

ANFRAGE

des Abgeordneten KO Herbert Kickl
an den Präsidenten des Nationalrats
betreffend **Sobotkas Medienimperium im Parlament**

Weitgehend unbemerkt von der Öffentlichkeit arbeitet Nationalratspräsident Wolfgang Sobotka am Aufbau eines „Medienimperiums“ im Parlament. Unbemerkt deshalb, weil die Projekte zwar vermutlich äußerst kosten- und personalintensiv sind, allerdings bislang kein großer Publikumserfolg waren.

Die Diskussionssendung „Politik am Ring“ etwa, an der einmal im Monat Abgeordnete der fünf Klubs sowie Experten unter der Leitung des ehemaligen ORF-Moderators Gerald Groß mitwirken, fristet auf der Video-Plattform YouTube trotz ihres hohen Produktionsaufwands ein Schattendasein. Die aktuell jüngste Ausgabe haben lediglich 414 Zuseher aufgerufen (Stand 11.11.2022), davon 330 im konventionellen Format¹ und lediglich 84 im 360°-Format,² bei dem die Zuseher den Kamerawinkel und -ausschnitt selbst festlegen können.

Den YouTube-Kanal mit dem Namen „OeParl“³ haben bescheidene 1250 Nutzer abonniert. Dort archiviert finden sich auch 75 Folgen des Audio-Podcasts „Parlament erklärt“, der vor der Sommerpause 2022 eingestellt wurde und dessen „Best of“⁴ zum Abschied auf YouTube bisher ganze 67 Nutzer hören wollten. Dass mit Tobias Leschka und Stefanie Schermann für die letzten rund 20 Folgen neue „Hosts“ engagiert wurden,⁵ sorgte offenbar für keinen Popularitätsschub.

Dennoch hält man unverdrossen am Kommunikationsinstrument Podcast fest, wurde doch nur drei Monate nach der Einstellung von „Parlament erklärt“ eine neue Podcast-Serie unter dem ebenfalls wenig originellen Namen „Rund ums Parlament“ angekündigt,⁶ deren Start am 26. Oktober erfolgte – auf YouTube bisher von nur 47 Nutzern registriert.⁷ Mit Tatjana Lukas als Moderatorin und Tobias Rohe als Produktionsleiter dürften externe Auftragnehmer von dem Projekt profitieren.

Ausbaufähig hinsichtlich ihrer Popularität sind neben dem YouTube-Kanal auch die weiteren Social-Media-Präsenzen des Parlaments: Der schon elf Jahre lang bestehende Facebook-Auftritt dümpelt bei weniger als 30.000 Followern herum,⁸ die veröffentlichten Beiträge erreichen zu einem großen Teil weniger als 10 „Likes“. Auf Twitter folgen der Volksvertretung knapp 36.000 Nutzer,⁹ auf Instagram etwas mehr als 7.000.¹⁰

¹ <https://youtu.be/wfbhyjQmbN8>

² <https://youtu.be/4HvSXlovZY4>

³ <https://www.youtube.com/c/OeParl>

⁴ <https://youtu.be/6K9iMF3FO60>

⁵ <https://www.parlament.gv.at/MEDIA/POD/FOLGE58/index.shtml>

⁶ https://iwww.parlament.gv.at/WWAS/NN/NEU/J2022/20221006_2870.shtml

⁷ <https://youtu.be/TdjpcIiLR9O0>

⁸ <https://www.facebook.com/OeParl>

⁹ <https://twitter.com/OeParl>

¹⁰ <https://www.instagram.com/oeparl/>

Dessen ungeachtet treibt Wolfgang Sobotka die Expansion des Parlaments auf dem Medienmarkt voran und engagierte kürzlich die ehemalige „Standard“-Journalistin Sandra Nigischer, die den „Newsdesk“ im „Newsroom“ leiten soll, dessen Inbetriebnahme der ehemalige Arbeitgeber Nigischers für Jänner 2023 – zeitgleich mit der Wiedereröffnung des historischen Parlamentsgebäudes – ankündigte.¹¹ Tatsächlich dürfte das Projekt bereits jetzt laufen. In einem Vorstellungsvideo heißt es in ziemlicher Verkennung der Aufgaben des Parlaments:¹²

Der Newsroom ist das Herz eines modernen Mediums. Nach dem Vorbild großer Medienhäuser entsteht deshalb auch im Parlament ein Newsroom.

Zugleich arbeiten Wolfgang Sobotkas Medienleute auch an einer neuen Webseite des Parlaments, für deren Vorbereitung die Abgeordneten zuletzt immer wieder zu umfangreichen Videodrehs gebeten wurden. Zwar erscheint ein „Relaunch“ nach mehr als 12 Jahren durchaus nachvollziehbar, allerdings sorgte die letzte Aktualisierung der Online-Visitenkarte des Hohen Hauses für heftige Kritik des Rechnungshofs. Fast zwei Millionen Euro wurden dafür vergeudet.¹³ Es ist zu befürchten, dass die Kosten unter Wolfgang Sobotka weiter explodieren.

