

 Bundeskanzleramt

bundestkanzleramt.gv.at

Sebastian Kurz
Bundeskanzler

Herrn
Mag. Wolfgang Sobotka
Präsident des Nationalrats
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2020-0.112.445

Wien, am 17. April 2020

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Brandstötter, Kolleginnen und Kollegen haben am 17. Februar 2020 unter der Nr. **884/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „gesteuerte Kommunikation der Bundesregierung“ gerichtet.

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

Zu Frage 1:

- *Wie ist das Kommunikations- und Medienbudget des BKA strukturiert?*
 - a. *Welche Abteilungen verwalten welche Etats?*
 - b. *Wer sind namentlich die Verantwortlichen für die verschiedenen Etats?*
 - c. *Welche Person in welcher Funktion entscheidet final über die Schaltung kostenpflichtiger Beiträge (inkl. Anzeigen, Werbungen, bezahlte Reportagen etc.)?*

Das Kommunikations- und Medienbudget des Bundeskanzleramtes findet sich im Detailbudget 10.01.03 „Informationstätigkeit“ der UG 10 wieder.

Dieses umfasste Mittel für die ressortübergreifende Informationsarbeit, für den Intranet- und Social Media-Auftritt, die Europainformation, Journalistenbetreuungen und sonstige laufende Aufwendungen.

Zu den Verantwortlichkeiten darf ich auf die Geschäftseinteilung des Bundeskanzleramtes, die unter <https://www.bundestkanzleramt.gv.at/bundestkanzleramt/organisation-bundestkanzleramt/geschafteinteilung.html> vollständig wiedergegeben ist, verweisen.

Zu Frage 2:

- *Wie hoch ist das Budget des BKA für die Gesamtkommunikation im Jahr 2020?*
 - a. *Wie viel davon ist Kommunikations- und wie viel Medienbudget?*
 - b. *Wie viel davon entfällt auf Inserate in Zeitungen und Zeitschriften?*
 - c. *Wie viel davon ist für österreichische Online-Plattformen vorgesehen?*
 - d. *Wie viel davon ist für ausländische Online-Plattformen wie Facebook, Instagram etc. vorgesehen?*
 - e. *Wie viel davon wird im ORF platziert?*
 - f. *Wie viel davon wird in Privatsendern platziert?*
 - g. *Welche anderen Ausgaben für Kommunikation sind geplant?*
 - h. *Wie hoch sind die Kosten für entsprechendes Equipment (Kameras, Software, Abonnements, Reisekosten etc. - inklusive Arbeitsmittel und Infrastruktur der Mitarbeiter_innen)?*
 - i. *Wie hoch sind die Kosten für Reisebegleitungen durch Journalisten_innen?*

Aktuell bildet das Bundesfinanzgesetz 2019 die Grundlage für die vorläufige Gebarung des Jahres 2020, wobei der Nationalrat noch kein Budget in Form des Bundesfinanzgesetzes 2020 beschlossen hat.

Ich ersuche daher um Verständnis, dass zu diesen Fragen noch keine konkreten Angaben gemacht werden können.

Zu Frage 3:

- *Erhalten Bundesminister_innen Medientrainings?*
 - a. *Wenn ja, wie hoch sind die Kosten für Medientrainings der Minister_innen (jedes/jeder einzelnen) für die Jahre 2015 bis heute ausgefallen?*
 - i. *Bitte um Auflistung und Aufteilung nach Person und Trainingskosten je Kalenderjahr.*
 - b. *Wenn ja, wo fanden die diversen Trainings statt?*

- c. Wenn ja, wie lange dauerte jedes Training?*
- d. Wenn ja, wer war jeweils Trainer_in?*

Zu den Kosten von Medientrainings der Regierungsmitglieder darf ich für das Jahr 2015 auf die Beantwortung der parlamentarischen Anfrage Nr. 7675/J vom 27. Jänner 2016; für das Jahr 2016 auf die Beantwortung der parlamentarischen Anfragen Nr. 11620/J vom 31. Jänner 2017 und Nr. 11625/J vom 31. Jänner 2017; für das Jahr 2017 auf die Beantwortung der parlamentarischen Anfrage Nr. 279/J vom 20. Februar 2018; für das Jahr 2018 auf die Beantwortung der parlamentarischen Anfrage Nr. 1334/J vom 5. Juli 2018; für das Jahr 2019 auf die Beantwortung der parlamentarischen Anfrage Nr. 4123/J vom 5. September 2019 verweisen.

