

Sebastian Kurz
Bundeskanzler

Herrn
Mag. Wolfgang Sobotka
Präsident des Nationalrats
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2021-0.237.271

Wien, am 28. Mai 2021

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Brandstötter, Kolleginnen und Kollegen haben am 30. März 2021 unter der Nr. 6156/J eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Abteilung I/4; Folgeanfrage zu 4869/J“ an mich gerichtet.

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

Zu den Fragen 1 bis 3:

1. *Wie lässt sich die Anzahl der Mitarbeiter_innen in dieser Abteilung begründen?*
 - a. *Welche Aufgabengebiete werden konkret von den Mitarbeiter_innen übernommen? Wie viele Mitarbeiter_innen (bitte in Vollzeitäquivalenten) sind für welche Aufgaben verantwortlich?*
2. *Welche konkreten Leistungen erbringt die Abteilung I/4?*
 - a. *Wie wird diese Leistung und die Ergebnisse gemessen?*
3. *Welche Abteilung hat diese Leistungen vor dem 18. März 2018 erbracht und wie sah damals die Ausgestaltung aus?*
 - a. *Wie viele Mitarbeiter_innen (in Vollzeitäquivalenten) waren für diese Tätigkeiten vor diesem Zeitpunkt angestellt?*

Die Anzahl der Mitarbeiterinnen (dzt. 8,125 VBÄ) ist das Ergebnis der sich stetig entwickelnden Abteilung, da sich aus den wechselnden Zuständigkeiten des Bundeskanzleramts (z.B. Agenden für Frauen, für Jugend und Familie, e-government) für die Abteilung I/4, oft zusätzliche Aufgabengebiete ergeben bzw. in der Vergangenheit ergeben haben. Die Mitarbeiterinnen haben innerhalb dieses Spektrums zum Teil abgegrenzte, spezialisierte Aufgabenbereiche, zugleich muss aber jederzeit gewährleistet sein, dass die Aufgaben der Abteilung I/4 auch bei Abwesenheit einzelner Mitarbeiterinnen erfüllt werden können.

Wie der Geschäftseinteilung des Bundeskanzleramtes zu entnehmen ist, ist Abteilung I/4 innerhalb der Gruppe I/B: Management und Service unter anderem für folgende Agenden zuständig:

- **Vergabeangelegenheiten der Informationstätigkeit der Bundesregierung sowie Ressourcenmanagement**

Der Begriff „Vergabeangelegenheiten“ umfasst in diesem Zusammenhang die Mediaplanning und den darauffolgenden Mediaeinkauf (Einholung und Bewertung der Angebote inkl. Auftragsvergabe) aber auch die Vergabe von Druckaufträgen, Grafikaufträgen, Beschaffung von Fotos, Zeitungen und Zeitschriften etc. Diese Kompetenz hat sich historisch aus den Aufgaben des einstigen Bundespressedienstes (BPD) entwickelt, dem die Abteilung vormals organisatorisch zugeordnet war.

Das „Ressourcenmanagement“ beinhaltet die mit diesen Aufgaben verbundene budgetäre Abwicklung der Aufträge. Die entsprechenden Summen können dem Teilheft zur UG 10 des BFG entnommen werden.

- **Schnittstelle des Bundeskanzleramtes für die Umsetzung des MedKF-TG und dessen Auswertung**

Abteilung I/4 ist die Koordinationsstelle des Hauses für die Meldungen nach §2 und §4 des Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz (MedKF-TG) zur Transparenz bei Medienkooperationen sowie bei der Erteilung von Werbeaufträgen und der Vergabe von Förderungen an Medieninhaber, d.h. die Daten des Hauses werden gesammelt, aufbereitet und vierteljährlich an die RTR gemeldet. Damit verbunden sind – falls benötigt – umfangreiche Auswertungen der veröffentlichten Daten.

- **Beauftragung von Übersetzungsleistungen für das Bundeskanzleramt und Dolmetsch Leistungen für die Gleichbehandlungsanwaltschaft**

Abteilung I/4 organisiert laufend Übersetzungen für andere Abteilungen des Hauses (z.B. Stellungnahmen zu Menschenrechtsbeschwerden, Stellungnahmen der Bioethikkommission, Berichte für die EK) bzw. kümmert sich darum, dass der Gleichbehandlungsanwaltschaft geeignete Dolmetscherinnen und Dolmetscher zur Verfügung stehen.

Mit den geschilderten Aufgaben gehen ein umfangreiches Budgetmanagement und -controlling bzw. Berichtspflichten einher. Damit garantiert die Abteilung I/4 stets eine ausreichende Budgetliquidität für die zu erfüllende Aufgaben. Alleine die budgetäre Abwicklung der seit über einem Jahr laufenden Informationskampagne der Bundesregierung „Schau auf mich, schau auf Dich“ und die damit verbundenen umfangreichen Auswertungen und Berichte binden einige Kapazität der Abteilung.

Die angeführten Leistungen wurden bereits vor dem 18. März 2018 von Abteilung I/4 erbracht und wurden stets von den beauftragenden Abteilungen mit positiven Feedback hinsichtlich der Qualität der Leistungen versehen. Die Anzahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hat sich in den vielen Jahren nur unwesentlich – z.B. durch die skizzierten Änderungen der Zuständigkeiten des Bundeskanzleramtes – geändert.