Jedenfalls explodiert sein dürfte in den letzten Jahren die Zahl der Mitarbeiter im Dienst 4 Kommunikation der Parlamentsdirektion. Insgesamt 88 Mitarbeiter sind laut Homepage des Parlaments dem Dienst 4 Kommunikation und seinen vier Abteilungen zugeordnet. Dazu kommen aber noch „versteckte Mitarbeiter“, die keiner der unterschiedlichen Aufgaben zugewiesen sind und bei den einzelnen Abteilungen als „weitere Mitarbeiter“ geführt werden. Diese Mitarbeiter sind mit einer einzigen Ausnahme über einen Arbeitsleihvertrag im Parlament beschäftigt. Diese Ausnahme ist durchaus prominent. Es handelt sich um Thomas Kassl, den Lebensgefährten der Vorgängerin von Wolfgang Sobotka als Nationalratspräsidentin und Ex-Ministerin Elisabeth Köstinger.¹⁴ Um jeden Verdacht des Postenschachters auszuschließen, liegt es im Interesse des Nationalratspräsidenten, die Umstände der Einstellung sowie der Beschäftigung dieses Mitarbeiters detailliert offenzulegen.

In der Abteilung, zu der Thomas Kassl zugeteilt ist, dürfte aktuell jedenfalls Hochbetrieb herrschen, gilt es doch „im Zuge der Sanierung“ auch die „Corporate Identity“ auszubauen. Auf der Webseite des Parlaments erfährt man, dass „Logo und Corporate Design an das Erscheinungsbild des sanierten Gebäudes angepasst“ werden.¹⁵ In Anbetracht der Tatsache, dass dies Anpassung am neuen Logo in keiner Weise bemerkbar ist, scheint es geboten, auch den Prozess und die Kosten der neuen „Corporate Identity“ zu hinterfragen.

Der unterfertigte Abgeordnete stellt daher an den Präsidenten des Nationalrats folgende

¹¹ <https://www.derstandard.at/story/2000139324354/parlament-startet-newsroomaufbau-und-die-leitung-uebernimmt-sandra-nigischer>

¹² https://iwww.parlament.gv.at/WWAS/NN/NEU/J2022/20220922_2990.shtml

¹³ <https://kurier.at/wirtschaft/atmedia/parlament-homepage-fuer-zwei-millionen-euro/85.926.571>

¹⁴ <https://www.woman.at/a/umweltministerin-k%C3%B6stinger-geburt-sohn>

¹⁵ https://iwww.parlament.gv.at/WWAS/NN/NEU/J2022/20220502_4070.shtml

Anfrage

Fragen zu Mitarbeitern und Budget des Dienstes 4 Kommunikation

1. Wie viele Mitarbeiter – nach Zahl der Köpfe und nach Vollbeschäftigungäquivalenten – arbeiten derzeit in dem für Kommunikation verantwortlichen Dienst 4 der Parlamentsdirektion?
2. Wie verteilen sich diese Mitarbeiter – nach Zahl der Köpfe und nach Vollbeschäftigungäquivalenten – auf die einzelnen Abteilungen (4.1 Pressedienst & Crossmedia-Redaktion; 4.2 Corporate Identity & Public Relations; Kunst und Kultur; 4.3 Infodienst 360°Monitoring; 4.4 Veranstaltungen & Konferenzen)?
3. Wie entwickelte sich der Mitarbeiterstand des Dienstes 4 Kommunikation seit dem Amtsantritt von Wolfgang Sobotka als Nationalratspräsident? (Bitte um Angabe der Mitarbeiterzahl – nach Zahl der Köpfe und nach Vollbeschäftigungäquivalenten – jeweils zum 1. Jänner der Jahre 2018, 2019, 2020, 2021 und 2022 sowie zum Zeitpunkt der Anfragebeantwortung.)
4. Wie entwickelte sich der Mitarbeiterstand der einzelnen Abteilungen (4.1 Pressedienst & Crossmedia-Redaktion; 4.2 Corporate Identity & Public Relations; Kunst und Kultur; 4.3 Infodienst 360°Monitoring; 4.4 Veranstaltungen & Konferenzen) seit dem Amtsantritt von Wolfgang Sobotka als Nationalratspräsident? (Bitte um Angabe der Mitarbeiterzahl – nach Zahl der Köpfe und nach Vollbeschäftigungäquivalenten – jeweils zum 1. Jänner der Jahre 2018, 2019, 2020, 2021 und 2022 sowie zum Zeitpunkt der Anfragebeantwortung.)
5. Wie hoch ist das Budget des Dienstes 4 Kommunikation für das kommende Jahr 2023?
6. Wie hoch sind dabei die Personalkosten für die Mitarbeiter des Dienstes 4 Kommunikation veranschlagt?
7. Wie entwickelte sich das Budget des Dienstes 4 Kommunikation in den Jahren 2018 bis 2022?
8. Wie hoch waren in den Jahren 2018 bis 2022 jeweils die Personalkosten für die Mitarbeiter des Dienstes 4 Kommunikation?
9. Wie hoch ist das Budget der einzelnen Abteilungen (4.1 Pressedienst & Crossmedia-Redaktion; 4.2 Corporate Identity & Public Relations; Kunst und Kultur; 4.3 Infodienst 360°Monitoring; 4.4 Veranstaltungen & Konferenzen) für das kommende Jahr 2023?
10. Wie hoch sind dabei die Personalkosten für die Mitarbeiter der einzelnen Abteilungen (4.1 Pressedienst & Crossmedia-Redaktion; 4.2 Corporate Identity & Public Relations; Kunst und Kultur; 4.3 Infodienst 360°Monitoring; 4.4 Veranstaltungen & Konferenzen) veranschlagt?
11. Wie entwickelte sich das Budget der einzelnen Abteilungen (4.1 Pressedienst & Crossmedia-Redaktion; 4.2 Corporate Identity & Public Relations; Kunst und Kultur; 4.3 Infodienst 360°Monitoring; 4.4 Veranstaltungen & Konferenzen) in den Jahren 2018 bis 2022?
12. Wie hoch waren in den Jahren 2018 bis 2022 jeweils die Personalkosten für die Mitarbeiter der einzelnen Abteilungen (4.1 Pressedienst & Crossmedia-Redaktion; 4.2 Corporate Identity & Public Relations; Kunst und Kultur; 4.3 Infodienst 360°Monitoring; 4.4 Veranstaltungen & Konferenzen)?
13. Wie viele Mitarbeiter haben seit Ihrem Amtsantritt als Nationalratspräsident begonnen, im Dienst 4 Kommunikation zu arbeiten?

