

---

**10868/J XXVII. GP**

---

**Eingelangt am 27.04.2022**

**Dieser Text wurde elektronisch übermittelt. Abweichungen vom Original sind möglich.**

## **ANFRAGE**

des Abgeordneten Walter Rauch  
und weiterer Abgeordneter

an die Bundesministerin für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und  
Technologie

**betreffend zweifelhaftes Rechtfertigungsschreiben der Lockl & Keck GmbH an  
den Klimarat**

Wie im März 2022 in einer Anfragebeantwortung<sup>1</sup> der Umweltministerin Leonore Gewessler an die FPÖ offenbart wurde, erwies sich der Klimarat als wahre Goldgrube die den Grünen nahestehende Agentur Lockl & Keck GmbH. So kassierte die Agentur rund 500.000 Euro für PR-Zwecke. Für die Organisation und Moderation des Klimarats fallen Kosten in Höhe von 995.544 Euro an. Neben den Kosten für Hotels, Anreise und Verkostung kommen noch fast 400.000 Euro für die „kommunikative Begleitung“ des Projekts hinzu, was fast ein Viertel des Gesamtbudgets ausmacht. Ebenso wurden rund 90.000 Euro für die Auftaktveranstaltung verrechnet.

Nunmehr wurde den Teilnehmern des Klimarates ein Schreiben von Seiten der Lockl & Keck GmbH übermittelt, in dem sich die Agentur für die Kosten in mehr als zweifelhafter Form rechtfertigt. Das Schreiben wirft einige Fragen auf und lässt an der Sinnhaftigkeit des Klimarates zweifeln. Das Schreiben der Lockl & Keck GmbH an den Klimarat sinngemäß:

*„Liebe Bürgerinnen und Bürger des Klimarats! Viele von euch haben vergangene Woche die Berichterstattung rund um die Kosten für den Klimarat mitverfolgt und hatten am Wochenende Fragen dazu. Einige von euch wurden vielleicht auch von Freund:innen, Kolleg:innen oder der Familie gefragt, was es damit auf sich hat. Wir möchten euch daher einen Überblick darüber geben, was alles unter dem Sammelbegriff „Öffentlichkeitsarbeit & PR“ gemacht wird.*

*In einem der ersten Vorbereitungsschritte für den Klimarat hat sich das Klimaschutzministerium mit Organisator:innen von Klimaräten aus anderen Ländern, allen voran Frankreich und Großbritannien, über deren Erfahrungen und*

---

<sup>1</sup> [https://www.parlament.gv.at/PAKT/VHG/XXVII/AB/AB\\_09347/index.shtml](https://www.parlament.gv.at/PAKT/VHG/XXVII/AB/AB_09347/index.shtml)

*Empfehlungen zum Klimarat ausgetauscht. Beide Länder haben die Bedeutung der Kommunikation über den Klimarat betont und bedauert, nicht noch stärkeres Augenmerk darauf gelegt zu haben. Insbesondere im Fall des britischen Klimarats dürfte die wichtige Arbeit, die von den Bürger:innen im Klimarat geleistet worden ist, einer breiteren Öffentlichkeit kaum bekannt geworden sein. Und das wiederum sei einer der Hauptgründe gewesen, dass die Ergebnisse nicht ausreichend politische Wirkung erzielt haben. Politik folgt nicht zuletzt auch der Aufmerksamkeit, dem Druck und der vermuteten Akzeptanz in der Bevölkerung. Daher hat man sich in Österreich dazu entschieden, ausreichend Ressourcen für die Öffentlichkeitsarbeit zur Verfügung zu stellen. Denn auch die besten Ergebnisse präsentieren sich nicht von selbst, sondern müssen professionell aufbereitet, betreut und vermittelt werden.*

*Folgende Leistungen erbringen das Team von Lockl & Keck (Adam Pawloff, Clara Oendogan und Julia Keck) und Ulli Kittelberger im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit für den Klimarat:*

