



MAG. KLAUDIA TANNER
BUNDESMINISTERIN FÜR LANDESVERTEIDIGUNG

S91143/26-PMVD/2024

26. April 2024

Herrn

Präsidenten des Nationalrates

Parlament

1017 Wien

Die Abgeordneten zum Nationalrat Krainer, Genossinnen und Genossen haben am 26. Februar 2024 unter der Nr. 17904/J an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Aufträge für Werbe- und Marketingdienstleistungen“ gerichtet. Diese Anfrage beantworte ich wie folgt:

Zu 1, 2 und 2a bis 2e:

Für die im abgefragten Zeitraum im Bundesministerium für Landesverteidigung (BMLV) abgeschlossenen Werkverträge über Dienstleistungen nach ÖNACE Code M 73 verweise ich auf nachstehende Übersicht:

Auftragnehmer/Verfahren	Dienstleistung/Inhalt des Auftrags	Honorar in Euro
Pro Event Team für Wien GmbH Die Vergabe erfolgt gemäß § 37 Abs. 1 Z 3 BVergG 2018 im Rahmen eines Verhandlungsverfahrens ohne vorherige Bekanntmachung	Logopräsenz und Standortmiete des Österreichischen Bundesheeres im Rahmen des 40. Donauinselfestes Die Leistung umfasst: <ul style="list-style-type: none">• Mediale Leistungen – Multiplikatoren• 1x Doppelseite Advertorial im offiziellen Programmheft des Donauinselfest 2023 – Verteilung über das Wiener Bezirksblatt, Auflage 600.000 Stück. Text und Bildmaterial werden seitens des Kunden bereitgestellt bzw. mit dem Kunden gemeinsam erarbeitet.• Prominente Integration (Video, Bild, Text) aller Attraktionen des österreichischen Bundesheers und der Programmpunkte der Militärmusik auf der offiziellen Homepage www.donauinselfest.at ab der offiziellen Präsentation des 40. Donauinselfest Ende Februar 2023. Logo- & Imagebindeinbindung, sowie Direktlink im Partner-, und Sponsorenbereich auf der offiziellen Homepage www.donauinselfest.at. Die Artikel können im Zeitraum von März bis Ende Juni jederzeit adaptiert bzw. ausgetauscht werden.• Mehrfache Postings bzw. Instagram-Stories im Zeitraum von März bis Ende Juni auf den	241.200

	<p>offiziellen Social Media Kanälen des Donauinselfests. Die Postings und Stories stellen alle Attraktionen des österreichischen Bundesheers vor und dienen zur Aktivierung der Besucher/innen, sich auf die Herausforderungen der einzelnen Stationen gezielt vorzubereiten. Postings und Stories für die Militärmusik könnten die Vorbereitung auf den Auftritt auf der Schlagerbühne, aber auch die Vorbereitung zum offiziellen Weltrekordversuch der größten zusammenspielenden Band beinhalten – gesamt 2x FB Posting und 2x Instagram Story Erstellungen pro Monat (März, Apr., Mai, Juni) = mind. 8x FB Postings und 8x Instagram Story Erstellungen im Kampagnenzeitraum, sowie 3x FB Posting und 3x Instagram Stories während des Festivals.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Platzmieten und Leistungen vor Ort • Platzmiete für Aktionszone „Strongest Man“ <ul style="list-style-type: none"> ○ Aktionszone ca. 300m² ohne etwaige Publikumszonen bzw. Durchgänge ○ Wird vom BMLV gestellt und betreut ○ Aktionszone wird lt. Plan seitens des Veranstalters bereitgestellt und wie behördlich vorgegeben eingezäunt ○ Brandingmöglichkeit der gesamten Aktionszone durch den Partner • Platzmiete für Aktionszone „2x Backjumps“ <ul style="list-style-type: none"> ○ Aktionszone ca. 300m² ohne etwaige Publikumszonen bzw. Durchgänge ○ Wird vom BMLV gestellt und betreut ○ Aktionszone wird lt. Plan seitens des Veranstalters bereitgestellt und eingezäunt ○ Brandingmöglichkeit der gesamten Aktionszone durch den Partner • Platzmiete für Heeressport Warrior Run <ul style="list-style-type: none"> ○ Aktionszone ca. 200m² ohne etwaige Publikumszonen bzw. Durchgänge ○ Wird vom BMLV gestellt und betreut ○ Aktionszone wird lt. Plan seitens des Veranstalters bereitgestellt und wie behördlich vorgegeben eingezäunt • Brandingmöglichkeit der gesamten Aktionszone durch den Partner • Platzmiete für Sport Tripple Parcours <ul style="list-style-type: none"> ○ Aktionszone ca. 100m² ohne etwaige Publikumszonen bzw. Durchgänge ○ wird vom BMLV gestellt und betreut ○ Aktionszone wird lt. Plan seitens des Veranstalters bereitgestellt und wie behördlich vorgegeben eingezäunt ○ Brandingmöglichkeit der gesamten Aktionszone durch den Partner • Platzmiete Recruiting Area hinter Festival Bühne / 2x Pagodenzelte <ul style="list-style-type: none"> ○ Aktionszone ca. 50m² ohne etwaige Durchgänge • Platzmiete für 3x Heeres KFZ <ul style="list-style-type: none"> ○ Aktionszone ca. 50m² ohne etwaige 	
--	--	--

