

962/AB
Bundesministerium vom 17.04.2020 zu 885/J (XXVII. GP) bmkoes.gv.at
Kunst, Kultur,
öffentlicher Dienst und Sport

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

Herrn
Präsidenten des Nationalrates
Mag. Wolfgang Sobotka
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2020-0.123.560

Wien, am 17. April 2020

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Henrike Brandstötter, Dr. Helmut Brandstätter, Kolleginnen und Kollegen haben am 17. Februar 2020 unter der Nr. **885/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 BMKÖS strukturiert?*
 - a. *Welche Abteilungen verwalten welche Etats?*

Die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit verwaltet das Kommunikations- und Medienbudget.

- b. *Wer sind namentlich die Verantwortlichen für die verschiedenen Etats?*

Die Leitung der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit ist für das Kommunikations- und Medienbudget verantwortlich.

Ich darf auf die Geschäftseinteilung des Bundesministeriums für Kunst, Kultur, öffentlichen Dienst und Sport (BMKÖS) verweisen, diese ist unter dem nachstehenden Link abrufbar: https://www.bmkoes.gv.at/dam/jcr:19b58635-473d-47b5-a6ea-69d81a79c984/Pro_Gesch%C3%A4ftseinteilung_29.1.2020.pdf

- c. *Welche Person in welcher Funktion entscheidet final über die Schaltung kostenpflichtiger Beiträge (inkl. Anzeigen, Werbungen, bezahlte Reportagen etc.)?*

Die finale Entscheidung über kostenpflichtige Medienkooperationen trifft die Leitung der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit in Absprache mit meinem Kabinett.

Zu Frage 2:

- *Wie hoch ist das Budget des BMKÖS 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 Journalist/innen?*

UG 17 Öffentlicher Dienst und Sport

Für Öffentlichkeitsarbeit standen im Jahr 2019 im Detailbudget 17010100 (öffentlicher Dienst u. Zentralstelle) Euro 1,1 Mio. zur Verfügung, aus dem auch die Aufwendungen für Kommunikations- und Medienarbeit abzudecken waren. Aufgrund des Budgetprovisoriums gilt dieser Wert vorläufig auch für 2020 bis zum in Kraft treten des Bundesfinanzgesetzes 2020.

Für das Jahr 2020 ist insgesamt ein Betrag von 1,7 Mio. Euro für Öffentlichkeitsarbeit vorgesehen. Etwa 70 Prozent davon sind für Medienkooperationen vorgesehen. An der Schwerpunktsetzung wird noch gearbeitet, die Planungen sind noch nicht abgeschlossen.

30 Prozent des Budgets werden für den Betrieb der Websites, Pressekonferenzen, Geschäftsausstattung, Medienbeobachtung, Fotografen, Social Media etc. aufgewendet.

Darüber hinaus werden aus dem Detailbudget 17020100 (Sport) Medienkooperationen finanziert, die bei der Post 7270.900 (Werkeleistungen durch Dritte) budgetär berücksichtigt werden. Die tatsächlichen Zahlungen betreffend Medienkooperationen werden auf den darunterliegenden Untergliederungen 7270.xxx gesondert dargestellt.

Seitens der für Sportangelegenheiten zuständigen Sektion wurden im Jahr 2019 unter der FIPOS 7270.991 „Medienkooperationen“ € 906.741,66 bezahlt.

Für das Jahr 2020 sind für „Schulung (extern), Reinigung, Sonstige Bewachung, Sonstige und Medienkooperation“ insgesamt € 970.000,00 unter der FIPOS 7270.900 budgetiert; davon ist für Medienkooperationen ein Betrag von ca. € 900.000,00 geplant.

UG 32 Kunst und Kultur

In der Sektion Kunst und Kultur sind im Budgetvoranschlag für das Jahr 2020 keine Kommunikations- oder Medienkampagnen im Sinne der Frage 2 vorgesehen. Das war auch in den Vorjahren nicht der Fall, da die Sektion Kunst und Kultur üblicherweise keine derartigen Kommunikations- und Medienkampagnen durchführt.

Einzelne Inserate in Fachzeitschriften und Veranstaltungen wie etwa der Tag des Denkmals, der einmal pro Jahr stattfindet, werden im laufenden Budget der jeweiligen Abteilungen bzw. des Bundesdenkmalamts bedeckt.

Für den Tag des Denkmals fallen im Jahr 2020 gemäß Beauftragung der Bietergemeinschaft KGP/IDEAL durch das Bundesdenkmalamt € 119.400,00 inkl. USt. an, davon ist ein Teil auch für die Öffentlichkeitsarbeit vorgesehen. Die Kosten sind im Detailbudget 32.01.03 (Denkmalschutz) bedeckt.