- Grundlagenarbeit: Kein Haus ohne Fundament! Der Klimarat ist etwas Einzigartiges und Neues, das es in dieser Form in Österreich noch nicht gegeben hat. Daher ist es wichtig, ein gutes Fundament zu erarbeiten: Wie kann man möglichst viele Menschen für dieses neue Format begeistern? Mit welchen Medien und Journalist:innen können wir in Kontakt treten? Wie können wir Einblicke in den Klimarat ermöglichen, ohne den Prozess vor Ort zu stören? Was macht man auf Social Media? Wen möchten wir noch vom Klimarat überzeugen?*
- Die richtigen Worte finden: Kein Haus ohne Fassade – schon gar kein schönes Haus. Wir erarbeiten die grundlegende Erzählung des Klimarats. Wie erzählt man am besten, was dort genau passiert und erarbeitet wird? Dies ist die Grundlage für die gesamte Öffentlichkeitsarbeit, jede Presseaussendung, die Texte auf der Website, den Social Media Auftritt, Infomaterial etc.*
- Pressearbeit: Ein großes Projekt wie dieses pressemäßig zu betreuen umfasst viele Aufgaben: So sind zahlreiche Presstexte und Unterlagen für die Medien zu verfassen und teilweise individuell aufzubereiten. Auch für Pressekonferenzen ist einiges zu organisieren – vom Ort, über die Einladungen und Informationsunterlagen an die Journalist:innen, bis hin zur Organisation und Koordination von Redner:innen. Zudem sind wir laufend für Medienanfragen erreichbar, da viele Journalist:innen Fragen haben, spezifische Informationen brauchen oder ganz einfach nur regelmäßige Updates haben möchten.*
- Social Media: Moderne Kommunikation läuft nicht nur über klassische Medien, sondern auch über soziale Medien wie Facebook, Twitter und Instagram. Auch in diesem Bereich gibt es viel zu tun, gilt es doch beispielsweise gut zu definieren, was wann wo gepostet wird.*

- *Schnittstelle zwischen Bürger:innen, Medien und Politik: Der Klimarat lebt vor allem von jeder und jedem Einzelnen von Euch. Wer auch immer gerne mit Medien oder der Politik über seine/ ihre Erfahrungen reden möchte, der soll das gerne tun können. Es ist die Aufgabe der Öffentlichkeitsarbeit, diese Kontakte bestmöglich zu organisieren: Das heißt, herauszufinden, wer Interesse an einem Gespräch hat, die richtigen Leute zusammen zu bringen und ggf. Gesprächstermine zu koordinieren. Zudem unterstützt das Pressteam alle dabei, die sich vor Medienterminen noch unsicher fühlen oder vorab gerne einzelne Themen durchgehen möchten.*
- *In die Breite kommen: Klimaschutz ist ein zentrales Zukunftsthema, das über alle gesellschaftlichen, parteipolitischen, ideologischen und Altersgrenzen hinweg eine enorme Bedeutung hat. Daher verbringt das Team der Öffentlichkeitsarbeit viel Zeit damit, Bürgermeister:innen, Vertreter:innen der Wissenschaft, Zivilgesellschaft und Interessensvertretungen zu kontaktieren, zu informieren und mit ihnen über die Arbeit der Bürger:innen zu sprechen. Daraus wiederum entstehen viele Medienberichte.*
- *Koordination der Zusammenarbeit: Nicht zuletzt gibt es aufgrund der Größe des Projekts zahlreiche Akteure, die ihre Aktivitäten regelmäßig miteinander abstimmen müssen. Ein konkretes Beispiel: Um zu wissen, welche Medien an einem Wochenende besonderes Interesse haben könnten, muss sich das Team Öffentlichkeitsarbeit mit dem Moderations- und Organisationsteam abstimmen.*
- *Dokumentation: Darüber hinaus dokumentiert das Team Öffentlichkeitsarbeit alle erbrachten Leistungen genau: Detailgenaue Stundenlisten der einzelnen Teammitglieder gehören da ebenso dazu wie Kontaktlisten, Protokolle gemeinsamer Termine und die Zusammenfassung aller Überlegungen, die wir anstellen, in Form von Konzepten.*

*Wir machen alle diese Aktivitäten mit größter Freude. Die breite und vielfältige Berichterstattung in regionalen und überregionalen Medien macht deutlich, wie viele Menschen wir schon erreicht haben. Viele sind von der enormen demokratiepolitischen Bedeutung einer Institution wie des Klimarats überzeugt und begeistert von dem, was dort passiert. Danke noch einmal für die Zeit und den Einsatz, den jede:r Einzelne dort investiert. Wir haben noch viel vor und freuen uns!*

*Herzliche Grüße,*

*Ulli Kittelberger, Adam Pawloff, Julia Keck und Clara Öndogan*

In diesem Zusammenhang richten die unterfertigten Abgeordneten an die Bundesministerin für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie folgende

