

17249/AB
Bundesministerium vom 15.04.2024 zu 17829/J (XXVII. GP)
sozialministerium.at
Soziales, Gesundheit, Pflege
und Konsumentenschutz

Johannes Rauch
Bundesminister

Herrn
Mag. Wolfgang Sobotka
Präsident des Nationalrates
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2024-0.144.880

Wien, 25.3.2024

Sehr geehrter Herr Präsident!

Ich beantworte die an mich gerichtete schriftliche parlamentarische **Anfrage Nr. 17829/J** der Abgeordneten Henrike Brandstötter, Kolleginnen und Kollegen, betreffend **RH-Bericht beweist: Fehlende Kommunikationsstrategie, keine Nachvollziehbarkeit einzelner Kampagnen, Abweichungen von Schaltplänen zugunsten von Parteimedien!** wie folgt:

Fragen 1 und 2:

- *Gab es in Ihrem Ministerium im Zeitraum des angeführten RH-Berichts eine übergeordnete Kommunikationsstrategie?*
 - a. *Wenn ja, bitte um Übermittlung.*
 - b. *Wenn nein, warum nicht?*
- *So es keine übergeordnete Kommunikationsstrategie gab: Gibt es mittlerweile in Ihrem Ministerium eine übergeordnete Kommunikationsstrategie?*
 - a. *Wenn ja, bitte um Übermittlung.*
 - b. *Wenn nein, warum nicht?*

Leitende Prämissen der Kommunikation des Bundesministeriums für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz (BMSGPK) ist die konstante Umsetzung einer einfachen, niederschwelligen, barrierefreien Kommunikation zu sämtlichen Themen, die in der Zuständigkeit des BMSGPK liegen. Als öffentliche Einrichtung des Bundes ist es unsere

Verantwortung, Menschen durch umfassende sachliche Kommunikation zu ermächtigen, auf Basis der zur Verfügung gestellten Informationen selbstständig Entscheidungen treffen zu können bzw. Handlungsoptionen abzuleiten.

Aufbauend auf dieser übergeordneten Kommunikationsprämisse wird für jeden konkreten Informationsschwerpunkt ein spezifischer Kommunikationsansatz, den Zielgruppen und Kommunikationszielen entsprechend, entwickelt und festgehalten.

Aktuell erarbeitet das BMSGPK darüber hinaus eine zentrale Social Media Strategie.

Fragen 3 und 4:

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

Die grundsätzliche Festlegung der jeweiligen Kommunikationsstrategie für Informationsschwerpunkte wird im BMSGPK im Hinblick auf die einzelnen Medienkanäle und Zielgruppen nach klar definierten mediaplanerischen Parametern (Zielgruppen, Reichweite etc.) entwickelt und im Zuge der Kampagnenplanung individuell umgesetzt. Die internen Rollen bzw. Verantwortlichkeiten liegen gemäß der geltenden Geschäftseinteilung bei den dafür zuständigen Stellen und werden in Abstimmung mit den Kommunikationsverantwortlichen des jeweiligen Ressortleiters/der jeweiligen Ressortleiterin durchgeführt.

Frage 5: Werden in Ihrem Ministerium Medienkampagnen im Sinne der Sparsamkeit, Wirtschaftlichkeit und Zweckmäßigkeit konzipiert und abgewickelt?

- a. Wenn ja, wie wird dies sichergestellt?
- b. Wenn nein, warum nicht?

Ja. Die Konzeption und Durchführung von Informationsmaßnahmen wird im BMSGPK im Sinne der Sparsamkeit, Wirtschaftlichkeit und Zweckmäßigkeit abgewickelt, dafür wird mit Mediaagenturen zusammengearbeitet.

Fragen 6 und 7:

- *Gab es in ihrem Ministerium im Zeitraum des angeführten RH-Berichts Vergleichsangebote anderer Agenturen bevor Medienkampagnen geschalten und gestaltet wurden?*
 - a. Wenn ja, bitte um Übermittlung der Kampagnen und Vergleichsangebote.
 - b. Wenn nein, warum nicht?
- *Gibt es in ihrem Ministerium nun seit dem 1.1.2022 Vergleichsangebote anderer Agenturen bevor Medienkampagnen geschalten und gestaltet werden?*
 - a. Wenn ja, bitte um Übermittlung der Kampagnen und Vergleichsangebote.
 - b. Wenn nein, warum nicht?