	<p>Publikumszonen bzw. Durchgänge</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ sämtliche Fahrzeuge werden vom BMLV betreut ○ Aktionszone wird lt. Plan seitens des Veranstalters bereitgestellt und wie behördlich vorgegeben eingezäunt • Integration Militärmusik in das laufende Programm des 40. Donauinselfest ○ 30-60 Minuten Timeslot Samstag Abend auf der Schlagerbühne mit einem oder mehreren bekannten Schlagerstars ○ Walk mit Militärmusik zur Veranstaltung „Fit mit Philip“ – Sonntag Morgen ○ „Rock together“ – offizieller Guinness book of records Weltrekordversuch größte zusammenspielende Band – Sonntag Vormittag bis Sonntag Nachmittag • Platzmiete für Pagodenzelte 2 Stück <ul style="list-style-type: none"> ○ 5x5m Größe pro Pagode ○ Schwerlastboden in jeder Pagode ○ Stromanschluss in jeder Pagode ○ Internetzugang in jeder Pagode • Platzmiete 5x absperrbare Lager-Container <ul style="list-style-type: none"> ○ Aktionszone ca. 100m2 ohne etwaige Durchgänge • Platzmiete für Glas/Infocontainer (Recruiting) <ul style="list-style-type: none"> ○ Aktionszone ca. 40m2 ohne etwaige Durchgänge ○ Soundanlage zur Beschallung von 1.000 Pax ○ Funkmikrofon • Bereitstellung einer mobilen Mitarbeitertoilette innerhalb der Aktionszone durch den Veranstalter • Integration des österreichischen Bundesheeres in die Best-Werbewertanalyse qualitative und quantitative Reichweitenumfrage 	
<p>EPAMEDIA Europäische Plakat- und Außenmedien GmbH Direktvergabe gemäß §46 Abs. 2 BVergG</p>	<p>Druck und Affichierung von 24- Bogen-Plakaten für das BMLV Die Leistungen umfassen: A: PRODUKTION</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Druck von 120 Stück 24-Bogen-Plakaten ➤ Format 504 x 238 cm (quer) ➤ Druck: einseitig, 4-färbig, Offset ➤ Papier: Plakatpapier ➤ Endfertigung: auf Format schneiden • Die Produktion erfolgt optional bis zu fünf Mal pro Jahr nach Bedarf des BMLV/Abteilung Mkt&Spo, wobei kein Anspruch auf eine Mindestabnahme pro Jahr besteht. Die Druckdatenübermittlung erfolgt rechtzeitig durch die Fa. GPK GmbH • Nach Einlangen der Druckunterlagen ist die Verfügbarkeit innerhalb von 14 Werktagen zu gewährleisten. Dies beinhaltet Produktion und Lohnplakatierung (Affichierung) an allen Standorten (Standortauflistung siehe Beilage). Davon ausgenommen sind wetterbedingte Verzögerungen. 	<p>Kosten Produktion pro Abruf: 2.450,11 Kosten Affichierung pro Abruf: 9.379,52</p>

