

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

Herrn
Präsidenten des Nationalrates
Mag. Wolfgang Sobotka
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2021-0.916.876

Wien, am 22. Februar 2022

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Philip Kucher, Genossinnen und Genossen haben am 22. Dezember 2021 unter der Nr. **9125/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend Werbe- und PR-Ausgaben der Bundesregierung im zweiten Halbjahr 2021 gerichtet.

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

Zu den Fragen 1 bis 5:

- *Wie hoch waren die Gesamtausgaben für Werbung, Öffentlichkeitsarbeit und Informationskampagnen Ihres Ressorts im Zeitraum 1. Juli bis 31. Dezember 2021?*
- *Welche Aufträge für Anzeigeschaltungen seitens Ihres Ressorts wurden im Zeitraum 1. Juli bis 31. Dezember 2021 in Auftrag gegeben (bitte Einzelaufschlüsselung nach Projekt, Medium, Medieninhaber, Zweck der Schaltung und Kosten)?*
 - a. *Welche Schaltungen davon erfolgten in „periodischen Medien“ (bitte Einzelaufschlüsselung nach Projekt, Medium, Medieninhaber, Zweck der Schaltung und Kosten)?*
 - b. *Welche und wie viele Schaltungen davon erfolgten in nicht-periodischen Medien (bitte Einzelaufschlüsselung nach Projekt, Medium, Medieninhaber, Zweck der Schaltung und Kosten)?*

- c. Welche und wie viele Schaltungen davon erfolgten in audiovisuellen Medien (bitte Einzelaufschlüsselung nach Projekt, Medium, Medieninhaber, Zweck der Schaltung und Kosten)?
- Welche Agenturen wurden seitens Ihres Ministeriums im Zeitraum 1. Juli bis 31. Dezember 2021 mit Aufträgen im Zusammenhang mit Öffentlichkeitsarbeit betraut?
 - a. Gab es für diese Aufträge eine öffentliche Ausschreibung?
 - i. Wenn ja, in welcher Form?
 - b. Welche Kosten waren damit im Zeitraum 1. Juli bis 31. Dezember 2021 verbunden (bitte um separate Aufgliederung nach Agentur, jeweiliges „Projekt“ und Kosten)?
 - Welche Printprodukte (Broschüren, Magazin, Schautafeln, Poster etc.) veröffentlichte Ihr Ressort im Zeitraum 1. Juli bis 31. Dezember 2021 (bitte Einzelaufschlüsselung nach Projekt, Zweck der Publikation, Gesamtauflage, Distributionskanal und Kosten)?
 - In wie vielen Medienkooperationen befindet sich Ihr Ministerium insgesamt (bitte Einzelaufschlüsselung nach Projekt, Kooperationszweck, Medium, Medieninhaber, Kosten)?

Die Gesamtkosten für Informationsmaßnahmen und Öffentlichkeitsarbeit (darin enthalten sind auch sämtliche damit in Zusammenhang stehende Agenturkosten, Printprodukte, Broschüren, Folder etc.) beliefen sich im Zeitraum 1. Juli bis 31. Dezember 2021 auf € 3.146.212,60. Im Folgenden werden diese detailliert dargestellt:

Periodische Medien:

| | |
|--|-------------------|
| Informationskampagne „Bewegt im Park“ | 308.261,48 |
| Informationskampagne „Bundesmuseen-Card Sommeraktion 2021“ | 10.629,37 |
| Informationskampagne „Tag des Sports 2021“ | 223.367,64 |
| Diverse Einschaltungen | 14.990,00 |
| Gesamtkosten | 557.248,49 |

Nicht-periodische Medien:

| | |
|--|------------------|
| Informationskampagne „NPO-Fonds“ | 38.159,63 |
| Informationskampagne „Tag des Sports 2021“ | 40.487,39 |
| Diverse Einschaltungen | 1.717,38 |
| Gesamtkosten | 80.364,40 |

Zu den Schaltungen (Medienkooperationen) im Detail wird auf die in der Beilage angeschlossenen tabellarischen Auflistungen verwiesen.

Zusätzlich gab es neben Anzeigenschaltungen in periodischen und nicht-periodischen Medien diverse Informationsmaßnahmen im Ausmaß von € 103.000,00.

