

Anfrage

der Abgeordneten Henrike Brandstötter, Dipl.-Ing Karin Doppelbauer,
Kolleginnen und Kollegen

an den Bundesminister für Finanzen

betreffend Beratungsauftrag der Cofag

Die Cofag, ihres Zeichens Finanzierungsagentur des Bundes, hat einen Auftrag über 800.000 Euro für "Beratung im Bereich Öffentlichkeitsarbeit" an die Agentur communication matters vergeben. Diese Information lässt sich nur aus verschiedenen Quellen zusammentragen und wurde via Twitter durch Cofag-Geschäftsführer Bernhard Perner bereits bestätigt. Die Ausschreibung an sich findet man im Unternehmerportal: <https://ausschreibungen.usp.gv.at/at.gv.bmdw.eproc-public/tenderlist?baseTypes=bm&baseTypes=bg&fromdate=01.01.2020&todate=19.09.2020&loaded=true&qck=4fbbd247-0d70-4625-97f1-af7c3b7f09fa&q=P-212480>, auf TED findet man die Vertragssumme:

<https://ted.europa.eu/udl?uri=TED:NOTICE:439538-2020:TEXT:DE:HTML&src=0>, die Bekanntgabe des Namens der bestbietenden Agentur erfolgte auf Twitter:



Der Prozess der Ausschreibung und Vergabe dieser recht hohen Summe an Steuergeld zeichnet sich leider nicht durch Transparenz aus.

Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher folgende

Anfrage:

1. Im Auftrag des BMF an die Cofag ist keinerlei Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit verankert. Welchen Kommunikationsbedarf über eine sachliche Information über beschlossene Richtlinien hinaus hat sich nun ergeben, der einen Auftrag an eine externe Agentur notwendig macht?
2. Welche konkreten Aufgaben hat die beauftragte Agentur?

3. Wie viele Beratungsstunden sollen mit der Summe von 800.000 Euro abgedeckt werden?
 - a. Bitte um Bekanntgabe der Vertragsdauer sowie – wenn vorhanden – den jährlichen Rahmen.
4. Werden die Leistungen der Agentur kontrolliert und evaluiert?
 - a. Und wenn ja, von wem und in welcher Form?
1. Welchen grundsätzlichen Zweck verfolgt die PR für Cofag über eine externe Agentur, die nicht durch eine interne Pressestelle (Pressesprecher_in etc) abgedeckt werden kann?
2. Welche Bereiche der Öffentlichkeitsarbeit können nicht durch eine interne Stelle für Öffentlichkeitsarbeit (Pressesprecher_in, etc.) abgedeckt werden?
 - a. Weshalb nicht?
 - b. Wer entscheidet, welche Aufträge an die engagierte Agentur weitergegeben werden?
 - i. Wer kontrolliert die Kosten?
3. Welchen Mehrwert – über die Veröffentlichung von Richtlinien hinaus – schafft die externe PR-Beratung mit einem derart hochdotierten Auftrag?
4. Wer war für die Ausschreibung und ist für die Abwicklung des Vertrages verantwortlich?
 - a. Wie viele Angebote von Agenturen gab es insgesamt?
 - b. Nach welchen Kriterien wurde die Auswahl getroffen?
5. Ist in dem Budget auch Mediabudget inkludiert?
 - a. Wenn ja, in welcher Höhe (aufgeschlüsselt nach Jahresbudget und prozentuellem Anteil am Gesamtbudget)?
 - b. Wenn ja, gibt es eine externe Mediaagentur und welche ist dies und wer hat sie anhand welcher Kriterien ausgewählt?