Im Übrigen wurden seit der Angelobung der aktuellen Regierung weder von mir, noch von den beiden Ministerinnen im Bundeskanzleramt derartige Medientrainings in Anspruch genommen.

Zu Frage 4:

- *Wie viele Mitarbeiter_innen beschäftigt die Kommunikationsabteilung?*
 - a. In welche Abteilungen bzw. Unterabteilungen ist die Kommunikationsabteilung organisiert*
 - b. Was ist die Aufgabe der unterschiedlichen Abteilungen bzw. Unterabteilungen?*
 - c. Wer sind die jeweiligen Leitungspersonen?*
 - d. Wie lange arbeiten die Leitungspersonen bereits in ihrer Tätigkeit?*
 - e. Gibt es eine Abteilung, die zentral für alle anderen die Konditionen mit dem jeweiligen Medium verhandelt oder tun dies die einzelnen Abteilungen selbstständig?*
 - f. Welche Personen (namentlich und mit Funktionsbezeichnung) haben die Key-Accounts für welche Medien?*

Im Bundeskanzleramt werden Kommunikationsangelegenheiten wie etwa Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Informationsmaßnahmen, Digitale Medien oder das Corporate Design in unterschiedlichen Organisationseinheiten der Sektion I wahrgenommen. Zu den einzelnen Organisationseinheiten in diesen Bereichen, zu deren organisatorische Eingliederung im Bundeskanzleramt sowie auch zu deren Aufgabenzuordnung und personelle Ausstattung einschließlich der Leitungsfunktionen darf ich auf die Geschäftseinteilung des Bundeskanzleramtes, die unter <https://www.bundestkanzleramt.gv.at/bundestkanzleramt/organisation-bundestkanzleramt/geschafteinteilung.html> vollständig wiedergegeben ist, verweisen.

Für vertragliche Konditionen in Medienangelegenheiten sowie für Vergabeangelegenheiten der Informationstätigkeit der Bundesregierung ist im Bundeskanzleramt die Abteilung für Informationsinitiativen, Mediaplanung und -budget zuständig.

Zu den Fragen 5a und 5b:

- *Hat Bundeskanzler Sebastian Kurz jemals selber die Konditionen für die Schaltung kostenpflichtiger Beiträge (inkl. Anzeigen, Werbungen, bezahlte Reportagen etc.) verhandelt?*
 - a. *Wenn ja, mit welchen Medien und mit welchen Personen?*
 - b. *Wenn ja, wie oft traf sich Bundeskanzler Sebastian Kurz im letzten Jahr mit Chefredakteur_innen, Herausgeber_innen oder Eigentümer_innen österreichischer Medien?*
 - i. *Wann und wo haben diese Treffen stattgefunden?*
 - ii. *Wie lange dauerten sie jeweils?*
 - iii. *Wer waren die beteiligten Personen? (Bitte auch explizit jene Personen benennen, die nicht dem Ministerium oder dem jeweiligen Medium zuzurechnen sind; d.h. externe Berater_innen etc.)*

Nein.

Zu Frage 5c:

- c. *Wenn nicht, welche Mitarbeiter_innen des Ministeriums treffen sich regelmäßig (d.h. öfter als halbjährlich) mit Chefredakteur_innen, Herausgeber_innen oder Eigentümer_innen von Medien?*

Sofern dies für die Erfüllung der in der Geschäftseinteilung des Bundeskanzleramtes vorgesehene Aufgabenzuschreibung erforderlich ist, erfolgen derartige Kontakte durch den unter Frage 4 genannten Personenkreis.

Zu Frage 6:

- *Gibt es im Bundeskanzleramt eine Stelle, die sich strategisch mit der Bewerbung von Themen in der Öffentlichkeit beschäftigt und werden dort Inseratenbuchungen geprüft?*

Die Abteilung I/4 ist für die budgetäre als auch die terminliche Koordination von Beauftragungen für Inseratschaltungen, die zur Information der Öffentlichkeit über die Regierungsarbeit dienen, verantwortlich. Im Rahmen dieser Beauftragungen erfolgen selbstverständlich genaue Überprüfungen der eingeholten Angebote.

