

Anfrage

**der Abgeordneten Henrike Brandstötter, Dr. Johannes Margreiter, Kolleginnen und Kollegen
an die Bundesministerin für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie**

betreffend Agenturauswahl "1-2-3-Klimaticket"

Am 11. Dezember 2020 wurde medial darüber berichtet, welche Agentur den Auftrag zur Umsetzung der Einführungskampagne für das "1-2-3-Klimaticket" ab Frühjahr 2021 erhalten hat (<https://www.derstandard.at/story/2000122391226/klimaschutzministerium-laesst-jung-von-matt-fuer-1-2-3-klimaticket>). Es handelt sich dabei um die Wiener Werbeagentur Jung von Matt/Donau, die unter anderem an der Corona-Kampagne der Bundesregierung mitgewirkt und für die Grünen Wahlkampagnen gestaltet hat. Laut Informationen des Ministeriums nahmen 24 Agenturen an dem Pitch teil.

Jung von Matt/Donau hat diesen für sich entschieden und soll den gesamten Außenauftritt rund um das "1-2-3-Klimaticket" gestalten. Darunter fallen nicht nur die Einführungskampagne, sondern auch das Design der Tickets sowie alle Online- und Social Media-Aktivitäten. Angaben über das Etatvolumen wurden seitens des Ministeriums noch keine gemacht. Die Ausschreibung wurde von einer Jury begleitet, die u.a. mit Vertreter_innen des Ministeriums sowie von ÖBB, Westbahn, den Verkehrsbünden aus den Bundesländern, der International Advertising Association (IAA) und der Alliance Swiss Pass besetzt war.

Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher folgende

Anfrage:

1. Welche Personen saßen als Vertreter_innen der oben genannten Institutionen in der Jury?
 - a. Waren außerdem noch weitere Personen in die Entscheidungsfindung involviert?
 - i. Wenn ja, wer und mit welcher Funktion?
2. Welche Kosten entstanden durch den Pitch?
3. Wie gestaltete sich das Verfahren und nach welchen genauen Kriterien wurde die Auswahl getroffen?
4. Wer erstellte die Ausschreibungsunterlagen?
5. War ein_e Pitchberater_in eingebunden?
 - a. Wenn ja, um wen handelt es sich dabei?
 - b. Wenn nein, weshalb nicht?
6. Was mussten die bewerbenden Agenturen vorweisen? Bitte um Übermittlung der Ausschreibungsunterlagen.
7. Gab es für die unterlegenen Agenturen ein Pitch-Honorar?
 - a. Wenn ja, in welcher Höhe?
 - b. Wenn nein, weshalb nicht?
8. Aufgrund welcher Kriterien erhielt die Agentur Jung von Matt/Donau letztendlich den Zuschlag?
9. Für welchen Zeitraum wurde der Vertrag mit Jung von Matt abgeschlossen?
10. Für welchen Zeitraum ist die Umsetzung der Kampagne geplant?
11. Wie viel Gesamtbudget wurde für den gesamten Auftrag eingeplant und wofür wird es aufgewendet? Bitte um Auflistung nach Posten.
 - a. Für welchen Zeitraum wurde dieses Budget seitens Ihres Ministeriums reserviert?
 - b. Fallen diese Kosten schon in die beiden ausgeschriebenen Rahmenvereinbarungen *Mediaagentur Bund* und *Kreativagenturleistungen Bund*, die ab 2021 die gesamte Information der Bundesregierung umfassen sollen?

i. Wenn ja, in welcher Form?

ii. Wenn nein, weshalb nicht?

12. Wie lauten die Kampagnenziele?

13. Welche Monitoring-, Evaluierungs- und Reportingmaßnahmen wird es geben, um zu überprüfen, ob die die Kampagnenziele erreicht wurden?

14. Es besteht – aus welchen Gründen auch immer – die Möglichkeit, dass die Umsetzung des "1-2-3-Klimatickets" nicht in geplanter Form oder nicht in diesem Jahr stattfindet. Was passiert in diesem Fall mit dem schon erteilten Agenturauftrag?

a. Wird es in diesem Fall Abschlagszahlungen geben?

i. Wenn ja, in welcher Höhe?

ii. Wenn nein, weshalb nicht?

15. Wer wird Vertragspartner_in seitens der Bundesregierung sein?

a. An wen richten Jung von Matt/Donau ihre Rechnungen?

16. Die Untergruppe 41 (Mobilität) des Bundesvoranschlags sieht im Jahr 2021 EUR 95 Mio. für das "1-2-3-Klimaticket" vor. Soll die oben beschriebene Werbekampagne aus diesen EUR 95 Mio. finanziert werden?

a. Wenn nein, welche anderen, durch das Parlament beschlossenen Budgetmittel sollen hierfür verwendet werden?

[Handwritten signatures and scribbles]

h. un h

WOLLO

Sachs
(WACHTER)

Stimberg

www.parlament.gv.at

