

**Mag. Werner Kogler**  
Vizekanzler  
Bundesminister für Kunst, Kultur,  
öffentlichen Dienst und Sport

Herrn  
Präsidenten des Nationalrates  
Mag. Wolfgang Sobotka  
Parlament  
1017 Wien

Geschäftszahl: 2024-0.137.781

Wien, am 15. April 2024

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Henrike Brandstötter, Kolleginnen und Kollegen haben am 15. Februar 2024 unter der Nr. **17836/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 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?*

Kommunikationsstrategien des Bundesministeriums für Kunst, Kultur, öffentlichen Dienst und Sport leiten sich von konkreten Schwerpunktthemen und –vorhaben in dessen

Wirkungsbereich ab und haben zum Ziel, den Informationsnotwendigkeiten und -pflichten des Ressorts genauso wie dem Informationsbedürfnis der Bevölkerung nachzukommen sowie die Öffentlichkeit auf analogen und digitalen Kanälen zu informieren.

Ein wesentliches Ziel ist es, die digitale Kommunikation kontinuierlich zu verstärken und auszubauen, um den bestehenden Informationsnotwendigkeiten und -pflichten des Ressorts besser nachzukommen und die immer größer werdende Bevölkerungsgruppe, die sich über digitale Kanäle (bspw. Soziale Medien) informiert, besser zu erreichen.

**Zu den 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?*

Für Informationskampagnen des BMKÖS werden grundsätzlich immer Ziele, Inhalte, Zielgruppen sowie Kommunikationskanäle definiert. Die Verantwortung für Informationskampagnen liegt bei der im BMKÖS zuständigen Abteilung für Öffentlichkeitsarbeit, welche die entsprechenden Kommunikationsziele gemeinsam mit den zuständigen Fachabteilungen erarbeitet.

**Zu Frage 5 bis 7:**

- *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?*
- *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?*

Die Mediapläne, die auf Basis von definierten Zielen und Zielgruppen entwickelt werden, werden durch eine vom BMKÖS beauftragte Mediaagentur im Sinne der Gebarungsgrundsätze der Sparsamkeit, Wirtschaftlichkeit und Zweckmäßigkeit konzipiert und abgewickelt.

Sämtliche Vergaben und Vertragsabschlüsse erfolgen unter Einhaltung der entsprechenden Bestimmungen des Bundesvergabegesetzes bzw. handelt es sich um Abrufe aus Rahmenvereinbarungen der Bundesbeschaffung GmbH. Weiters sehen die internen Vergabevorschriften des BMKÖS bei Direktvergaben nach § 46 BVergG 2018 vor, dass ab einem Auftragswert von € 5.000,00 Vergleichsangebote einzuholen sind. Kleinere Informationsmaßnahmen werden durch das BMKÖS selbst abgewickelt.

Es ist überdies festzuhalten, dass sich die unter Verantwortung des BMKÖS veranlassten entgeltlichen Veröffentlichungen nach den strengen Kriterien des Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetzes richten.

**Zu 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?*

Hinsichtlich Ausgaben zur Medienarbeit in dieser Legislaturperiode darf ich auf meine Beantwortungen der parlamentarischen Anfragen Nr. 4828/J, 7252/J, 9125/J, 10464/J, 11491/J, 12470/J, 13313/J, 14780/J, 15502/J, 16468/J sowie 17155/J betreffend „Werbe- und PR-Ausgaben der Bundesregierung“ sowie auf die Anfragen Nr. 17304/J, 18068/J, 12778/J, 14513/J, 7899/J sowie 10039/J betreffend „Erbringung von Dienstleistungen“ verweisen.

**Zu Frage 9:**

- *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?*

Jede Informationskampagne und jede einzelne Medienkooperation wird lückenlos im elektronischen Aktenverwaltungssystem (ELAK) dokumentiert.

Dabei werden auch immer die Kommunikationsziele und Zielgruppen, der Zeitrahmen, der Budgetrahmen für die Auswahl angeführt, die gleichzeitig als Basis für die Briefings der Kreativ- und Mediaagentur dienen.

In Anbetracht des hohen Verwaltungsaufwandes und aufgrund der Veröffentlichung der entgeltlichen Einschaltungen des BMKÖS in den in der Beantwortung der Frage 8 angeführten Parlamentarischen Anfragen wird von der Übermittlung einzelner Akten Abstand genommen.

**Zu Frage 10:**

- *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?*

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass auf Basis eines ausführlichen Briefings, in dem detaillierte Ziele, Zielgruppen, Zeit- und Budgetrahmen der jeweiligen Kommunikationsmaßnahme definiert werden, die beauftragte Mediaagentur einen Vorschlag für einen Schaltplan vorlegt. Dieser wird intern geprüft und stets in Zusammenarbeit mit der Mediaagentur finalisiert.

**Zu Frage 11:**

- *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?*

Die lückenlose Dokumentation über die Schaltpläne der einzelnen Informationskampagnen erfolgt im elektronischen Aktenverwaltungssystem (ELAK). Darüber hinaus darf auf die Beantwortung der Frage 8 verwiesen werden.

Zum Schutz des Geschäftsgeheimnisses und aus Gründen des Datenschutzes muss von einer Übermittlung der Schaltpläne Abstand genommen werden. Überdies widerspricht eine Übermittlung der Pläne der Verschwiegenheitspflicht lt. BBG-Rahmenvereinbarung.

Mag. Werner Kogler

