

---

**16010/J XXVII. GP**

---

**Eingelangt am 29.08.2023**

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

## **Anfrage**

der **Abgeordneten Petra Tanzler**,  
Genossinnen und Genossen

an den **Bundesminister für Bildung, Wissenschaft und Forschung**

betreffend **Folgeanfrage: „Initiative Klasse Job - Vergabeverfahren“**

Der Lehrer:innenmangel in Österreich ist immens. Mit der Initiative „Klasse Job“ sollten nun auch vermehrt Quereinsteiger:innen aus verwandten Fächern (z.B. Diplomstudium Mathematik statt Lehramt Mathematik) in unseren Schulen unterrichten können.

Unterrichten können die so gewonnenen Berufs-Neulinge in allen Schultypen, mit Ausnahme von Volks- und Sonderschulen. Vorausgesetzt wird ein abgeschlossenes Studium mit mindestens 180 ECTS-Punkten, das fachlich zum angestrebten primären Unterrichtsfach passt und zumindest 1,5 Jahre Berufserfahrung. Innerhalb der ersten fünf Jahre in der Schule ist zusätzlich der Hochschulelehrgang „Quereinstieg Lehramt“ zu absolvieren.

Allerdings gibt es von unterschiedlichen Seiten Kritik an der Initiative. Einige Pädagog:innen befürchten, dass unqualifizierte Lehrkräfte den Unterricht stören und die Bildungsqualität sinkt. Zudem stellt der Lehrberuf hohe Anforderungen an die persönliche Eignung und pädagogische Kompetenz der Lehrer:innen, die durch ein Quereinstiegsprogramm nicht vollständig gewährleistet werden können. Ob sich der Quereinstieg als langfristige Lösung für den Lehrermangel bewährt, bleibt abzuwarten und sollte weiterhin wissenschaftlich evaluiert werden.

Möglich war der Quereinstieg zwar schon länger, nun wurde er zusätzlich niederschwelliger gestaltet und extra beworben. Aus diesem Grund wurde die Initiative auch mit einem zusätzlichen Werbebudget-Rahmen von rund 600.000€ ausgestattet. Aus der Anfragebeantwortung 14419/AB vom 27. Juni 2023 geht hervor, dass unterschiedliche Agenturen mit einzelnen Maßnahmen der Kampagne durch ein Direktvergabeverfahren beauftragt wurden und keine öffentliche Ausschreibung stattgefunden hat. In Folge dessen erscheint es notwendig, die Beweggründe des Ministeriums hierfür, in Erfahrung zu bringen.

Die unterzeichneten Abgeordneten stellen daher nachstehende

### **Anfrage**

- 1) In wie viele Einzelmaßnahmen/Lose wurde die Kampagne „Klasse Job“ aufgeteilt?

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

- 2) Wie wurde die Teilung der Kampagne in einzelne Teilaufträge vergaberechtlich begründet?
- 3) Aus welchen sachlichen Gründen erfolgte die Teilung der Kampagne in verschiedene Aufträge im Vergleich zu einer Gesamtausschreibung?
- 4) Wurde zu Fragen der vergaberechtlichen Zusammenrechnung der Kampagne Expertise außerhalb der jeweils zuständigen Fachabteilung eingeholt und wenn ja, von wem und welchen Inhalt hatte diese Expertise?
- 5) Wurden im Verlauf des Prozesses Bedenken geäußert, dass eine Teilung der Kampagne in mehrere Teilaufträge rechtlich unzulässig sein könnte und wenn ja, von wem?
- 6) Ab welchem Auftragswert sehen die internen Richtlinien des BMBWF auch für Direktvergaben vor, dass Vergleichsangebote eingeholt werden müssen?
- 7) Wurden für die Direktvergabe des Teilauftrags „Konzeption und Ausarbeitung der Info- und Image-Kampagne“ an die Agentur Schürz&Lavicka Vergleichsangebote eingeholt?
- 8) Wurde von der genannten Agentur als Referenz ein Projekt für die ÖVP, ihre Teil- und/oder Landesorganisationen bzw das Land Niederösterreich angeführt?
- 9) Von welchen Unternehmen wurden Vergleichsangebote eingeholt?
- 10) Aus welchen Gründen erfolgte die Auftragserteilung an die genannte Agentur?
- 11) War die genannte Agentur Billigstbieterin oder Bestbieterin?
- 12) Wie wurde die Vergabe an die genannte Agentur im Akt begründet?
- 13) Wie ist der Wortlaut dieser Begründung?
- 14) Aus welchen Gründen erfolge die Vergabe der Print-, Online- und Social Media-Werbung aus der Rahmenvereinbarung der BBG und nicht auf Grund eigener Ausschreibung?
- 15) Welches Volumen hat Ihr Ressort insgesamt bislang aus der genannten Rahmenvereinbarung abgerufen und für welche Aufträge?
- 16) Nach welchen Gesichtspunkten wurde die MediaCom als durchführende Schaltagentur ausgewählt?
- 17) Wurden für die Vergabe der Produktion der Mobilen Messestände Vergleichsangebote eingeholt?
- 18) Von welchen Unternehmen wurden Vergleichsangebote eingeholt?
- 19) Aus welchen Gründen erfolgte die Auftragserteilung an das Unternehmen Standout GmbH?
- 20) Warum erfolgte nicht auch für diesen Auftrag ein Abruf aus der BBG-Rahmenvereinbarung über Messebauleistungen, sondern eine eigene Direktvergabe?
- 21) Wurden für die Direktvergabe des Teilauftrags Videoproduktion an die „On Air Studios GmbH“ Vergleichsangebote eingeholt?
- 22) Von welchen Unternehmen wurden Vergleichsangebote eingeholt?
- 23) Aus welchen Gründen erfolgte die Auftragserteilung an das genannte Unternehmen?
- 24) War das genannte Unternehmen Billigstbieterin oder Bestbieterin?
- 25) Kam es bei diesem Auftrag zu einer Kostenüberschreitung im Vergleich zum Angebot und wenn ja, aus welchen Gründen?