	<p>B: Bundesweite AFFICHIERUNG von Plakatwänden des ÖBH:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Affichieren von 90 Stk. 24-Bogen-Plakatflächen (+/- 5 Plakatflächen) an 80 Standorten (+/- 3 Standorte innerhalb des Wirkungsbereiches) in Österreich nach Vorgabe (Übersicht Standorte und Plakatflächen inkl. Adressen sowie Liste der Ansprechstellen - siehe Anlagen) ➤ Die Haltbarkeit der 24-Bogenplakate soll einen Zeitraum von 8 Wochen gewährleisten. Voraussetzung dafür: Die Tafeln müssen qualitativ (Zustand der Tafeln) dafür geeignet sein. ➤ Bei Notwendigkeit einer Plakaterneuerung (bei vorzeitiger Ablösung etc.) hat die Affichierung - ohne weitere Kosten - innerhalb von max. 5 Werktagen ab Bekanntgabe zu erfolgen. Ausgenommen davon sind Erneuerungen durch Wetterschäden oder Vandalismus, welche gesondert zu verrechnen sind. ➤ Die Anzahl der Abrufe erfolgt bis zu fünf Mal jährlich nach zeitlichem Bedarf und Anweisung von DionKomm, Abteilung Mkt&Spo. ➤ ZUSATZLEISTUNGEN UND OPTIONEN: <ul style="list-style-type: none"> • Von der Auftraggeberin (bei Bedarf) gewünschte Ausbesserungsarbeiten von Wetterschäden oder sonstiger Reklamationen wären pro 24 Bogen-Tafel und zusätzlich anfallendem Kilometergeld gesondert zu verrechnen. • Eine von der Auftraggeberin (bei Bedarf) gewünschte Tafelpflege (Schälen: Entfernen der alten Plakate - Durchführung im Rahmen einer Klebung) zwecks Verbesserung der Haltbarkeit der Plakate wäre gesondert zu verrechnen. • Tafeln, welche aufgrund ihrer Höhe oder anderer örtlicher Gegebenheiten schwer und/oder nicht mit einer Leiter erreichbar sind, können Zusatzkosten für Hilfsmittel (wie Steiger etc.) anfallen und wäre gesondert zu verrechnen. • Mögliche Kosten für außerordentliche Leistungen, z.B. Überklebung aufgrund Beanstandung durch Werberat, Verpackungsmaterial, Zoll, Versandkosten, Aufkleben von Streifen, Plakatierung außerhalb des regulären Klebezyklus, Rücksendung nicht verbrauchter Plakate, wären gesondert zu verrechnen. 	
<p>MARKET Marktforschung GmbH und CoKG Direktvergabe gemäß §46 Abs. 2 BVergG</p>	<p>Durchführung einer sicherheitspolitischen Meinungsumfrage für das BMLV zum Thema: "Meinungsbild 2023"</p> <p>Thematisch umfasst die geplante Fortsetzung der Studienreihe für das Jahr 2023 zunächst Kerninhalte, die auch in den Vorjahren bereits vorgegeben wurden. Diese beziehen sich vor allem auf das aktuelle Bedrohungserleben und Sicherheitsgefühl der Bevölkerung, Einstellungen</p>	41.748

	<p>zu außen- und sicherheitspolitischem Engagement Österreichs bzw. zu in diesem Zusammenhang relevanten geostrategischen Akteuren sowie verschiedenste Aspekte der öffentlichen Wahrnehmung und gesellschaftlichen Integration des Österreichischen Bundesheeres.</p> <p>Darüber hinaus sind zusätzliche Befragungsinhalte vorgesehen, die Themenbereiche abdecken, die im heurigen Jahr als besonders relevant erscheinen. Diese umfassen Fragen zum aktuellen Neutralitätsverständnis, die Akzeptanz der „European Sky Shield Initiative“, Detailfragen zur Akzeptanz des Erscheinungsbildes von Soldatinnen und Soldaten, zur Befürwortung der geistigen Landesverteidigung und insbesondere des Informationswesens, zu Erwartungshaltungen an Arbeitgeber sowie zur Akzeptanz der jüngsten Budgeterhöhung für das Ressort bzw. des Aufbauplans 2032.</p> <p>Durch die gewünschte Fortsetzung der Studienreihe könnten somit nicht nur die entsprechenden Trendanalysen im Vergleich zu den Vorjahren erstellt, sondern auch aktuelle Meinungsbilder zu wesentlichen Initiativen des Ressorts und empirisch abgesicherte Grundlagen für künftige Personalmarketingmaßnahmen erhoben werden.</p>	
<p>T-Factory Trendagentur Markt- und Meinungsforschung Gesellschaft m.b.H</p> <p>Direktvergabe gemäß §46 Abs. 2 BVergG</p>	<p>Durchführung einer qualitativen Marktforschung für das BMLV“ PRETESTS mittels Durchführung von Fokusgruppen – Gegenstand: Marktforschung</p> <p>Ziel und Zweck der Umfrage: Um empirisch belastbare Grundlagen zur Verfügung zu haben, sollen Fokusgruppen durchgeführt werden. Auf das Erfordernis der Ausgewogenheit bzw. Differenzierung zwischen jungen Männern und Frauen österreichischer Staatsbürgerschaft sowie die Berücksichtigung des formellen Bildungsniveaus darf ausdrücklich hingewiesen werden. Fokusgruppen sind ein Instrument der qualitativen Marktforschung. Mit ihrer Hilfe werden sogenannte Werbemittel- und Kampagnentests und Explorationen im Bereich der Motivforschung durchgeführt. Bei der Anwendung von qualitativen Methoden geht es um zwei Erhebungsziele:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Ergründung der Motive bei Präferenzentscheidungen ➤ Ergründung der Zielgruppenkompatibilität von auf Jugendliche und junge Erwachsene zielenden Kommunikationsmaßnahmen <p>Die Ergebnisse von Explorationen mit Hilfe von Fokusgruppen werden dann redundant, wenn in einem klar abgegrenzten Zielgruppenfeld die angewendete Methode zwei- bis dreimal wiederholt wird. Beispiel: Die Überprüfung der Zielgruppentauglichkeit von einzelnen Kommunikationsmaßnahmen, die sich an</p>	32.400

