

Herrn
Mag. Wolfgang Sobotka
Präsident des Nationalrates
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2020-0.130.319

Wien, am 17. April 2020

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Henrike Brandstötter, Dr. Helmut Brandstätter, Kolleginnen und Kollegen haben am 18. Februar 2020 unter der Zl. 939/J-NR/2020 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 BMEIA 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 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?

Es darf auf die Geschäftseinteilung des Bundesministeriums für europäische und internationale Angelegenheiten (BMEIA) verwiesen werden, welche online unter <https://www.bmeia.gv.at/das-ministerium/geschaefteinteilung/> verfügbar ist. Der Leiter der Abteilung für Presse und Information (I.3) hat diese Funktion seit Dezember 2018 inne. Wie in der Geschäftseinteilung ersichtlich, fällt die Bereitstellung von Print- und Onlinemedien für die Zentralstelle und die nachgeordneten Dienststellen in die alleinige Zuständigkeit der Abteilung für Presse und Information. Die Zugangsdaten für sämtliche Abonnements werden in der Abteilung für Presse und Information verwaltet, aus datenschutzrechtlichen Gründen muss von der namentlichen Nennung einzelner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Abstand genommen werden.

Zu Frage 2:

- *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 Journalist_innen?*

Das Budget 2020 wurde zum Zeitpunkt der vorliegenden Anfrage vom Nationalrat noch nicht verabschiedet. Die Gebarung des BMEIA erfolgt daher derzeit in der Höhe des bestehenden Budgetprovisoriums.

Zu Frage 3:

- *Erhalten Bundesminister_innen Medientrainings?*

- *Wenn ja, wie hoch sind die Kosten für Medientrainings der Minister_innen (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?

Seit meiner Angelobung als Bundesminister für europäische und internationale Angelegenheiten (BMEIA) am 7. Jänner 2020 habe ich kein Medientraining absolviert. Bzgl. allf. Medientrainings meiner Vorgängerinnen und Vorgänger von 2015 bis heute wird auf die zahlreichen Voranfragen in der derzeit laufenden sowie den vergangenen Legislaturperioden verwiesen, siehe dazu folgende Anfragen: Zl. 7684/J-NR/2016 vom 27. Jänner 2016, Zl. 11631/J-NR/2017 vom 31. Jänner 2017, Zl. 289/J-NR/2018 vom 20. Februar 2018, Zl. 691/J-NR/2018 vom 17. April 2018, Zl. 1313/J-NR/2018 vom 5. Juli 2018, Zl. 1333/J-NR/2018 vom 5. Juli 2018, Zl. 2525/J-NR/2019 vom 2. Jänner 2019, Zl. 2883/J-NR/2019 vom 18. Februar 2019, Zl. 3851/J-NR/2019 vom 3. Juli 2019, Zl. 4129/J-NR/2019 vom 5. September 2019, sowie Zl. 481/J-NR/2020 vom 8. Jänner 2020 und Zl. 906/J-NR/2020 vom 17. Februar 2020.

Zu den Fragen 5 a) – b) 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 Chefredakteur_innen, 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 Berater_innen etc.)

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

Der Gegenstand dieser Fragen fällt nicht in die Vollziehung des BMEIA.

Zu Frage 5c:

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

Die jeweiligen PressesprecherInnen des Hauses halten im Rahmen ihrer Tätigkeit anlassbezogen Kontakt.

Zu den Fragen 7 und 8:

- *Wer überprüft die Kosten von Inseratenbuchungen? Gibt es dafür eine eigene Medienagentur?*
- *Wurde in den letzten fünf Jahren überprüft, ob das jeweilige Kommunikationsziel erreicht wurde?*

Die Kosten und Kommunikationsziele von Inseratenbuchungen werden intern regelmäßig geprüft und ausgewertet. So ergab etwa die Auswertung einer Print-Inseratenkampagne im Juni 2019 zur Auslandsservice-App, dass sich genau in diesem Zeitraum die akquirierten Nutzer der Smartphone-Applikation gegenüber einem durchschnittlichen Tag mehr als verdoppelten.

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?*

Aus der Geschäftseinteilung gehen die für die Schaltung von kostenpflichtigen Beiträgen zuständigen Organisationseinheiten hervor, welche ihre Tätigkeit erforderlichenfalls mit ihrer Ressortleitung bzw. deren Büro abstimmen.

Zu Fragen 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 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.

Mag. Alexander Schallenberg