- a. Wie viele dieser Mitarbeiter mussten sich einem Auswahlverfahren nach erfolgter Ausschreibung stellen?
 - b. Wie viele dieser Mitarbeiter wechselten aus anderen Diensten und Abteilungen der Parlamentsdirektion in den Dienst 4 Kommunikation?
 - c. Wie viele dieser Mitarbeiter wechselten aus Bundesministerien in den Dienst 4 Kommunikation der Parlamentsdirektion?
 - i. Wie viele davon waren zu Ihrer Zeit als Innenminister Mitarbeiter im Bundesministerium für Inneres?
 - d. Wie viele dieser Mitarbeiter wechselten aus anderen Bereichen des Öffentlichen Dienstes in den Dienst 4 Kommunikation der Parlamentsdirektion?
 - e. Wie viele dieser Mitarbeiter wechselten aus der Privatwirtschaft in den Dienst 4 Kommunikation der Parlamentsdirektion?
 - i. Wie viele davon waren zuvor bei Medienunternehmen tätig?
 - f. Wie viele dieser Mitarbeiter waren Berufseinsteiger?
14. Wie viele Mitarbeiter im Dienst 4 Kommunikation sind über Arbeitsleihverträge beschäftigt?
15. Was ist der Grund dafür, dass das Parlament diesen Mitarbeitern gegenüber nicht selbst als Dienstgeber auftritt?
16. Wer sind die Dienstgeber der betroffenen Mitarbeiter, von denen diese dem Parlament geliehen werden?
17. Werden die Positionen, die mittels Arbeitsleihvertrag vergeben werden, ausgeschrieben?
 - a. Wenn nein, warum nicht?
18. Welche Kosten für Leasing werden betreffend des Dienstes 4 Kommunikation budgetwirksam, die nicht Personal, sondern insbesondere technisches Gerät betreffen?

Fragen zur Beschäftigung des Lebensgefährten von Ex-Nationalratspräsidentin und Ex-Ministerin Köstinger

19. Welche Art von Beschäftigungsverhältnis besteht zwischen dem Parlament und Thomas Kassl, dem Lebensgefährten von Ex-Nationalratspräsidentin und Ex-Ministerin Köstinger?
20. Warum wird Thomas Kassl als einziger Mitarbeiter, der nicht über einen Arbeitsleihvertrag beschäftigt ist, als „weitere Mitarbeiter“ der Abteilung 4.2 Corporate Identity & Public Relations, Kunst und Kultur geführt¹⁶ und ist nicht einem der Bereiche der Abteilung zugeteilt?
21. Was sind die Aufgaben von Thomas Kassl in der Abteilung 4.2?
22. Wurde die von Thomas Kassl besetzte Stelle ausgeschrieben?
 - a. Wenn ja, bitte um Übermittlung des genauen Ausschreibungstextes!
 - b. Wenn ja, wie viele andere Bewerber gab es für diese Stelle?
 - c. Wenn nein, auf welche Weise wurden eine Ausschreibung und ein ordentliches Bewerbungsverfahren umgangen?
 - d. Wenn nein, auf wessen Veranlassung wurden eine Ausschreibung und ein ordentliches Bewerbungsverfahren umgangen?

