Vergabe erfolgt zusätzlich aufgrund themenspezifischer Kriterien zur Zielerreichung. Die Verhandlung von Angeboten zur Optimierung des Mitteleinsatzes ist ebenso wie die Evaluierung der Wirksamkeit nach geeigneten Faktoren geübte Praxis.

Zu den Fragen 5 bis 7

- *Werden in Ihrem Ministerium Medienkampagnen im Sinne der Sparsamkeit, Wirtschaftlichkeit und Zweckmäßigkeit konzipiert und abgewickelt?*
 - *Wenn ja, wie wird dies sichergestellt?*
 - *Wenn nein, warum nicht?*
- *Gab es in ihrem Ministerium im Zeitraum des angeführten RH-Berichts Vergleichsangebote anderer Agenturen bevor Medienkampagnen geschalten und gestaltet wurden?*
 - *Wenn ja, bitte um Übermittlung der Kampagnen und Vergleichsangebote.*
 - *Wenn nein, warum nicht?*
- *Gibt es in ihrem Ministerium nun seit dem 1.1.2022 Vergleichsangebote anderer Agenturen bevor Medienkampagnen geschalten und gestaltet werden?*
 - *Wenn ja, bitte um Übermittlung der Kampagnen und Vergleichsangebote.*
 - *Wenn nein, warum nicht?*

Die Auswahl von Agenturen erfolgt nach Zielsetzung der jeweiligen Kampagne und Einsatz der geplanten Medien und Kanäle unter Berücksichtigung von Erfahrungswerten sowie der Sparsamkeit, Wirtschaftlichkeit und Zweckmäßigkeit. Sämtliche Beauftragungen erfolgen unter Einhaltung der einschlägigen vergaberechtlichen Vorschriften.

Zu den Fragen 8 bis 11

- *Gibt es in ihrem Ministerium nun seit 1.1.2020 einen Gesamtüberblick über Aufwendungen zur Medienarbeit?*
 - *Wenn ja, bitte um Übermittlung. (Bitte um jährliche Auflistung)*
 - *Wenn nein, warum nicht?*
- *Werden bei Medienkooperationen seit 1.1.2020 Bedarf und Gründe für die Auswahl dieser vollständig dokumentiert?*
 - *Wenn ja, bitte um Übermittlung.*
 - *Wenn nein, warum nicht?*
- *Wurden von Agenturen vorgelegte Schaltpläne seit 1.1.2020 bis heute geändert?*
 - *Wenn ja, welche? (Bitte um Bekanntgabe der genauen Änderungen sowie Begründungen)*
 - *Wenn nein, warum hat diese Praxis aufgehört?*
- *Gibt es lückenlose Dokumentationen über die eingereichten Schaltpläne aller Medienkampagnen seit 1.1.2020 bis heute?*
 - *Wenn ja, bitte um Übermittlung dieser sowie veranlasster Änderungen, falls es welche gab?*
 - *Wenn nein, warum nicht?*

Sämtliche Beauftragungen von Medienkooperationen und Informationskampagnen wurden und werden lückenlos aktenmäßig erfasst bzw. dokumentiert. Was die Aufwendungen für Schaltungen, Medienkooperationen und Informationskampagnen seit dem 1. Jänner 2020 betrifft, ist dazu auf die Beantwortungen der parlamentarischen Anfragen Nr. 2674/J, 3166/J, 3556/J, 4804/J, 4816/J, 4777/J, 6731/J, 9124/J, 9140/J, 10372/J, 10466/J, 11379/J, 11477/J, 12477/J, 12491/J, 12727/J, 13316/J, 14195/J, 14775/J, 15477/J, 15747/J, 16352/J, 16475/J, 17162/J und 17353/J zu verweisen.

Schaltpläne werden aufgrund von Briefings für die Mediaagentur mit dem Auftrag zur Berücksichtigung der bestmöglichen Zielgruppenrelevanz und der bestmöglichen Leistungswerte durch optimale Platzierung und schonenden Ressourceneinsatz von dieser erstellt. Die Prüfung der vorgelegten Pläne erfolgt ebenso auf Basis der Erfüllung dieser vorgegebenen Kriterien. Erforderlichenfalls erfolgen einzelne Nachjustierungen in Bereichen der Frequenz, der zeitlichen Abfolge der Schaltungen bzw. nach der Überprüfung von etwaigen Überschneidungen.

Univ.-Prof. Dr. Martin Kocher

Elektronisch gefertigt