Zur Informationskampagne „Legende von Morgen – Sportbonus“ ist Folgendes festzuhalten:

Mit der Umsetzung wurden die Agenturen Jung von Matt/Donau als Kreativagentur und MediaCom als Mediaagentur beauftragt. Die Kosten für die Schaltungen in periodischen und audiovisuellen Medien sind bereits in den Kosten für die Mediaagentur MediaCom enthalten (siehe Tabelle „Agenturen“); die einzelnen Schaltungen werden in der Beilage – gegliedert nach periodischen und audiovisuellen Medien – dargestellt.

Agenturen:

| Vertragspartner:in | Ausschreibung | Projekt/Leistung | Kosten in € inkl. USt. |
|--|---------------|--|------------------------|
| Michael Ardelt, am-t audiovisuelle Systemtechnik | | Beleuchtungsaktion für die Kampagnen* - „Orange The World“ (Awareness „Gewalt gegen Frauen“) - „Purple Light Up“ (Awareness „Menschen mit Behinderung“) - „#positivarbeiten“ (Welt-AIDS-Tag) | 3.120,00 |

| | | | |
|---|---|---|-----------------------------|
| HERZBLUT communications GmbH | | Promotion Tag des Sports 2021 | 4.786,80 |
| Raffelsberger & Zagorski OG | | Werbemittel Tag des Sports (Polaroid) | 2.160,00 |
| MediaCom – die Kommunikationsagentur GmbH | Abruf aus BBG-Rahmenvereinbarung Mediaagenturleistungen | Agenturhonorar Informationskampagne „Tag des Sports 2021“ | 1.466,83 |
| GEPA Pictures GmbH - Sportbildagentur | Direktvergabe | Nutzung des GEPA-Bildmaterials aus dem österreichischen Sport zur Verwendung in der Öffentlichkeitsarbeit | 14.400,00 |
| Raffelsberger & Zagorski OG | § 31 Abs. 5 BVergG 2018 | Grafik- und Mediendesign „Tag des Sports 2021“ | 63.402,00 |
| Nemada Film Produktion | Direktvergabe | Diverse Videoproduktionen | 1.080,00 |
| Glatzl Objektbeschriftung | Direktvergabe | Diverse Bannerfahnen inkl. Druck | 1.357,20 |
| Werkstatt Lichtenthal Werbe GmbH | Direktvergabe | Hintergrundwand inkl. Druck für Pressekonferenzen | 1.038,00 |
| Büro Ferkl | Direktvergabe | Grafische Dienstleistungen für Kunst- und Kulturstrategie sowie für Kultur-Fairness-Prozess | 13.320,00 |
| Mag. ^a Natascha Safarik, BA | Direktvergabe | Diverse grafische Dienstleistungen | 2.998,80 |
| ÖGS.barrierefrei | Direktvergabe | Diverse Videoproduktionen in Gebärdensprache | 2.250,00 |
| Jung von Matt / Donau | **) | Kreative Dienstleistungen für die Kampagne „Legende von Morgen – Sportbonus | 641.831,45 |
| MediaCom - die Kommunikationsagentur GmbH | **) | Mediendienstleistungen für die Kampagne „Legende von Morgen – Sportbonus | 1.225.141,81 ***) |
| eworx Network & Internet GmbH | Direktvergabe | Einrichtung Newslettertool, Einmalleistung und jährliche Gebühr | 1.740,00 und 7.382,32 |
| Julian Schmidt, dunklweiss Filmproduktion | Direktvergabe | Imagevideos für die Lehrberufe des öffentlichen Dienstes | 11.999,52 (Teilrechnung) |