¹⁶ https://www.parlament.gv.at/WWER/PDION/4/4_2/index_ext.shtml

Fragen zur Zusammenarbeit zwischen dem Dienst 4 Kommunikation und dem Büro des Nationalratspräsidenten

23. Sind auch Mitarbeiter Ihrer Büros des Nationalratspräsidenten in die Arbeit des Dienstes 4 Kommunikation eingebunden?
- Wenn ja, welche?
 - Wenn ja, in welchem Umfang?
24. Wurden bzw. werden Erzeugnisse des Dienstes 4 Kommunikation Ihnen oder Mitarbeitern Ihrer Büros vor Veröffentlichung zur Begutachtung bzw. Freigabe vorgelegt?
- Wenn ja, welche?
25. Haben Sie seit ihrem Amtsantritt als Nationalratspräsident dem Dienst 4 Kommunikation, dessen Leiter oder anderen Mitarbeitern Weisungen erteilt?
- Wenn ja, welche?

Fragen zu den Social-Media-Auftritten des Parlaments

• YouTube:

26. Wurden vor der Erstellung des YouTube-Kanals des Parlaments (laut Kanalinfo¹⁷ am 19.09.2017) Ziele definiert, die damit erreicht werden sollten?
- Wenn ja, welche?
 - Wenn ja, umfassten diese Ziele auch quantitative Vorgaben hinsichtlich der engstrebten Zahl von Abonnenten bzw. Videoaufrufen?
 - Wenn ja, wurden diese Ziele erreicht?
 - Wenn nein, welche Konsequenzen wurden daraus gezogen bzw. welche Adaptierungen an den Zielen wurden vorgenommen?
 - Wenn nein, warum nicht?
27. Welche Ziele werden aktuell mit dem YouTube-Kanal des Parlaments angestrebt?
28. Schaltet das Parlament auf YouTube auch Werbung?
- Wenn ja, wie hoch waren die für Werbung auf YouTube investierten Summen in den Jahren 2018, 2019, 2020, 2021 und 2022?

• Facebook

29. Wurden vor der Erstellung der Facebook-Seite des Parlaments (laut Seitentransparenz¹⁸ am 24.02.2011) Ziele definiert, die damit erreicht werden sollten?
- Wenn ja, welche?
 - Wenn ja, umfassten diese Ziele auch quantitative Vorgaben hinsichtlich der angestrebten Followerzahl bzw. der Reichweite der Seite?
 - Wenn ja, wurden diese Ziele erreicht?
 - Wenn nein, welche Konsequenzen wurden daraus gezogen bzw. welche Adaptierungen an den Zielen wurden vorgenommen?
 - Wenn nein, warum nicht?

¹⁷ <https://www.youtube.com/c/OeParl/about>

¹⁸ https://www.facebook.com/OeParl/about_profile_transparency

30. Welche Ziele werden aktuell mit der Facebook-Seite des Parlaments angestrebt?

31. Schaltet das Parlament auf Facebook auch Werbung?

a. Wenn ja, wie hoch waren die für Werbung auf YouTube investierten Summen in den Jahren 2018, 2019, 2020, 2021 und 2022?

- Twitter

32. Wurden vor der Erstellung des Twitter-Profils des Parlaments (laut Info¹⁹ im September 2014) Ziele definiert, die damit erreicht werden sollten?

a. Wenn ja, welche?

b. Wenn ja, umfassten diese Ziele auch quantitative Vorgaben hinsichtlich der angestrebten Followerzahl bzw. der Reichweite des Profils?

i. Wenn ja, wurden diese Ziele erreicht?

1. Wenn nein, welche Konsequenzen wurden daraus gezogen bzw. welche Adaptierungen an den Zielen wurden vorgenommen?

c. Wenn nein, warum nicht?

33. Welche Ziele werden aktuell mit dem Twitter-Profil des Parlaments angestrebt?

34. Schaltet das Parlament auf Twitter auch Werbung?

a. Wenn ja, wie hoch waren die für Werbung auf Twitter investierten Summen in den Jahren 2018, 2019, 2020, 2021 und 2022?

- Instagram

35. Wurden vor der Erstellung des Instagram-Kontos des Parlaments (laut Kontoinformation²⁰ im Oktober 2017) Ziele definiert, die damit erreicht werden sollten?

a. Wenn ja, welche?

b. Wenn ja, umfassten diese Ziele auch quantitative Vorgaben hinsichtlich der angestrebten Followerzahl bzw. der Reichweite der Seite?

i. Wenn ja, wurden diese Ziele erreicht?