	<p>potenzielle Interessenten für den Grundwehrdienst beim Bundesheer in der Altersgruppe der 16- bis 20-jährigen jungen Männer richten, müssen mindestens zwei Fokusgruppen pro Werbemitteltest durchgeführt werden, die idealtypisch diese Bevölkerungsgruppe repräsentieren.</p> <p>Um valide Ergebnisse zu erzielen wird empfohlen Pro Werbemitteltest mindestens 2 Fokusgruppen mit je 8 bis 12 TeilnehmerInnen durchzuführen. Es sollen ein Rahmenvertrag über 6 Fokusgruppen angeboten werden, die bis Ende 2023 abgerufen werden.</p>	
<p>HANDELSAGENTUR STRASSL GmbH Offenes Verfahren gem. BVergG 2018/(OSB) Losvergabe</p>	<p>Merchandisingartikel AIRPOWER24:</p> <ul style="list-style-type: none"> •T-Shirt Herren •T-Shirt Damen •Hoodie •Holzsessel •Lanyard •Pilot-TeddyBär •Crest Cap •Snapback Cap •Federpenal •Handtuch •Brettspiel 	174.540
<p>PUBLIX WerbegmbH Offenes Verfahren gem. BVergG 2018/(OSB) Losvergabe</p>	<p>Merchandisingartikel AIRPOWER24:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Ohrenstöpsel Kinder / Erwachsene •Kapselgehörschutz Kinder 	13.900
<p>GASCHNITZ GmbH Offenes Verfahren gem. BVergG 2018/(OSB) Losvergabe</p>	<p>Merchandisingartikel AIRPOWER24:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Schlüsselanhänger „Remove before Flight“ •Kühlschrankmagnet 	1.622,50
<p>MITRACO GmbH Offenes Verfahren gem. BVergG 2018/(OSB) Losvergabe</p>	<p>Merchandisingartikel AIRPOWER24:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Turnbeutel 	2.430
<p>SESCO Marketing & Sales GmbH Offenes Verfahren gem. BVergG 2018/(OSB) Losvergabe</p>	<p>Merchandisingartikel AIRPOWER24:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Sonnenbrille 	1.996,50
<p>Ingenieurbüro WALDAU Direktvergabe gemäß §46 Abs. 2 BVergG</p>	<p>Aufgrund der teilweise abgeänderten Fluchtwegsituation sowie zunehmender Verbauung nicht mehr zur Verfügung stehender Evakuierungsflächen erstellt/aktualisiert der VERTRAGSPARTNER, aufbauend auf die Besucherstromanalyse für die AIRPOWER22, eine neuerliche Besucherstromanalyse mittels mikroskopischer Personensimulation, Grundlagenermittlung, Berechnung von drei Entleerungsszenarien, Auswertung der Ergebnisse in Form eines Erläuterungsberichtes und einem Abstimmungsgespräch mit nachstehenden Leistungsinhalten. Schutzziel hierbei ist, ein sicheres Verlassen der Besucher aus dem Veranstaltungsgelände zu gewährleisten.</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Berechnung der Entleerungsdauer aus den Zuschauerbereichen, das heißt jene Dauer, die benötigt wird, bis alle Personen die Veranstaltungsstätte verlassen und einen sicheren Bereich bzw. öffentliche Fläche erreicht haben sowie die Bewertung der Leistungsfähigkeit der Fluchtwegsituation - die Detektion und Beseitigung eventueller Risikopunkte wie z.B. kritischer Stauungen, 	34.776