Zu Frage 7:

- *Wer überprüft die Kosten von Inseratenbuchungen? Gibt es dafür eine eigene Medienagentur?*

Sofern nicht großflächige und besonders breitenwirksame Informationsvorhaben die Unterstützung einer Medienagentur erforderlich machen, erfolgt die Beauftragung und Überprüfung von Inseratenschaltungen regelmäßig durch die Abteilung I/4 ohne Inanspruchnahme einer zwischengeschalteten Agentur.

Zu Frage 8:

- *Wurde in den letzten fünf Jahren überprüft, ob das jeweilige Kommunikationsziel erreicht wurde?*
 - a. *Wenn ja, bitten wir um Zusendung der verschiedenen Analysen und Auswertungen.*
 - b. *Wenn ja, mit welchen Methoden wurden die Analysen bisher erstellt?*
 - i. *Bestehen Überlegungen oder Pläne, die Methoden in näherer oder mittlerer Zukunft zu ändern?*
 - c. *Wenn nicht, wieso hielt man es nicht für notwendig zu eruieren, ob die eingesetzten Gelder auch den gewollten Nutzen bringen?*

Im Rahmen der wirkungsorientierten Haushaltsführung wurde die Sicherstellung einer umfassenden Information der Bürgerinnen und Bürger über Staat, Verwaltung und Regierungsarbeit sowie die Bereitstellung von elektronischen Verwaltungsservices als eines der Wirkungsziele des Bundeskanzleramtes festgelegt.

Wesentliche Grundlage für die Planung der entsprechenden Maßnahmen sind die in der Mediaanalyse und der Österreichischen Auflagenkontrolle ausgewiesenen Zahlen (www.media-analyse.at, www.oeak.at). Diese Daten werden jährlich aktualisiert, sodass sichergestellt ist, dass die konkrete Umsetzung der Informationsinitiativen auf aussagekräftigen und aktuellen Informationen zu Auflagen und Reichweiten erfolgt.

Zu Frage 9:

- *Koordinieren Mitarbeiter_innen des Kabinetts die Schaltung kostenpflichtiger Beiträge (inkl. Anzeigen, Werbungen, bezahlte Reportagen, etc) mit anderen, von der ÖVP geführten Ministerien?*

Sofern interministerielle Informationsinitiativen durchgeführt werden, werden diese selbstverständlich zwischen den einzelnen Ressorts koordiniert und mit den jeweiligen Verantwortlichen abgestimmt. Abhängig von den Inhalten der Informationsinitiativen beschränkt sich ein derartiges Vorgehen allerdings nicht allein auf die in der Frage genannten Ministerien.

Zu den Fragen 10 und 11:

- *Es gibt bei jeder Inseratenbuchung in Medien gewisse Rabatte. Werden diese von Regierung und Minister_innen in Anspruch genommen?*
 - a. *Wenn ja, bitten wir um eine detaillierte Aufstellung nach Monaten bzw. Medien, deren Rabatte und Höhe.*
 - b. *Wenn nein, wieso werden diese nicht in Anspruch genommen?*
- *Ist geplant, dass künftig eine Stelle des Bundes die Inseratenbuchungen koordiniert, so wie es die Bundesbeschaffungsagentur es bei anderen Einkäufen tut?*
 - a. *Wenn nicht, warum wird nicht davon ausgegangen, dass eine einzige koordinierende Stelle bessere Rabatte aushandeln könnte? Schließlich würde sie ja auch ein größeres Werbebudget verwalten als die einzelnen Ministerien.*

Die Bundesbeschaffung GmbH hat eine Rahmenvereinbarung für die Buchung von Inseraten abgeschlossen, die auch vom Bundeskanzleramt in Anspruch genommen wird. Ich ersuche um Verständnis, dass zum Schutz des Geschäftsgeheimnisses und aus Gründen des Datenschutzes von einer detaillierten Aufstellung der tatsächlich gewährten Rabatte Abstand genommen werden muss.

Sebastian Kurz