1. Wenn nein, welche Konsequenzen wurden daraus gezogen bzw. welche Adaptierungen an den Zielen wurden vorgenommen?

c. Wenn nein, warum nicht?

36. Welche Ziele werden aktuell mit dem Instagram-Konto des Parlaments angestrebt?

37. Schaltet das Parlament auf Instagram auch Werbung?

a. Wenn ja, wie hoch waren die für Werbung auf Instagram investierten Summen in den Jahren 2018, 2019, 2020, 2021 und 2022?

- Weitere Social-Media-Präsenzen

38. Betreibt das Parlament außer den bereits erwähnten Auftritten auf YouTube, Facebook, Twitter und Instagram noch weitere Social-Media-Präsenzen?

a. Wenn ja, welche?

b. Wenn ja, mit welchen Followerzahlen bzw. Reichweiten?

¹⁹ <https://twitter.com/OeParl>

²⁰ <https://twitter.com/OeParl>

Fragen zu Sendeformaten des Parlaments

- TV-Diskussionssendung „Politik am Ring“
39. Wurden vor dem Start der Diskussionssendung „Politik am Ring“ im November 2020 Ziele definiert, die mit dieser Sendung erreicht werden sollten?
- a. Wenn ja, welche?
 - b. Wenn ja, umfassten diese Ziele auch quantitative Vorgaben hinsichtlich der angestrebten Seherzahl?
 - i. Wenn ja, wurden diese Ziele erreicht?
 1. Wenn nein, welche Konsequenzen wurden daraus gezogen bzw. welche Adaptierungen an den Zielen wurden vorgenommen?
 - c. Wenn nein, warum nicht?
40. Welche Ziele werden aktuell mit der Diskussionssendung „Politik am Ring“ angestrebt?
41. Wie hoch waren die Kosten, die vor dem Start der Diskussionssendung „Politik am Ring“ für deren Entwicklung angefallen sind?
- a. Wie hoch waren dabei die Ausgabe für Studio und Technik?
 - b. Wie hoch waren dabei die Ausgaben für Redaktion und Formatentwicklung?
42. Wurden für die Entwicklung des Sendformats „Politik am Ring“ auch externe Auftragnehmer engagiert?
- a. Wenn ja, welche?
 - b. Wenn ja, gab es für diese Aufträge Ausschreibungen?
 - c. Wenn ja, wie hoch waren die Kosten für die jeweiligen externen Auftragnehmer?
43. Wie hoch sind die laufenden Kosten für die Sendung „Politik am Ring“ pro Jahr?
44. Wie hoch ist das an den externen Moderator Gerald Groß bzw. dessen Unternehmen bezahlte Honorar pro Sendung?
45. Werden auch an andere Teilnehmer der Sendung Honorare bezahlt (z.B. an die teilnehmenden Experten)?
- a. Wenn ja, an wen und in welcher Höhe seit Sendungsstart?
46. Wirken an Vorbereitung, Aufzeichnung, Ausstrahlung und Verbreitung der Sendung weitere externe Auftragnehmer mit?
- a. Wenn ja, welche?
 - b. Wenn ja, gab es für diese Aufträge Ausschreibungen?
 - c. Wenn ja, wie hoch sind die Kosten für die jeweiligen externen Auftragnehmer?
47. Wo ist die Sendung „Politik am Ring“ abgesehen vom YouTube-Kanals des Parlaments zu sehen?
48. Welche Seherzahlen erreicht die Sendung durchschnittlich über die einzelnen Verbreitungswege?
49. Gibt es Bemühungen, die Sendung auch TV-Sendern – etwa dem ORF – anzubieten, um die Seherzahl zu steigern?
50. Wenn ja, wie ist der Stand dieser Bemühungen?
51. Hat das Parlament für die Ausstrahlung von „Politik am Ring“ an Dritte jemals Geld bezahlt?
- a. Wenn ja, wie viel und an wen?

- Podcast „Parlament erklärt“

52. Wurden vor dem Start des Podcast „Parlament erklärt“ im Juni 2020 Ziele definiert, die mit dieser Sendung erreicht werden sollten?

- a. Wenn ja, welche?
- b. Wenn ja, umfassten diese Ziele auch quantitative Vorgaben hinsichtlich der angestrebten Seherzahl?
- i. Wenn ja, wurden diese Ziele erreicht?
 1. Wenn nein, welche Konsequenzen wurden daraus gezogen bzw. welche Adaptierungen an den Zielen wurden vorgenommen?
- c. Wenn nein, warum nicht?

53. Wo waren die Podcasts „Parlament erklärt“ abgesehen vom YouTube-Kanal des Parlaments zu hören?

54. Wurden die Podcasts „Parlament erklärt“ auch auf gängigen Podcast-Plattformen wie iTunes, Spotify oder Soundcloud veröffentlicht?

- a. Wenn ja, auf welchen?