Zu Frage 4:

4. *Welche Mediaagenturen wurde vor Wavemaker im Zeitraum 18. März 2018 bis 18. März 2020 für Mediaplanung sowie -buchung zugezogen?*
 - a. *In welchem Zeitrahmen und in welchem Ausmaß?*

In diesem Zeitraum wurden keine Mediaagenturen von Abteilung I/4 zugezogen mit Ausnahme des Zeitraums des Österreichischen EU-Ratsvorsitzes im 2. Halbjahr 2018. Dazu darf ich auf die Beantwortung der parlamentarischen Anfrage Nr. 3281/J vom 5. April 2019 durch meinen Amtsvorgänger Hartwig Löger sowie Nr. 1097/J vom 21. Juni 2018 durch den damaligen Kanzleramtsminister Gernot Blümel verweisen.

Zu Frage 5:

5. *Wie hoch waren die bisherigen Zahlungen an die Mediaagentur Wavemaker? Bitte auch um genaue Auflistung der Posten.*

Ich darf auf die Berichte nach § 3 Abs. 5 des Bundesgesetzes über die Errichtung des COVID-19-Krisenbewältigungsfonds für März bis Dezember 2020 sowie Jänner 2021 (III-264 d.B.), für Februar 2021 (III-285 d.B.) und für März 2021 (III-308 d.B.) verweisen, welche auf der Website des Parlaments öffentlich einsehbar sind.

Zu Frage 6:

6. *Wie hoch war der Personalaufwand (bitte in Vollzeitäquivalenten angeben) der Mediaagentur Wavemaker für die von Ihnen gegebenen Aufträge?*
 - a. *Wie erklären sie sich den Zusatzaufwand an Personal, obwohl in der bestehenden Abteilung bereits 9 Mitarbeiter_innen beschäftigt sind?*

Ich ersuche um Verständnis, dass diese Frage nicht Gegenstand der Bundesvollziehung ist und somit dem Interpellationsrecht nicht unterliegt.

Zu Frage 7:

7. *Ist Ihnen die "Trimmel-Formel" ein Begriff?*
 - a. *Wenn ja, wie lautet diese konkret?*
 - b. *Wenn ja, wird diese (noch) angewendet?*
 - c. *Wenn nein, welche Formel oder Berechnungsgrundlage wird stattdessen verwendet?*

Die Berechnungsmethode ist bekannt. Ausgangslage für diese sind die jeweils aktuellsten, von der MA (Medienanalyse) und der ÖAK (Österreichischen Auflagenkontrolle) veröffentlichten Zahlen. Dazu darf ich auf die Beantwortung der parlamentarischen Anfragen Nr. 4037/J vom 10. November 2020 und Nr. 4869/J vom 13. Jänner 2021 verweisen, hinsichtlich der Informationskampagne der Bundesregierung „Schau auf dich, schau auf mich“ auf Nr. 1328/J vom 27. März 2020, Nr. 3545/J 25. September 2020, Nr. 4158/J vom 16. November 2020, Nr. 4724/J vom 21. Dezember 2020, 4675/J vom 17. Dezember 2020 verweisen.

Die Berechnungsmethode beruht auf einem Prozentsatz, der anhand der MA-Zahlen berechnet sowie einem Prozentsatz, der auf Basis der von der ÖAK veröffentlichten Zahlen ermittelt wird. Der Mittelwert aus beiden Prozentsätzen kommt dann bei der Verteilung der zu vergebenden Mittel zur Anwendung.

Der Entwicklung dieser Berechnungsmethode gehen Überlegungen des Bundeskanzleramtes zur Erfüllung der im Bundesministeriengesetz 1986 für das Bundeskanzleramt festge-

schriebenen Aufgabe „Information der österreichischen Bevölkerung“ sowie zur wirkungsorientierten Steuerung voraus: „Die Bundesregierung strebt eine möglichst umfassende Information der Bevölkerung über Staat, Verwaltung, Regierungsarbeit und Angelegenheiten der Europäischen Union an und versucht diese zu gewährleisten.“ Diese Gesamtausrichtung des Bundeskanzleramtes findet sich auch in dem vom Bundesministerium für Finanzen publizierten Strategiebericht für die Jahre 2021 - 2024.

Mit dem Ziel der maximalen Reichweite der Informationen der österreichischen Bundesregierung an die Öffentlichkeit konzentriert sich das Bundeskanzleramt bei der Auswahl der Medien im Regelfall auf den Printbereich und hier auf die reichweitenstärksten Tageszeitungen.

Bei speziellen Informationsvorhaben, wie z.B. im Zusammenhang mit der COVID-19-Pandemie, gilt es, diese generelle Ausrichtung entsprechend der Zielrichtung der jeweiligen Initiative weiter zu spezifizieren und die Auswahl der Medien darauf abzustimmen. Grundsätzlich gelten auch hier für die Auswahl der Medien die Kriterien Effizienz und Effektivität in der Zielgruppenerreichung. Oberstes Ziel ist es, mit den einzelnen Kampagnenbotschaften eine maximale Reichweite in allen Zielgruppen-Segmenten zu erreichen. Jedoch hat sich gerade während der Krise die Mediennutzung der Bevölkerung geändert, was auch in der Medienauswahl berücksichtigt wurde. Es werden nun verstärkt Online-Maßnahmen eingesetzt und gezielt Online-Umfelder der Information und der Zerstreuung bespielt.

Sebastian Kurz