| | | | |
|---|---|--|--------------------------|
| Brutkasten Media GmbH | Direktvergabe | Eventumsetzung sowie techn. Leistungen für die digitale Veranstaltung „Innovate 2021) | 14.607,97 |
| Fonda – Interaktive Medien und Kommunikation GmbH | Direktvergabe | Konzept zur Neugestaltung der Website „wirkungs-monitoring.gv.at“, 1. Teilzahlung | 13.740,48 |
| up designers berlin-wien – Walter Lendl | Direktvergabe | Graphikarbeiten für Inserate und Printprodukte | 15.000,00 |
| A Good Day to __, Mag. ^a Verena Snurer | Direktvergabe | Web-App „Innovative Film“ – Evaluierung, Weiterentwicklung | (noch nicht abgerechnet) |
| Buch Wien Messe und Festival Programm | Kooperation Buch Wien | Stand auf der Buch Wien zur Bewerbung des EU-Programms Creative Europe | 9.913,13 |
| Unter freiem Himmel OG | Direktvergabe | Animationsfilm „Nachhaltige Entwicklungsziele und Kunst & Kultur“ | 11.376,00 |
| Edoko Institute Film Production GmbH | Direktvergabe | Kurzvideo zum Thema „Klimawandel“ iR des 1.SDG-Dialogforum „Building forward better mit der Agenda 2030: Gemeinsam für eine nachhaltige Entwicklung nach Covid-19“ am 28. September 2021 | 1.200,00 |
| Architekturstiftung Österreich Gemeinnützige Privatstiftung | Direktvergabe | OMC Closing Conference 2021 Im Mittelpunkt standen Österreich und Slowenien als spezieller Fokus auf die Auseinandersetzung mit Qualität und Baukultur | 48.000,00 |
| Plattform Baukulturpolitik | Offenes Verfahren im Oberschwellenbereich gemäß § 31 Abs. 2 BVergG 2018 idgF. | Öffentlichkeitsarbeit im Rahmen der inhaltlichen und koordinativen Unterstützung der Geschäftsstelle Baukultur | 19.208,96 |
| Technisches Museum Wien | Direktvergabe | Workshop Koloniale Erwerbskontexte an Bundesmuseen | 4.766,68 |

| | | | |
|---|--|---|--|
| Bietergemeinschaft KGP Events GmbH und IDEAL Marketing GmbH | Verhandlungsverfahren nach vorheriger Bekanntmachung im Oberschwellenbereich gemäß § 31 Abs 5 BVergG 2018 idgF | Tag des Denkmals (European Heritage Days): Gesamtorganisation, Werbe-, Kommunikations- und Eventmanagement-Maßnahmen inkl. Grafik und Druck | Agenturleistungen 119.400,01 und Fremdkostenanteil 23.057,88 |
| Gesamtkosten | | | 2.279.745,84 |

*) Die Aktion wurde gemeinsam mit dem BMK organisiert

**) Beide Agenturen wurden in Ausschreibungsverfahren für Kreativagentur- bzw. Mediaagenturleistungen für die Bundesregierung ausgewählt. Die konkrete Beauftragung erfolgte in Form eines Abrufs über die Bundesbeschaffungsagentur (BBG).

***) In diesem Betrag sind alle Schaltkosten für die Kampagne „Legende von Morgen – Sportbonus“ beinhaltet (s. dazu die in der Beilage im Detail angeführten Schaltungen, aufgeschlüsselt nach periodischen/audiovisuellen Medien)

Die Beauftragungen erfolgten gemäß den Bestimmungen des Bundesvergabegesetzes.

Printprodukte:

| Projekt | Auflage | Zweck | Distributionskanal | Kosten (inkl. USt.) |
|---|-------------|---|---|---------------------|
| Informations-Flyer Bundesmuseen-Card Sommeraktion 2021 | 7.000 Stück | Information | Vertrieb über Bundesmuseen | 1.083,24 |
| Folder Bundesmuseen-Card | 58.000 Ex. | Information | Vertrieb über Bundesmuseen | 3.062,90 |
| Zwischenbericht zum Fairness-Prozess 2020/2021 (Kunst und Kultur in Österreich) | 500 Ex. | | Verteilung an Stakeholder und Teilnehmer:innen | 1.008,00 |
| A1-Plakate "Tag des Sports 2021" | 3.650 Stück | | Affichierung auf Lichtmasten/Schaltkästen in Wien | 1.512,00 |
| NADA –Jahresbericht 2020 | 65 Stück | Vorlage des NADA Jahresberichts an den Nationalrat gem. § 11 Anti-Doping-Bundesgesetz (ADBG 2021) | Zuleitung an den Nationalrat und online auf der NADA Austria-Website: https://www.nada.at/de/nada-austria/jahresberichte . | 279,50 |

