

**Mag. Norbert Totschnig, MSc**  
Bundesminister für Land- und Forstwirtschaft,  
Regionen und Wasserwirtschaft

Herrn  
Mag. Wolfgang Sobotka  
Präsident des Nationalrats  
Parlament  
1017 Wien

Geschäftszahl: 2024-0.132.094

Ihr Zeichen: BKA - PDion  
(PDion)17830/J-NR/2024

Wien, 15. April 2024

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Henrike Brandstötter, Kolleginnen und Kollegen haben am 15. Februar 2024 unter der Nr. **17830/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?
  - 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?

- 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?

Im Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Regionen und Wasserwirtschaft wird seit jeher eine Jahresprogrammplanung für öffentlichkeitsrelevante Themen, Schwerpunkte und Aktivitäten der Fachsektionen bzw. -abteilungen erstellt. Seit dem Jahr 2023 wird eine übergeordnete Kommunikationsstrategie ausgearbeitet, in der für die Themenbereiche (wie Wasser, Landwirtschaft, Wald) Mission Statements formuliert werden und Detailplanungen mit Zielgruppen, Maßnahmen, Kommunikationskanälen, Zuständigkeiten und Zeitplänen für die zentralen Aktivitäten erarbeitet werden.

**Zur 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. Relevante Themen und Informationen werden grundsätzlich ohne finanziellen Aufwand crossmedial jeweils auf der Webseite des Bundesministeriums für Land- und Forstwirtschaft, Regionen und Wasserwirtschaft, den Landingpages und über andere Kanäle, wie etwa Social Media, Direct Mailings oder Presseaussendungen gestreut.

Auf Basis der oben angeführten Planungen greift das Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Regionen und Wasserwirtschaft jene Themen heraus, bei denen Bedarf an verstärkter Kommunikation besteht und erstellt einen Themen- und Medienplan für Insertionen sowie eine Social-Media-Werbeanzeigenplanung. Voraussetzung dafür ist, ein konkretes Informationsbedürfnis der Öffentlichkeit zu decken, um einer Zielgruppe Wissen über Rechtsvorschriften, Serviceangebote und Fördermöglichkeiten zu verschaffen oder um objektiv nützliche Handlungsanweisungen bzw. Verhaltensempfehlungen zu geben.

Unter Abruf der Rahmenvereinbarung „Mediaagenturleistungen Bund“ der Bundesbeschaffung GmbH (BBG) wird ein detaillierter Schaltplan bzw. Medienmix erstellt. Die zuständige Abteilung prüft diesen im Sinne der Sparsamkeit, Zweckmäßigkeit und Wirtschaftlichkeit. Sofern bessere Konditionen von Medien gewährt werden, erfolgt die Einholung von Angeboten, die Beauftragung und die finanzielle Abwicklung direkt durch die zuständige Abteilung.

**Zu den Fragen 6, 7 und 9 bis 11:**

- Gab es in ihrem Ministerium im Zeitraum des angeführten RH-Berichts Vergleichsangebote anderer Agenturen bevor Medienkampagnen geschaltet 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 geschaltet und gestaltet werden?
  - a. Wenn ja, bitte um Übermittlung der Kampagnen und Vergleichsangebote.
  - 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?
- Wurden von Agenturen vorgelegte Schaltpläne seit 1.1.2020 bis heute geändert?
  - a. Wenn ja, welche? (Bitte um Bekanntgabe der genauen Änderungen sowie Begründungen)
  - 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?

Im Zeitraum der Jahre 2019 bis 2022 wurden Insertionen direkt über das Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Regionen und Wasserwirtschaft, unter Einhaltung der Kriterien der Sparsamkeit, Wirtschaftlichkeit und Zweckmäßigkeit, durchgeführt.

Seit dem Jahr 2023 nimmt das Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Regionen und Wasserwirtschaft für Kampagnen Leistungen der erstgereihten Mediaagentur über die BBG-Rahmenvereinbarung „Mediaagenturleistungen Bund“ in Anspruch (Kaskadenprinzip).

Inseratenkampagnen werden nur für jene Themen und für jene Zielgruppen veranlasst, bei denen erhöhter Kommunikationsbedarf besteht, der nicht durch PR- und Pressearbeit gedeckt werden kann. Darauf aufbauend werden die Zielgruppen definiert. Auf dieser Basis erstellt die Mediaagentur über die BBG-Rahmenvereinbarung „Mediaagenturleistungen Bund“ einen Schaltplan bzw. Medienmix. Gemäß dieser BBG-Rahmenvereinbarung verpflichtet sich der Auftraggeber, alle vom Auftragnehmer erhaltenen Ausarbeitungen (erstellte Pläne, verhandelte Konditionen etc.) geheim zu halten und nicht an Dritte weiterzugeben oder für andere Projekte weiter zu verwerten. Alle Schaltpläne werden im ELAK dokumentiert.

**Zur Frage 8:**

- 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?

Es darf auf die Beantwortungen der nachfolgenden parlamentarischen Anfragen verwiesen werden:

- Nr. 476/J vom 8. Jänner 2020
- Nr. 1534/J vom 15. April 2020
- Nr. 1783/J vom 28. April 2020
- Nr. 2670/J und Nr. 2690/J vom 7. Juli 2020
- Nr. 3559/J vom 25. September 2020
- Nr. 4776/J, Nr. 4806/J und Nr. 4820/J vom 4. Jänner 2021
- Nr. 7210/J, Nr. 7234/J und Nr. 7250/J vom 7. Juli 2021
- Nr. 8189/J vom 8. Oktober 2021
- Nr. 9118/J und Nr. 9136/J vom 22. Dezember 2021
- Nr. 9196/J vom 23. Dezember 2021
- Nr. 10460/J und 10469/J vom 31. März 2022
- Nr. 11488/J, Nr. 11492/J und Nr. 11512/J vom 30. Juni 2022
- Nr. 12478/J und Nr. 12490/J vom 3. Oktober 2022
- Nr. 13324/J, Nr. 13332/J und Nr. 13349/J vom 14. Dezember 2022

- Nr. 14411/J vom 1. März 2023
- Nr. 14755/J und Nr. 14769/J vom 30. März 2023
- Nr. 15469/J, Nr. 15505/J und Nr. 15516/J vom 5. Juli 2023
- Nr. 16464/J und Nr. 16469/J vom 4. Oktober 2023
- Nr. 17158/J, Nr. 17192/J und 17198/J vom 14. Dezember 2023

Mag. Norbert Totschnig, MSc