55. Welche Abrufzahlen erzielten die Podcasts „Parlament erklärt“ im Durchschnitt insgesamt und aufgeschlüsselt auf die einzelnen Verbreitungsplattformen?

56. Warum wurde die Reihe „Parlament erklärt“ im Juli 2022 eingestellt?

57. Wie hoch waren die Kosten für die Produktion der Podcasts „Parlament erklärt“ jeweils in den Jahren 2020, 2021 und 2022?

58. Wurden für die Erstellung der Podcasts „Parlament erklärt“ Honorare an externe Moderatoren bzw. Redakteure bezahlt?

59. Wenn ja, an wen?

60. Wenn ja, wie hoch waren diese Honorare?

61. Haben an der Konzeption und Produktion der Podcasts „Parlament erklärt“ darüber hinaus externe Auftraggeber mitgewirkt?

- a. Wenn ja, welche?
- b. Wenn ja, gab es für diese Aufträge Ausschreibungen?
- c. Wenn ja, wie hoch waren die Kosten für die jeweiligen externen Auftragnehmer?

- Podcast „Rund ums Parlament“

62. Wurden vor dem Start des Podcast „Rund ums Parlament“ im Oktober 2022 Ziele definiert, die mit dieser Sendung erreicht werden sollen?

- a. Wenn ja, welche?
- b. Wenn ja, umfassen diese Ziele auch quantitative Vorgaben hinsichtlich der angestrebten Seherzahl?
- c. Wenn nein, warum nicht?

63. Wo sind die Podcasts „Rund ums Parlament“ abgesehen vom YouTube-Kanal des Parlaments zu hören?

64. Werden die Podcasts „Rund ums Parlament“ auch auf gängigen Podcast-Plattformen wie iTunes, Spotify oder Soundcloud veröffentlicht?

- a. Wenn ja, auf welchen?

65. Welche Abrufzahlen erzielte die erste Folge des Podcast „Parlament erklärt“ insgesamt und aufgeschlüsselt auf die einzelnen Verbreitungsplattformen?

66. Wie hoch waren die Kosten für die Entwicklung der Podcast-Serie „Rund ums Parlament“?

67. Wie hoch sind die regelmäßigen Produktionskosten der Podcast-Serie „Rund ums Parlament“?
68. Wurden für die Entwicklung der Podcast-Serie „Rund ums Parlament“ externe Auftragnehmer engagiert?
- Wenn ja, welche?
 - Wenn ja, gab es für diese Aufträge Ausschreibungen?
 - Wenn ja, wie hoch waren die Kosten für die jeweiligen externen Auftragnehmer?
69. Werden für die regelmäßige Produktion der Podcasts „Rund ums Parlament“ Honorare an Externe wie Moderatoren, Redakteure oder Produktionsleiter bezahlt?
- Wenn ja, an wen?
 - Wenn ja, wie hoch sind diese Honorare?

Fragen zu „Crossmedia“, „Newsroom“ und „Newsdesk“

70. Was verstehen Sie konkret unter dem Schlagwort „Crossmedia“?
71. Wie viele Mitarbeiter sind in der „Crossmedia-Redaktion“ tätig und was ist deren konkretes Aufgabengebiet?
72. Gehört auch die neue „Newsdesk“-Leiterin Sandra Nigischer der „Crossmedia-Redaktion“ an?
- Wenn ja, was sind Ihre konkreten Aufgaben?
 - Wenn nein, welcher Einheit des Dienstes 4 Kommunikation gehört sie sonst an?
73. Wurde die Position der „Newsdesk“-Leiterin ausgeschrieben?
- Wenn ja, bitte um Übermittlung des Ausschreibungstextes!
 - Wenn ja, wie viele Bewerber gab es?
 - Wenn nein, warum nicht?
74. Wo genau im wiedereröffneten historischen Parlamentsgebäude befindet sich der „Newsroom“?
75. Welche Baukosten sind für die Schaffung dieses „Newsroom“ angefallen?
76. Welche Kosten für Einrichtung und insbesondere für Technik sind für die Schaffung dieses „Newsroom“ angefallen?
77. War die Schaffung eines „Newsroom“ bereits bei Beginn der Planungen bzw. Arbeiten zum Parlamentsumbau vorgesehen?
- Wenn nein, handelt es sich dabei um einen Ihrer berüchtigten „Sonderwünsche“?
78. Wie viele Arbeitsplätze werden sich in diesem Newsroom befinden?
79. Aus welchen Abteilungen sollen regelmäßig Mitarbeiter im Newsroom Dienst versehen?
80. Inwiefern ist das Parlament mit einem „modernen Medium“ vergleichbar und braucht deshalb einen „Newsroom“ „nach dem Vorbild großer Modenhäuser“?

Fragen zur neuen Webseite des Parlaments

81. Wann soll die neue Webseite des Parlaments online gehen?
82. Welche Funktionen sollen durch die neue Webseite wesentlich verbessert werden?
83. Welche Funktionen werden auf der neuen Webseite erstmals zur Verfügung stehen?

