

964/AB
= Bundesministerium vom 17.04.2020 zu 949/J (XXVII. GP) bmafj.gv.at
 Arbeit, Familie und Jugend

Mag. (FH) Christine Aschbacher
 Bundesministerin

Herrn
 Präsidenten des Nationalrates
 Mag. Wolfgang Sobotka
 Parlament
 1017 Wien

christine.aschbacher@bmafj.gv.at
 +43 1 711 00-0
 Untere Donaustraße 13-15, 1020 Wien

Geschäftszahl: 2020-0.205.175

Wien, am 17. April 2020

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Henrike Brandstötter, Dr. Helmut Brandstätter, Kolleginnen und Kollegen haben am 18.02.2020 unter der **Nr. 949/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, 2, 4

- *Wie ist das Kommunikations- und Medienbudget des BMAFJ strukturiert?*
 - *Welche Abteilungen verwalten welche Etats?*
 - *Wer sind namentlich die Verantwortlichen für die verschiedenen Etats?*
 - *Welche Person in welcher Funktion entscheidet final über die Schaltung kostenpflichtiger Beiträge (inkl. Anzeigen, Werbungen, bezahlte Reportagen etc.)?*
- Wie hoch ist das Budget des Ministeriums für die Gesamtkommunikation im Jahr 2020?
 - Wie viel davon ist Kommunikations- und wie viel Medienbudget?
 - Wie viel davon entfällt auf Inserate in Zeitungen und Zeitschriften?
 - Wie viel davon ist für österreichische Online-Plattformen vorgesehen?

- Wie viel davon ist für ausländische Online-Plattformen wie Facebook, Instagram etc. vorgesehen?
- Wie viel davon wird im ORF platziert?
- Wie viel davon wird in Privatsendern platziert?
- Welche anderen Ausgaben für Kommunikation sind geplant?
- Wie hoch sind die Kosten für entsprechendes Equipment (Kameras, Software, Abonnements, Reisekosten etc. - inklusive Arbeitsmittel und Infrastruktur der Mitarbeiter_innen)?
- Wie hoch sind die Kosten für Reisebegleitungen durch Journalisteninnen?
- *Wie viele Mitarbeiter_innen beschäftigt die Kommunikationsabteilung?*
 - In welche Abteilungen bzw. Unterabteilungen ist die Kommunikationsabteilung organisiert?
 - Was ist die Aufgabe der unterschiedlichen Abteilungen bzw. Unterabteilungen?
 - Wer sind die jeweiligen Leitungspersonen?
 - Wie lange arbeiten die Leitungspersonen bereits in ihrer Tätigkeit?
 - Gibt es eine Abteilung, die zentral für alle anderen die Konditionen mit dem jeweiligen Medium verhandelt oder tun dies die einzelnen Abteilungen selbstständig?
 - Welche Personen (namentlich und mit Funktionsbezeichnung) haben die Key-Accounts für welche Medien?

Durch die Bundesministeriengesetz-Novelle 2020 (BGBl. I Nr.8/2020) wurde am 29. Jänner 2020 das Bundesministerium für Arbeit, Familie und Jugend (BMAFJ) neu gegründet.

Ich darf daher um Verständnis bitten, dass die Zusammenführung von drei Fachsektionen aus zwei unterschiedlich abgebenden Ressorts und die Neuaufstellung eines Präsidiums ein großer organisatorischer Prozess ist, weshalb zum Zeitpunkt der Anfrage noch keine finale Geschäftseinteilung vorlag. In diesem Zusammenhang ist zu erwähnen, dass es zu diesem Zeitpunkt noch keine Mitarbeiterin bzw. Mitarbeiter in der Kommunikationsabteilung gegeben hat.

Hinsichtlich des Budgets darf ich auf das derzeitige Budgetprovisorium verweisen. Das Budget 2020 ist in Bearbeitung. Auf Grund der Zusammenführung von drei unterschiedlichen Fachbereichen zu einem neuen Ressort und dem Aufbau eines Präsidiums, kann ich zum jetzigen Zeitpunkt der Budgetplanung noch keine Details zu meinem Kommunikationsbudget nennen.

Zur Frage 3

- *Erhalten Bundesminister_innen Medientrainings?*
 - *Wenn ja, wie hoch sind die Kosten für Medientrainings der Ministerinnen jedes/jeder einzelnen) für die Jahre 2015 bis heute ausgefallen?*
 - *Bitte um Auflistung und Aufteilung nach Person und Trainingskosten je Kalenderjahr.*
 - *Wenn ja, wo fanden die diversen Trainings statt?*
 - *Wenn ja, wie lange dauerte jedes Training?*
 - *Wenn ja, wer war jeweils Trainer in?*

Im angefragten Zeitraum sind in meinem Ressort keine Kosten für Medientrainings ausgefallen.

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?*
 - *Wenn ja, mit welchen Medien und mit welchen Personen?*
 - *Wenn ja, wie oft traf sich Bundeskanzler Sebastian Kurz im letzten Jahr mit ChefredakteurInnen, Herausgeber_innen oder Eigentümer_innen österreichischer Medien?*
 - *Wann und wo haben diese Treffen stattgefunden?*
 - *Wie lange dauerten sie jeweils?*
 - *Wer waren die beteiligten Personen? (Bitte auch explizit jene Personen benennen, die nicht dem Ministerium oder dem jeweiligen Medium zuzurechnen sind; d.h. externe BeraterInnen etc.)*
 - *Wenn nicht, welche MitarbeiterInnen des Ministeriums treffen sich regelmäßig (d.h. öfter als halbjährlich) mit ChefredakteurInnen, HerausgeberInnen oder EigentümerInnen 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?*

Diese Frage kann nicht beantwortet werden, da hier keine Zuständigkeit des Bundesministeriums für Arbeit, Familie und Jugend vorliegt.

Zur Frage 7

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

Hier möchte ich grundsätzlich auf die Beantwortung der Fragen 1, 2 und 4 verwiesen. Des Weiteren ist nicht geplant eine eigene Medienagentur mit der Überprüfung der Kosten von Inseratenbuchungen zu beauftragen.

Zur Frage 8

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

Insbesondere im Hinblick auf die Neugründung unseres Ressorts bitte ich um Verständnis, dass zu dieser Frage im Zeitpunkt der Anfragestellung keine umfassenden Angaben gemacht werden können.

Zur Frage 9

- *Koordinieren MitarbeiterInnen 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 Frage 10 und 11

- *Es gibt bei jeder Inseratenbuchung in Medien gewisse Rabatte. Werden diese von Regierung und Minister_innen in Anspruch genommen?*
 - *Wenn ja, bitten wir um eine detaillierte Aufstellung nach Monaten bzw. Medien, deren Rabatte und Höhe.*
 - *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?*
 - *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 Geschäftsgesheimnisses und aus Gründen des Datenschutzes muss von einer detaillierten Aufstellung der tatsächlich gewährten Rabatte Abstand genommen werden.

Mag. (FH) Christine Aschbacher

