

Anfrage

**der Abgeordneten Henrike Brandstötter, Kolleginnen und Kollegen
an die Bundesministerin für Landesverteidigung
betreffend Wie viel Steuergeld geben Sie für Eigen-PR aus?**

Kernkompetenz dieser Bundesregierung ist, sich auf Kosten der Steuerzahlenden selbst zu vermarkten. Die Folge dieser Selbstvermarktung ist ein immer aufgeblasenerer PR-Apparat in allen Ministerien.

So sind allein im Bundeskanzleramt seit Jahresbeginn 2023 mehr als 85 Mitarbeitende Vollzeit mit PR-Aufgaben betraut sind. Flankiert werden sie von weiteren sieben Pressesprecher:innen¹. Die Kosten für PR-Mitarbeitenden sind seit 2017 um satte 54% gestiegen – von 25 Millionen Euro auf 39 Millionen Euro pro Jahr. Das zeigt, dass nicht nur Kanzler Kurz hohen Wert auf Selbstinszenierung gelegt hat, sondern die gut geölte PR-Maschinerie auf Kosten der Steuerzahlenden unter Kanzler Nehammer munter weiterläuft.

Das wirft – vor allem für alle Steuerzahlenden, die dafür aufkommen müssen – die Frage auf, wie sich das Gesamtbild dieser Regierung in Sachen Eigenmarketing gestaltet und wie sich dies Kosten für diese PR auch in anderen Ministerien in den vergangenen drei Jahren entwickelt haben.

¹ <https://www.derstandard.at/story/2000142759602/spoe-empoert-ueber-104-pr-mitarbeiter-im-kanzleramt-nehammer-sprecher>

Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher folgende

Anfrage:

1. Wie viele Mitarbeitende, die für Pressearbeit, PR und Werbung verantwortlich sind, sind generell in Ihrem Ministerium tätig?
 - a. In welchen Abteilungen sind diese jeweils tätig?
 - b. Wie vielen Vollzeitäquivalenten entspricht das?
2. Wie viele Mitarbeitende für Pressearbeit, PR und Werbung sind in Ihrem Kabinett tätig?
 - a. Wie vielen Vollzeitäquivalenten entspricht das?
3. Wie hoch waren 2021, 2022 und 2023 bisher die monatlichen Personalkosten (brutto) für alle diese Mitarbeitenden?
4. Wie viele Mitarbeitende sind für das Jahr 2024 für diesen Bereich vorgesehen?
 - a. Wie hoch sind die für 2024 dafür budgetierten Kosten?

5. 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?
6. Wie hoch waren 2020, 2021, 2022 und 2023 bisher die Kosten für externe Dienstleister für PR-Tätigkeiten? (Mit der Bitte um Auflistung nach Dienstleister:innen, Datum, Zweck und Kosten)
- Wie hoch sind die für 2024 budgetierten Kosten für externe Dienstleister für PR-Tätigkeiten?
7. Wie hoch waren 2020, 2021, 2022 und 2023 bisher die Kosten für (PR-) Dienstleistungen, die Ihr Ressort über die Wiener Zeitung GmbH (und ihre Unternehmungen wie z.B. die Content Agentur Austria) in Anspruch genommen hat (Mit der Bitte um Auflistung nach Datum, Zweck und Kosten)?
- Wie hoch sind die für 2024 budgetierten Kosten für Dienstleistungen der Wiener Zeitung GmbH für Ihr Ressort?
 - Welche Dienstleistungen plant Ihr Ressort in Zukunft über die Wiener Zeitung GmbH in Anspruch zu nehmen?
8. Wurde in den letzten drei Jahren überprüft, ob die jeweiligen Kommunikationsziele Ihres Ressorts erreicht wurden?
- 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 ja, inwiefern und mit welcher Begründung?
 - Wenn nicht, wieso hielt man es nicht für notwendig zu eruieren, ob die eingesetzten Gelder auch den gewollten Nutzen bringen?


(WERNER)


(MARC RETER)


(WACKER)


Bartsch


Fleider