| | | | | |
|--|-----------|--|---|----------|
| Internationale Sportereignisse und Menschenrechte – Ein Handbuch zur Umsetzung in Österreich | 500 Stück | Das Handbuch richtet sich in erster Linie an Verbände und Veranstalter und soll sie dabei unterstützen, internationale Sportereignisse im Sinne der Menschenrechte zu planen und zu implementieren. Die Produktion des Handbuchs hat die fairplay Initiative am VIDC (Vienna Institute for International Dialogue and Cooperation) übernommen. | Veröffentlicht auf der BMKÖS-Website unter der Kategorie „Publikationen“ https://www.bmkoes.gv.at/sport/publikationen.html . sowie auf der Website der AG Sport und Menschenrechte https://www.sportundmensenrechte.at/2021/07/08/ handbuchpraesentation-internationale-sportereignisse-und-menschenrechte/ Versand der Publikationen an alle relevanten Partner des Sports (Bundes-Sportdachverbände, Gesamtösterreichische Organisationen, Bundes-Sportfachverbände), weiters Präsentation am 05.07.2021 in der Diplomatischen Akademie | 5.506,00 |
| Sportbericht 2020 | 300 Stück | Umsetzung des Entschließungsantrags (1457/A(E)) vom 26.03.2021 | Online auf der BMKÖS-Website unter der Kategorie „Publikationen“ zu finden: https://www.bmkoes.gv.at/sport/publikationen.html . Versand der Publikationen an alle relevanten Partner des Sports (Bundes-Sportdachverbände, Gesamtösterreichische Organisationen, Bundes-Sportfachverbände und weitere Organisationen/ Verbände, die im Sportbericht Berücksichtigung finden), weiters Verteilung an die Teilnehmer:innen der Sport Austria-Generalversammlung | 3.194,80 |

| | | | | |
|---|---------------------------|--|---|-----------|
| Bericht zur Wirkungsorientierung 2020 sowie Bericht zur Berücksichtigung der tatsächlichen Gleichstellung von Frauen und Männern im Rahmen der Wirkungsorientierung 2020 gemäß § 68 Abs. 5 BHG 2013 iVm. § 7 Abs. 5 Wirkungscontrollingverordnung | 150 Stück | Gesetzliche Verpflichtung | Übermittlung an den Nationalrat (Budgetausschuss); Bericht ist auch online unter www.oeffentlicherdienst.gv.at abrufbar. | 4.587,83 |
| Urkunde an die Lebenshilfe Leoben (Druckerei BMI) | 1 Stück | Verleihung CAF Gütesiegel | persönl. Überreichung | 0,36 |
| Urkunde an die Lebenshilfe Ennstal und Bruck-Kapfenberg (Druckerei BMI) | je 1 Stück | Verleihung CAF Gütesiegel | persönl. Überreichung | 0,71 |
| Katalog und Folder „Innovative Film Austria“ | 150 Kataloge, 2500 Folder | Promotion und Sichtbarmachung der geförderten Filmprojekte und Autor:innen des Jahres 20/21 | Direktversand an Fördernehmer:innen und Stakeholder, Verbreitung bei Branchenveranstaltungen und auf Filmfestivals | 15.300,00 |
| Creative Europe Informationsfolder | 1.000 Stück | Bewerbung EU-Programm Creative Europe | Creative Europe Desk Austria, BMKÖS | 540,00 |
| Publikation „Das Museum im kolonialen Kontext“ | 800 Stück | Begleitpublikation zu Workshop „Das Museum im kolonialen Kontext“ zeigt die verstärkten österreichischen Anstrengungen in der postkolonialen Provenienzforschung und beinhaltet Beiträge zum aktuellen Forschungsstand | Direktversand an Stakeholder und Interessierte | 25.048,80 |
| Vierter Baukulturreport | 3.000 Stück | Vierter Baukulturreport stellt Instrumente vor, um die baukulturelle Qualität in Österreich zu steigern. | Direktversand an Stakeholder und Interessierte | 41.929,73 |