Zu Frage 3:

- *Erhalten Bundesminister/innen und/oder Ihre Mitarbeiterinnen 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 in Person bzw. 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?*

Das Bundesministerium für Kunst, Kultur, öffentlichen Dienst und Sport (vormals „Bundesministerium für öffentlichen Dienst und Sport“) wurde mit Inkrafttreten der Bundesministeriengesetz-Novelle 2017, BGBl. I Nr. 164/2017, am 8. Jänner 2018 errichtet, eine Beantwortung kann daher erst ab diesem Zeitpunkt erfolgen. Nach den vorliegenden Informationen wurde vom damaligen Vizekanzler H. C. Strache im zweiten Quartal 2018 folgende Beratungsleistung in Anspruch genommen:

Vertragspartner	Leistung	Kosten (inkl.)
Robert Sommer	Medienberatung des HVK und alle anderen Beratungen in Sportfragen bzw. Kommunikation und Marketing	€ 6.000,00

Nähere Detailinformationen liegen mir dazu nicht vor. Soweit bekannt, wurden von meinen Amtsvorgängern darüber hinaus keine Beratungsleistungen im Sinne der Anfrage in Anspruch genommen.

Seit meinem Amtsantritt fielen im Bundesministerium für Kunst, Kultur, öffentlichen Dienst und Sport weder für mich noch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter meines Kabinetts Kosten für Medientrainings an.

Zu Frage 4:

- *Wie viele Mitarbeiter/innen beschäftigt die Kommunikationsabteilung im BMKÖS?*
 - a. *In welche Abteilungen bzw. Unterabteilungen ist die Kommunikationsabteilung organisiert?*

In der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit sind aktuell 12 Mitarbeiter/innen beschäftigt.

- b. *Was ist die Aufgabe der unterschiedlichen Abteilungen bzw. Unterabteilungen?*

Zum Aufgabenbereich der Abteilung I/6 – Öffentlichkeitsarbeit zählen:

- Die Organisation, Koordination und Abwicklung der Öffentlichkeitsarbeit und Medienkooperationen
- Corporate Design und Corporate Identity sowie die Weiterentwicklung des Außenauftrittes des Ressorts
- Die grafische Gestaltung für das Ressort (Publikationen, Inserate, Werbemittel, etc.)
- Unterstützung der Fachabteilungen bei der Kommunikation nach außen, Pressekonferenzen und Medienbeobachtung
- Interne Kommunikation
- Soziale Medien (inhaltliche und technische Koordination, Qualitätssicherung von Online-Informationen, redaktionelle und grafische Unterstützung der Fachabteilungen)
- Meldungen gemäß Medientransparenzgesetz
- BürgerInnenservice des BMKÖS inklusive Abwicklung der Pokalspenden

Darüber hinaus gibt es in der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit keine Unterabteilungen.

- c. *Wer sind die jeweiligen Leitungspersonen?*

Ich darf auf die Geschäftseinteilung des BMKÖS verweisen:

https://www.bmkoes.gv.at/dam/jcr:19b58635-473d-47b5-a6ea-69d81a79c984/Pro_Gesch%C3%A4ftseinteilung_29.1.2020.pdf

d. Wie lange arbeiten die Leitungspersonen bereits in ihrer Tätigkeit?

Die Leitungspersonen der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit sind jeweils seit über 20 Jahren im Kommunikationsbereich tätig.

- 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 BMKÖS?*

Die Abteilung für Öffentlichkeitsarbeit koordiniert die Medienkooperationen des BMKÖS in Absprache mit meinem Kabinett. Es sind keine Verantwortlichen für Key-Accounts in der Abteilung benannt.

Zu Frage 5a. und c.:

- *Haben Sie 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?*
 - 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?*

Nein. Auch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit haben sich weder in den vergangenen zwei Jahren mit Chefredakteur/innen, Herausgeber/innen oder Eigentümer/innen von Medien getroffen, noch finden derzeit derartige Treffen statt.

Zu Frage 5b.:

- 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.)*

Diese Frage betrifft keinen Gegenstand der Vollziehung meines Ressorts.

Zu den Fragen 6 und 7:

- *Gibt es im BMKÖS eine Stelle, die sich strategisch mit der Bewerbung von Themen in der Öffentlichkeit beschäftigt und werden dort Inseratenbuchungen geprüft?*
- *Wer überprüft die Kosten von Inseratenbuchungen? Gibt es dafür eine eigene Medienagentur?*

Ich darf auf die Beantwortung zu den Fragen 4e. und 4f. verweisen. Darüber hinaus ist festzuhalten, dass es derzeit keine Zusammenarbeit mit einer Mediaagentur gibt. Eine solche wird geprüft.

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?*

Wie bereits ausgeführt, wurde das Bundesministerium für Kunst, Kultur, öffentlichen Dienst und Sport (vormals „Bundesministerium für öffentlichen Dienst und Sport“) mit Inkrafttreten der BMG-Novelle 2017 am 8. Jänner 2018 errichtet, eine Beantwortung kann daher erst ab diesem Zeitpunkt erfolgen.

Im Zeitraum Jänner 2018 bis Mai 2019 wurden von Seiten des Kabinetts des damaligen Vizekanzlers H. C. Strache in der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit keine speziellen Auswertungen und Analysen hinsichtlich der Erreichung der jeweiligen Kommunikationsziele beauftragt.

Im Zeitraum Juni 2019 bis Dezember 2019 wurde von der beauftragten Mediaagentur eine Auswertung und Analyse der sogenannten Kontaktchancen mit den definierten Zielgruppen erstellt.

Die bisher im BMKÖS in sehr eingeschränktem Ausmaß erfolgten Inseratenbuchungen werden derzeit in der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit analysiert und ausgewertet.

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 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.

Mag. Werner Kogler