Nein. Im Zeitraum ab 2019 wird auf nachfolgende vertragliche Grundlagen des BMSGPK bei der Zusammenarbeit mit Mediaagenturen verwiesen, weshalb von der Einholung von Vergleichsangeboten im Anlassfall von Buchungen Abstand genommen wurde.

2019-2023 Rahmenvereinbarung „Mediaeinkauf inklusive Mediaberatung und strategische Planung“ (Ausschreibung):

- OmniMedia GmbH, 1020 Wien
- WIRZ Werbe Agentur GmbH, 1030 Wien
- UM:PanMedia Kommunikationsberatung und Mediaeinkauf GmbH, 1040 Wien

Ab dem 2. Halbjahr 2022 erfolgten zusätzlich auch Abrufe der BBG Rahmenvereinbarung GZ 5202.03733 „Mediaagenturleistungen Bund“. Nach dem Auslaufen der Rahmenvereinbarung „Mediaeinkauf inklusive Mediaberatung und strategische Planung“ (2023) wurden Mediaagenturleistungen ausschließlich über die Rahmenvereinbarung der BBG abgerufen.

Fragen 8 und 9:

- *Gibt es in ihrem Ministerium nun seit 1.1.2020 einen Gesamtüberblick über Aufwendungen zur Medienarbeit?*
 - a. *Wenn ja, bitte um Übermittlung. (Bitte um jährliche Auflistung)*
 - b. *Wenn nein, warum nicht?*
- *Werden bei Medienkooperationen seit 1.1.2020 Bedarf und Gründe für die Auswahl dieser vollständig dokumentiert?*
 - a. *Wenn ja, bitte um Übermittlung.*
 - b. *Wenn nein, warum nicht?*

Dazu wird auf die vom Gesetzgeber vorgesehenen Veröffentlichungen auf Basis des Medientransparenzgesetzes bzw. auf die laufenden Beantwortungen von parlamentarischen Anfragen, die sämtliche Ausgaben im Bereich von Medienarbeit lückenlos dokumentieren, verwiesen.

Fragen 10 und 11:

- *Wurden von Agenturen vorgelegte Schaltpläne seit 1.1.2020 bis heute geändert?*
 - a. *Wenn ja, bitte um Übermittlung.*
 - b. *Wenn nein, warum hat diese Praxis aufgehört?*
- *Gibt es lückenlose Dokumentationen über die eingereichten Schaltpläne aller Medienkampagnen seit 1.1.2020 bis heute?*
 - a. *Wenn ja, bitte um Übermittlung dieser sowie veranlasster Änderungen, falls es welche gab.*
 - b. *Wenn nein, warum nicht?*

Mediapläne für das BMSGPK werden im abgefragten Zeitraum seit 2020 durch die (jeweils zuständige) Mediaagentur erstellt und dem BMSGPK vorgelegt. In der Regel erfolgen danach keine Änderungen mehr, es sei denn, es entsteht allenfalls aufgrund geänderter Parameter Adaptierungsbedarf wegen geänderter Ausspielungen in den jeweiligen Webplattformen oder Sendeplatzverschiebungen wegen aktueller Ereignisse (diesem Umstand entsprechend also v.a. im Bereich Online und/oder TV). Eine Weitergabe von originalen Schaltplänen, die von Mediaagenturen vorgelegt werden, an Dritte ist aufgrund vertragsrechtlicher Verschwiegenheitspflichten dem BMSGPK als Auftraggeberin nicht gestattet (Rahmenvereinbarung BBG GZ 5202.03733). Auch die frühere Rahmenvereinbarung gestattete es dem BMSGPK nicht, Vertragsinhalte wie Konditionen oder Rabatte an Dritte weiterzugeben.

Informationen bezgl. getätigter Einschaltungen und Medienkooperationen ab 1.1.2020 bis dato finden sich in den Veröffentlichungen des Medientransparenzgesetzes bzw. in Beantwortungen diverser parlamentarischer Anfragen. Weiters wird auf die mit 1.1.2024 in Kraft getretene Novelle des Medientransparenzgesetzes (MedKF-TG) verwiesen, die umfassendere Veröffentlichungs- und Reportingpflichten normiert: Das erste Halbjahr 2024 wird bereits nach den neuen umfassenderen Transparenzvorgaben für die Einmeldung im Juli 2024 hausintern erfasst.

Mit freundlichen Grüßen

Johannes Rauch