84. Wer trägt innerhalb der Parlamentsdirektion die Gesamtverantwortung für die Erstellung der neuen Webseite?
85. Welche Dienste und Abteilungen sind an der Erstellung der neuen Webseite beteiligt?
86. Wann wurde der Prozess der Erstellung der neuen Webseite gestartet?
87. Welcher Kostenrahmen wurde vor Erstellungsbeginn für die neue Webseite budgetiert?
88. Welche Kosten sind seit dem Start des Erstellungsprozesses pro Jahr angefallen?
89. Mit welchen Kosten für die Erstellung der neuen Webseite rechnen Sie insgesamt?
90. Welche externen Auftragnehmer waren und sind an der Erstellung der neuen Webseite beteiligt?
91. Wurden alle entsprechenden Aufträge ausgeschrieben?
 - a. Wenn nein, warum nicht?
92. Welche Kosten fielen bisher für externe Auftragnehmer an (bitte um Aufschlüsselung pro Auftragnehmer) und welche Kosten sind noch zu erwarten?
93. Wie viele Nutzer (Visits und Unique Users) erreichte die Webseite des Parlaments, aufgeschlüsselt auf die 2018, 2019, 2020, 2021 und 2022?
94. Wie viele Nutzer (Visits und Unique Users) erreichte die Webseite des Parlaments, aufgeschlüsselt auf die Monate Jänner bis Oktober 2022?
95. Welche Inhalte auf der Webseite des Parlaments erreichen besonders viele Nutzer?
96. Welche Ziele sollen mit der neuen Webseite erreicht werden?
97. Wurden auch quantitative Ziele definiert, was die Zahl der Visits und Unique Users betrifft?
 - a. Wenn ja, wie lauten diese Ziele?
 - b. Wenn nein, warum nicht?

Fragen zum neuen Logo und „Corporate Design“ des Parlaments

98. Welche Ziele werden mit dem neuen Logo und „Corporate Design“ verfolgt?
99. Inwiefern spiegelt sich im neuen Logo das Erscheinungsbild des sanierten Parlamentsgebäudes?



© Parlamentsdirektion / Pia Wiesboeck

100. Wer trägt innerhalb der Parlamentsdirektion die Gesamtverantwortung für die Erstellung des neuen „Corporate Design“?
101. Welche Dienste und Abteilungen sind an der Erstellung des neuen Corporate Design beteiligt?
102. Wann wurde der Prozess der Erstellung eines neuen „Corporate Design“ gestartet?
103. Welcher Kostenrahmen wurde vor Erstellungsbeginn für das neue „Corporate Design“ budgetiert?

104. Welche Kosten sind seit dem Start des Erstellungsprozesses pro Jahr angefallen?
105. Mit welchen Kosten für die Erstellung des neuen „Corporate Design“ rechnen Sie insgesamt?
106. Welche Kosten fielen bisher an, um sämtliche Drucksorten etc. auf das neue Logo und „Corporate Design“ umzustellen?
107. Mit welchen Kosten ist noch zu rechnen, bis sämtliche Drucksorten etc. auf das neue Logo und „Corporate Design“ umgestellt sind?
108. Welche externen Auftragnehmer waren und sind an der Erstellung des neuen „Corporate Design“ beteiligt?
109. Wurden alle Aufträge an externe Auftragnehmer ausgeschrieben?
 - a. Wenn nein, warum nicht?
110. Welche Kosten fielen bisher für externe Auftragnehmer an (bitte um Aufschlüsselung pro Auftragnehmer) und welche Kosten sind noch zu erwarten?