	<p>Einarbeitung in das Projekt anhand der übergebenen Planunterlagen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ermittlung der Maximalpersonenanzahl aufgrund der Ausgangsbreiten im Bestand und der Gesamtfluchtwegsituation des Zuschauerbereiches nach der Steiermärkischen Veranstaltungssicherheitsverordnung 2014 (VSVO) - Zuweisung der Personen zu den vorhandenen Fluchtwegen bzw. Ausgängen (Fluchtwegführung) anhand von Schemaplänen - Ortsbegehung und Aufnahme vor Ort relevanter Ausgänge, Lichte, Durchgangsbreiten und sonstige relevante Einrichtungen - Zusammenstellung und Bewertung aller Simulationsergebnisse wie Gesamtevakuiierungsdauer, Bewertung der Personenströme und Feststellung von eventuell kritischen Stauungen. - Aufbereitung der durch das BMLV übergebenen Planunterlagen und Einlesen der relevanten Zuschauerbereiche in das Simulationsprogramm. - Visualisierung der Ergebnisse durch Diagramme und Videos. - Anhand der Ergebnisse der Evakuationsanalyse wird ggf. eine Optimierung des Evakuationsverlaufes durch bauliche, technische, und/oder organisatorische Maßnahmen in Abstimmung mit dem BMLV beschrieben. - Berichte werden als pdf-Datei sowie die Berechnungsergebnisse als Videos der Simulation als *avi übergeben. 	
<p>Teresa Konrath BA Direktvergabe gemäß §46 Abs. 2 BVergG</p>	<p>Die Vertragspartnerin führt die grafische Gestaltung von verschiedenen Elementen, welche im Zusammenhang mit der Veranstaltung AIRPOWER24 stehen. Dazu gehören, sind jedoch nicht beschränkt auf, Banner, Plakate, Flyer, Werbematerialien und Beschilderungen. Grafische Gestaltung im Vorfeld ab 26. August 2024, Organisation und Koordination des Drucks sämtlicher Materialien, welche für das Branding benötigt werden, einschließlich der Erstellung von Druckdateien und Überwachung des Druckprozesses bis 08. September 2024 und die Übergabe der Grafikdaten offen am Ende der Arbeit.</p> <p>Die Vertragspartnerin verwendet für die Herstellung des Werkes eigene Betriebsmittel. Die Kosten dieser Betriebsmittel trägt die Vertragspartnerin selbst.</p> <p>Das Quartier und die Verpflegung sowie die erforderlichen Verbindungszugänge (Internet) werden vom BMLV im Rahmen der AIRPOWER24 beigestellt.</p>	3.600

Zu 2f bis 2h:

Keine.

Zu 2i und 2j:

Entfällt.

Zu 3:

Das BMLV kommt allen gesetzlichen Veröffentlichungsverpflichtungen in den entsprechenden Medien nach.

Zu 4 und 4a bis 4m:

Hiezu verweise ich auf nachstehende Übersicht:

Auftragnehmer	Dienstleistung	Honorar in Euro
AMI Promarketing Agentur – Holding GmbH	Pauschalpreis für Logo- und Markenpräsenz	7.200
GPK Public GmbH	Konzeptionelle und grafische Dienstleistungen zu div. Themen betreffend Informationsoffensive für das BMLV	3.237.933,64

Zu 5 und 6:

Eine Beantwortung dieser Fragen ist nicht möglich. Darüber hinaus muss ich mitteilen, dass zu laufenden Vergabeverfahren gemäß BvergG 2018 eine Geheimhaltungspflicht gilt.

Zu 7 und 8:

Keine.

Zu 9 und 9a:

Entfällt.

Zu 10, 11 und 11a:

Da diese Frage keinen Gegenstand der Vollziehung des BMLV betrifft, ist eine Beantwortung nicht möglich.

Mag. Klaudia Tanner