- 26) Wurde die Beauftragung einer der genannten Agenturen bzw Unternehmen von Ihnen oder Ihrem Kabinett empfohlen, angeregt oder angeordnet?
- 27) Erfolgte vor einer solchen Handlung Ihrerseits oder Ihres Kabinetts vorab ein Vorschlag für die Vergabe(n) durch die zuständige Fachabteilung?
- 28) War dieser Vorschlag ident mit der schlussendlichen Beauftragung?
- 29) Fanden Termine mit den genannten Dienstleister:innen statt und wenn ja, wer nahm an diesen Terminen teil?
- 30) An wen waren die jeweiligen Angebote der beauftragten Unternehmen jeweils adressiert?
- 31) Hat sich diese Adressierung im Laufe des Vergabeprozesses verändert und wenn ja, inwiefern?
- 32) Wurde eine Vergabe im Rahmen der genannten Kampagne auf das Kriterium der „technischen Ausschließlichkeit“ gestützt und wenn ja, welche?
- 33) Wurde eine Vergabe im Rahmen der genannten Kampagne nicht durch Vergleichsangebote, sondern durch Marktvergleich plausibilisiert und wenn ja, welche?
- 34) Die Kampagne „Klasse Job“ soll nach den Angaben in Ihrer Anfragebeantwortung 14419/AB vom 27. Juni 2023, auch in den kommenden Schuljahren weitergeführt werden. Wie hoch ist das für diesen Zweck veranschlagte Budget für das Schuljahr 2023/24? Bleiben die beauftragten Agenturen dieselben?
- 35) War diese Fortführung bereits ursprünglich geplant?
- 36) Wenn nicht: Warum wurde die Entscheidung getroffen, die Kampagne fortzuführen?
- 37) Für welchen Zeitraum soll die Kampagne fortgeführt werden?
- 38) Erfolgt eine vergaberechtliche Zusammenrechnung der Aufträge aus dem Jahr 2022 mit allfälligen neuen Aufträgen?
- 39) Wenn nein, warum nicht und auf welcher rechtlichen Grundlage?
- 40) Inwiefern wird der Erfolg der Kampagne „Klasse Job“ und der von Ihrem Ministerium geprüft und evaluiert?
- 41) Nach welchen Kriterien wurde diese Evaluierung vorgenommen?
- 42) Von wem wurde diese Evaluierung vorgenommen?
- 43) Am 05.08.2023 ist bekannt gegeben worden, dass zur Bekämpfung des Lehrer:innenmangels Soldatinnen und Soldaten als Quereinsteiger:innen für den Lehrberuf rekrutiert werden sollen. Warum sieht man hier gerade die Zielgruppe der Soldat:innen als geeignet für den Lehrberuf an?
- 44) Bei Soldat:innen handelt es sich nicht um schulpädagogisch geschultes Personal. Wie sollte der „pädagogische Ansatz“ aus dem Militär, nicht gerade bekannt für seine kindgerechten Ansätze, im Klassenzimmer Anwendung finden?
- 45) Am 06.08.2023 berichtet der ORF<sup>1</sup> dazu: „die ÖVP-geführten Ministerien wollen eine breit angelegte Informationskampagne in Stellungshäusern, Kasernen und Zielgruppenmedien des Bundesheeres starten.“ Wer kommt für die Kosten dieser Kampagne auf?

---

<sup>1</sup> Soldaten als Lehrer: Kontroverse über ÖVP-Vorstoß - news.ORF.at