

**970/AB**  
**= Bundesministerium vom 17.04.2020 zu 940/J (XXVII. GP)** [sozialministerium.at](http://sozialministerium.at)  
 Soziales, Gesundheit, Pflege  
 und Konsumentenschutz

**Rudolf Anschober**  
 Bundesminister

Herrn  
 Mag. Wolfgang Sobotka  
 Präsident des Nationalrates  
 Parlament  
 1017 Wien

Geschäftszahl: 2020-0.121.934

Wien, 16.4.2020

Sehr geehrter Herr Präsident!

Ich beantworte die an mich gerichtete schriftliche parlamentarische **Anfrage Nr. 940/J der Abgeordneten Brandstötter, Dr. Brandstätter, Kolleginnen und Kollegen betreffend Gesteuerte Kommunikation der Bundesregierung** wie folgt:

**Fragen 1 und 4a-c:**

- *Wie ist das Kommunikations- und Medienbudget des BMSGPK 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?*

Ich verweise auf die Geschäftseinteilung des Bundesministeriums für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz, die sich auf der Homepage befindet.

**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?*

Bis zur Beschlussfassung des BFG 2020 durch den Nationalrat gelten die Bestimmungen über das Budgetprovisorium. Im BFG-Entwurf 2020 wurden auf den Voranschlagskonten mit der Spezifikation „Öffentlichkeitsarbeit“ EUR 1.328.000,- budgetiert.

**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?*

Für den Zeitraum 2015 bis heute wurden folgende Medientrainings beauftragt:

- FBM Dr.<sup>in</sup> Pamela Rendi-Wagner

Jahr	Trainingsanbieter	Trainingsdauer	Trainingsort	Trainingskosten
2017	Gross:media e.U. Trainer: Gerald Groß	3 Stunden	Riemergasse 11; 1010 Wien	EUR 1.620,- (inkl. USt.)
2017	Gross:media e.U. Trainer: Gerald Groß	3 Stunden	Riemergasse 11; 1010 Wien	EUR 1.620,- (inkl. USt.)
2017	Gross:media e.U. Trainer: Gerald Groß	3 Stunden	Riemergasse 11; 1010 Wien	EUR 1.620,- (inkl. USt.)
<i>Gesamtsumme</i>		<i>9 Stunden</i>	<i>Gesamtsumme</i>	<i>EUR 4.860,-</i>

- FBM Mag.<sup>a</sup> Beate Hartinger-Klein

Jahr	Trainingsanbieter	Trainingsdauer	Trainingsort	Trainingskosten
2018	Gross:media e.U. Trainer: Gerald Groß	2 Stunden	Riemergasse 11; 1010 Wien	EUR 1.260,- (inkl. USt.)

- FBM Dr.<sup>in</sup> Brigitte Zarfl

Jahr	Trainingsanbieter	Trainingsdauer	Trainingsort	Trainingskosten
2019	Gross:media e.U. Trainer: Gerald Groß	4 Stunden	Riemergasse 11; 1010 Wien	EUR 2.280,- (inkl. USt.)

#### Fragen 4d-f und 7:

- *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?*

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

Die Leiterin der Abteilung Kommunikation und Service, Mag.<sup>a</sup> Elisabeth ZIHLARZ, ist seit 1.3.2019 in dieser Funktion tätig.

Das BMSGPK verfügt für seine Mediaplanung und die Durchführung der Informationsmaßnahmen über eine Mediaagentur, die auch die Abwicklung der Schaltungen übernimmt. Direkte Verhandlungen mit Medieninhabern werden seitens der Abteilung Kommunikation und Service daher nicht durchgeführt.

#### **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?*

Diese Fragen fallen nicht in den Zuständigkeitsbereich des Bundesministeriums für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz.

**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?*

Die durchgeführten Informationsmaßnahmen werden laufenden Evaluierungen (Reportings) durch die Mediaagentur unterzogen. Zum Schutz des Geschäftsgeheimnisses und aus Gründen des Datenschutzes muss von einer detaillierten Aufstellung dieser Reportings Abstand genommen werden.

**Frage 9:**

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

Aus der Geschäftseinteilung gehen die für die Abwicklung von entgeltlichen Informationsmaßnahmen zuständigen Organisationseinheiten hervor, das ist im BMSGPK die Abteilung Kommunikation und Service, welche im Anlassfall allenfalls eine Abstimmung mit den ebenfalls aus der Geschäftseinteilung ersichtlichen unmittelbaren Vorgesetzten vornehmen.

**Frage 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.*

Das BMSGPK verfügt über eine vertragliche Zusammenarbeit mit einer Mediaagentur. Zum Schutz des Geschäftsgeheimnisses und aus Gründen des Datenschutzes muss von einer detaillierten Aufstellung der tatsächlich gewährten Rabatte Abstand genommen werden.

Mit freundlichen Grüßen

Rudolf Anschober