| | | | | |
|---|--|---|---|-------------------|
| Broschüre Vorstellung Verein LandLuft in Englischer Sprache | 1.000 Stück | Die Broschüre soll den Verein LandLuft vorstellen sowie den Baukultur-gemeinde-Preis 2021 „Boden g’scheit nutzen!“ und die Baukulturgemeinden in Österreich kompakt zusammenfassen. | Die Broschüre wurde u.a. auf der OMC Closing Conference („Building Europe. Towards a Culture of high-quality Architecture and Built Environment for Everyone“) im Oktober 2021 verteilt. Weitere Verbreitung bei Branchen-veranstaltungen | 7.800,00 |
| Tag des Denkmals | 30.000 Flyer A6 500 Plakate A2 500 Plakate A1 17 Beachflags 17 Roll- Ups 17 Foto- rahmen 1.700 Luftballons 200 Kappen 3.000 Sticker- Buttons 17 Totem Aufsteller 1 Plane Faltstand 1 Fassaden- fahne 200 Lanyards 9 Forex- tafeln | Die jährliche Veranstaltung Tag des Denkmals hat zum Ziel, den Wert des kulturellen Erbes in Österreich als wertvolle Ressource einer breiten Öffentlichkeit näherzubringen, die Aufgaben des Bundesdenkmalamts als Behörde und Fachinstanz anschaulich zu vermitteln und die Zusammen-arbeit mit Eigentümer:innen von Denkmalen als wichtige Partner:innen bei der Erhaltung des österreichischen Kulturerbes zu präsentieren. | Der größte Teil der angeschafften Werbemittel (Beachflags, Roll-ups, Fahnen, Bilderrahmen, Kappen) wird in den nächsten Jahren weiterverwendet und ist zumindest auf fünf Jahre angelegt. Streuartikel wie Luftballons und Stickers wurden an die Besucher:innen verteilt. Die Plakate und Flyer werden in Gemeindeämtern, Pfarren, Vereinen sowie bei den Programmpartner:innen usw. in den teilnehmenden Bezirken verteilt. | 15.000,00 |
| Gesamtkosten | | | | 125.853,87 |

Medienkooperation:

| Projekt | Zweck | Medium | Medieninhaber | Kosten (inkl.) |
|---|--|---|---------------|---------------------------|
| Förderprogramm „Pixel, Bytes + Film 2022“ | Medienkooperation, Präsentation filmkünstlerischer Arbeiten von BMKÖS-Fördernehmer:innen auf ORF III | ORF III (Sendung „Pixel, Bytes & Film“-Artist-in-Residence, Kultur Heute u.a.) und dazugehörige social media-Kanäle | ORF III | Keine (Medienkooperation) |

Zu Frage 6:

- *Welche weiteren Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeit sind bereits in Umsetzung bzw. zum Tag der Anfragebeantwortung für das erste Halbjahr 2022 geplant (bitte Einzelaufschlüsselung nach Projekt, Zweck, Kostenschätzung, Medien)?*

Derzeit wird die Informationskampagne für den „Tag des Sports 2022“ konzipiert.

Weitere Informationsmaßnahmen in den Bereichen Sport, Kunst und Kultur werden derzeit geprüft, die Planungen sind noch nicht abgeschlossen.

Zu Frage 7:

- *Wie hoch waren die Ausgaben für externe Beratungsleistungen wie Medientrainings, Coachings, PR- & Strategieberatung etc. im Zeitraum 1. Juli bis 31. Dezember 2021 (bitte Einzelaufschlüsselung nach beauftragten Unternehmen, Kosten, Zweck und Umfang der Beratungsleistung)?*

Ich darf auf meine Beantwortung der parlamentarischen Anfrage Nr. 8148/J verweisen, darüber hinaus wurden keine Beratungsleistungen im Sinne der Anfrage in Anspruch genommen.

Zu Frage 8:

- *Sofern ein Staatssekretariat besteht: Wie sind die Fragen 1 bis 7 für dieses zu beantworten?*

Die Beantwortungen für den Bereich der Frau Staatssekretärin für Kunst und Kultur sind bereits in den obigen Ausführungen enthalten bzw. gelten diese, wo nichts Anderes ausgeführt wird, für den gesamten Ressortbereich.

Mag. Werner Kogler

Beilage