### Anfrage

1. Sind Sie über oben genannten Brief der Lockl & Keck GmbH an die Teilnehmer des Klimarates informiert?
  - a. Wenn ja, wann und in welcher Form wurden Sie über das Schreiben informiert?
  - b. Wenn ja, wie beurteilen Sie als Umweltministerin die Tatsache, dass sich die Agentur Lockl & Keck GmbH vor den Klimaräten bzw. Stakeholdern für die Kosten verteidigen muss?
2. Warum musste sich die Agentur Lockl & Keck vor den Klimaräten und Stakeholdern rechtfertigen, obwohl sie von Seiten des Umweltministeriums für die Begleitung auserkoren bzw. bestellt wurden?
3. Wurde der Brief der Lockl & Keck GmbH in Kooperation mit dem Umweltministerium erstellt?
  - a. Wenn ja, wann und in welcher Form?
  - b. Wenn ja, wer war seitens Ihres Ministeriums dafür zuständig?
  - c. Wenn ja, wie lauteten die konkreten Beiträge von Seiten des Umweltministeriums?
  - d. Wenn ja, wer ist für die Erstellung des Schreibens verantwortlich bzw. wer gilt als Initiator des Schreibens?
4. Welche Gründe waren für die Erstellung des Briefes ausschlaggebend?
5. Gab es innerhalb des Klimarates Zerwürfnisse aufgrund der hohen Kosten, die nunmehr eine Formulierung des Briefes rechtfertigen?
  - a. Wenn ja, welche Zerwürfnisse bzw. Gründe liegen konkret vor?
  - b. Wenn nein, können Sie ausschließen, dass es innerhalb der Teilnehmer oder Stakeholder Zerwürfnisse mit den Organisatoren bzw. dem Umweltministerium aufgrund der horrenden Aufwände gibt?
6. Ist das Schreiben der Lockl & Keck GmbH öffentlich zugänglich?
  - a. Wenn ja, wo kann das Schreiben öffentlich eingesehen werden?
  - b. Wenn nein, warum nicht?
  - c. Wenn nein, wurde von Seiten der Agentur Lockl & Keck GmbH bzw. dem Umweltministerium versucht den Brief vor der breiten Öffentlichkeit zu verbergen?
7. Wurde der Brief den Medien oder Journalisten zugänglich gemacht?
  - a. Wenn ja, wann und in welcher Form?
  - b. Wenn ja, welche Medien bzw. Journalisten wurden konkret über den Brief informiert?
  - c. Wenn nein, warum nicht?
  - d. Wenn nein, wurde Ihrerseits bzw. von Seiten der Lockl & Keck GmbH bewusst versucht den Brief vor den Medien zu verbergen?

8. Musste der Brief der Lockl & Keck GmbH aufgrund negativer Rückmeldungen seitens der Teilnehmer des Klimarates oder Stakeholder formuliert werden?
  - a. Wenn ja, wer und welche konkreten negativen Rückmeldungen liegen vor?
  - b. Wenn nein, warum wurde das Schreiben dennoch formuliert?
  - c. Wenn nein, inwiefern bzw. können Sie ausschließen, dass das Bekanntwerden der hohen Kosten für die Begleitung des Klimarates für negative Rückmeldungen innerhalb des Klimarates gesorgt hat?
9. Verließen Klimaräte oder Stakeholder aufgrund des Bekanntwerdens der Kosten den Klimarat?
  - a. Wenn ja, wer und wie viele Teilnehmer bzw. Stakeholder verließen den Klimarat?
  - b. Wenn ja, welche Gründe waren für das Verlassen des Klimarates ausschlaggebend?
  - c. Wenn ja, wurden die Klimaräte oder Stakeholder durch neue Personen bzw. Stakeholder ersetzt?
10. Wurde den Teilnehmern bzw. Stakeholdern des Klimarates auch Ihrerseits bzw. von Seiten Ihres Ministeriums ein Rechtfertigungsschreiben betreffend der Kosten für die Lockl & Keck GmbH übermittelt?
  - a. Wenn ja, wann und wie lautet der konkrete Inhalt des Briefes?
  - b. Wenn nein, warum nicht?
  - c. Wenn nein, inwiefern sehen Sie keinen Grund einen derartigen Brief an die Teilnehmer bzw. Stakeholder des Klimarates zu formulieren?
11. Wurden die hohen Kosten bzw. der Bestellvorgang hinsichtlich der Begleitung des Klimarates durch die Lockl & Keck GmbH innerhalb des Klimarates diskutiert?
  - a. Wenn ja, wann und in welcher Form?
  - b. Wenn ja, gab hierzu konkrete Rückmeldung bzw. negative sowie positive Anmerkungen seitens der Teilnehmer bzw. Stakeholder im Klimarat?
  - c. Wenn nein, warum nicht?
12. Werden die im Brief genannten bzw. erbrachten Leistungen von Seiten der Lockl & Keck GmbH ihrerseits überprüft?
  - a. Wenn ja, in welcher Form?
  - b. Wenn ja, in welchen zeitlichen Abständen?
  - c. Wenn ja, durch wen oder welche Stelle werden die erbrachten Leistungen überprüft?
  - d. Wenn nein, warum nicht?