

Herrn

Mag. Wolfgang Sobotka
Präsident des Nationalrats
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2020-0.122.024

Ihr Zeichen: BKA - PDion (PDion)945/J-NR/2020

Wien, 17.04.2020

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Henrike Brandstötter, Kolleginnen und Kollegen haben am 18.02.2020 unter der Nr. 945/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 den Fragen 1 und 4:

- Wie ist das Kommunikations- und Medienbudget des BMLRT 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.)?
- 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?

Diesbezüglich wird auf die Geschäfts- und Personaleinteilung des Bundesministeriums für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus verwiesen. Die Leitung der Abteilung Kommunikation und Service (Präs. 5) übt diese Tätigkeit seit Jänner 2011 aus. Die Verhandlung und Vereinbarung von Konditionen für Schaltungen gehört zu den Verantwortungsbereichen dieser Abteilung.

Zur Frage 2:

- Wie hoch ist das Budget des Ministeriums 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?

Es wird auf das Budgetprovisorium verwiesen. Das Bundesfinanzgesetz 2020 ist Gegenstand einer noch ausstehenden Beratung und Beschlussfassung durch den Nationalrat.

Zur 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?

Hinsichtlich Medientrainings im Ressort wird auf die entsprechenden Voranfragen der aktuellen Gesetzgebungsperiode sowie der vorangegangenen Gesetzgebungsperioden verwiesen:

GP	Nr. Serie	Betreff	Datum
XXV.	7676/J	Erbringung von Dienstleistungen an das BMLFUW im Jahr 2015	27.01.2016
	11624/J	Erbringung von Dienstleistungen an das BMLFUW im Jahr 2016	31.01.2017
	11760/J	Inanspruchnahme externer Dienstleistungen durch das Bundesministerium im Jahr 2016	02.02.2017
	13876/J	Beraterverträge und sonstige externe Aufträge in den Jahren 2014, 2015, 2016 und 2017 des BMLFUW	14.07.2017
XXVI.	282/J	Erbringung von Dienstleistungen an das BMNT im Jahr 2017	20.02.2018
	689/J	Werbe- und PR-Ausgaben der Bundesregierung	17.04.2018
	1312/J	Werbe- und PR-Ausgaben der Bundesregierung	05.07.2018
	1330/J	Beraterverträge und sonstige externe Aufträge im ersten Halbjahr 2018	05.07.2018
	2135/J	Werbe- und PR-Ausgaben der Bundesregierung im 3. Quartal 2018	25.10.2018
	2524/J	Werbe- und PR-Ausgaben der Bundesregierung im Jahr 2018	02.01.2019
	2873/J	Erbringung von Dienstleistungen an das BMNT im Jahr 2018	18.02.2019
	3852/J	Wie teuer war das „Sparen im System“ eigentlich?	03.07.2019
XXVII.	4133/J	Erbringung von Dienstleistungen im ersten Halbjahr 2019	05.09.2019
	380/J	Beraterverträge und sonstige externe Aufträge	19.12.2019
	471/J	Werbeausgaben im Jahr 2019	08.01.2020
	476/J	Werbe- und Informationsausgaben zwischen 03. Juni 2019 und 07. Jänner 2020	08.01.2020
	914/J	Erbringung von Dienstleistungen im zweiten Halbjahr 2019	17.02.2020

Zu den Fragen 5 und 6:

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

Die Beantwortung dieser Fragen fällt nicht in den Zuständigkeitsbereich des Bundesministeriums für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus. Hinsichtlich der Frage nach Kontakten zu Vertreterinnen und Vertretern von Medien wird angemerkt, dass diese Kontakte von jenen Personen gepflegt werden, die laut Geschäfts- und Personaleinteilung für Kommunikation im Ressort zuständig sind.

Zur Frage 7:

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

Kostenüberprüfungen erfolgen seitens des Bundesministeriums für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus in jedem Fall und laufend. Seit Jahresbeginn 2018 wurden keine Medienagenturen vom Ressort beauftragt.

Zur 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?

Das Bundesministerium für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus schaltet Inserate, um die Bürgerinnen und Bürger über verschiedenste Themen zu informieren oder Bewusstseinsbildung zu betreiben. Um erheben zu lassen, in welchem Ausmaß die Schaltungen wahrgenommen wurden bzw. deren Inhalte zur Verhaltensänderung beigetragen haben, müssten pro Thema vor und nach den Schaltungen repräsentative Umfragen in Auftrag gegeben werden, deren Kosten wahrscheinlich die Schaltkosten überschreiten würde.

Zur 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 (BBG) hat eine Rahmenvereinbarung für die Buchung von Inseraten abgeschlossen. Diese kann von allen Ministerien in Anspruch genommen werden. Zum Schutz des Geschäftsgeheimnisses und aus Gründen des Datenschutzes muss von einer detaillierten Aufstellung der tatsächlich gewährten Rabatte Abstand genommen werden.

Elisabeth Köstinger