Fragen zu Lizenzkosten

111. Welche Lizenzkosten wurden in den Jahren 2018, 2019, 2020, 2021 und 2022 jeweils im Dienst 4 Kommunikation budgetwirksam?
112. Für welche Software wurden bzw. werden Lizenzkosten in den Jahren 2018, 2019, 2020, 2021 und 2022 in welcher Höhe budgetwirksam?
113. Wie viele Personen können von diesen Lizenzen je Software oder ähnlichem Gebrauch machen?
114. Wie viele Personen machen davon tatsächlich Gebrauch?
115. Für welchen Zeitraum sind entsprechende Lizenzverträge jeweils geschlossen bzw. wie lange ist die Kündigungsfrist?
116. In welchem Zeitraum werden Lizenzgebühren jeweils fällig?
117. Welche Lizenzkosten wurden bzw. werden in den Jahren 2018, 2019, 2020, 2021 und 2022 jeweils für die diversen Sendeformate des Parlaments („Politik am Ring“, Podcasts u.ä.) budgetwirksam?
118. Für welche Software für die diversen Sendeformate des Parlaments („Politik am Ring“, Podcasts u.ä.) wurden bzw. werden Lizenzkosten in den Jahren 2018, 2019, 2020, 2021 und 2022 in welcher Höhe budgetwirksam?
119. Wie viele Personen können von diesen Lizenzen für die diversen Sendeformate des Parlaments („Politik am Ring“, Podcasts u.ä.) je Software oder ähnlichem Gebrauch machen?
120. Wie viele Personen machen davon tatsächlich Gebrauch?
121. Für welchen Zeitraum sind entsprechende Lizenzverträge für die diversen Sendeformate des Parlaments („Politik am Ring“, Podcasts u.ä.) jeweils geschlossen bzw. wie lange ist die Kündigungsfrist?
122. In welchem Zeitraum werden Lizenzgebühren für die diversen Sendeformate des Parlaments („Politik am Ring“, Podcasts u.ä.) jeweils fällig?
123. Welche Lizenzkosten werden für „Crossmedia“, „Newsroom“ und „Newsdesk“ jeweils in den Jahren 2021, 2022, 2024 und 2025 budgetwirksam?
124. Für welche Software wurden bzw. werden Lizenzkosten für „Crossmedia“, „Newsroom“ und „Newsdesk“ in den Jahren 2018, 2019, 2020, 2021 und 2022 in welcher Höhe budgetwirksam?
125. Wie viele Personen können von diesen Lizenzen für „Crossmedia“, „Newsroom“ und „Newsdesk“ je Software o.ä. Gebrauch machen?
126. Wie viele Personen machen davon tatsächlich gebrauch?

127. Für welchen Zeitraum sind entsprechende Lizenzverträge für „Crossmedia“, „Newsroom“ und „Newsdesk“ jeweils geschlossen bzw. wie lange ist die Kündigungsfrist?
128. In welchem Zeitraum werden Lizenzgebühren für „Crossmedia“, „Newsroom“ und „Newsdesk“ jeweils fällig?
129. Welche Lizenzkosten wurden in den Jahren 2018, 2019, 2020, 2021 und 2022 für die Website des Parlaments budgetwirksam?
130. Für welche Software für die Website des Parlaments werden Lizenzkosten in den Jahren 2018, 2019, 2020, 2021 und 2022 in welcher Höhe budgetwirksam?
131. Wie viele Personen können von diesen Lizenzen je Software o.ä. für die Website des Parlaments Gebrauch machen?
132. Wie viele Personen machen davon tatsächlich Gebrauch?
133. Für welchen Zeitraum sind entsprechende Lizenzverträge für die Website des Parlaments jeweils geschlossen bzw. wie lange ist die Kündigungsfrist?
134. In welchem Zeitraum werden Lizenzgebühren für die Website des Parlaments jeweils fällig?
135. Welche Lizenzkosten werden für die Erstellung von Medieninhalten im Parlament darüber hinaus budgetwirksam?
136. Für welche Software werden Lizenzkosten für die Erstellung von Medieninhalten im Parlament darüber hinaus in den Jahren 2018, 2019, 2020, 2021 und 2022 in welcher Höhe budgetwirksam?
137. Wie viele Personen können von diesen Lizenzen je Software o.ä. für die Erstellung von Medieninhalten im Parlament darüber hinaus Gebrauch machen?
138. Wie viele Personen machen davon tatsächlich Gebrauch?
139. Für welchen Zeitraum sind entsprechende Lizenzverträge für die Erstellung von Medieninhalten im Parlament darüber hinaus jeweils geschlossen bzw. wie lange ist die Kündigungsfrist?
140. In welchem Zeitraum werden Lizenzgebühren für die Erstellung von Medieninhalten im Parlament darüber hinaus jeweils fällig?

Fragen zu den Veranstaltungen im Parlament

141. Wie viele Veranstaltungen hat das Parlament in den Jahren 2018, 2019, 2020, 2021 und 2022 jeweils ausgerichtet?
142. Wie viele davon waren, aufgeschlüsselt nach Jahren, Veranstaltungen des Nationalratspräsidenten, des Zweiten Nationalratspräsidenten bzw. des Dritten Nationalratspräsidenten?
143. Für wie viele und welche dieser Veranstaltungen wurde eine externe Moderatorin oder ein externer Moderator engagiert?
144. Wer waren die externen Moderatoren, die seit 2018 bei Veranstaltungen des Parlaments zum Einsatz kamen?
145. Wie viele Veranstaltungen wurden von jedem/jeder der externen Moderatorinnen und Moderatoren moderiert?
146. Wie hoch war das Gesamthonorar, das das Parlament an jeden/jede der einzelnen externen Moderatorinnen und Moderatoren bezahlte?
147. Wie viele der externen Moderatoren sind aktive Journalisten oder waren dies zumindest zum Zeitpunkt ihres Engagements durch das Parlament?

148. Welchen Anteil an den Kosten für Moderatorinnen und Moderatoren haben oder hatten Provisionen für Agenten, Agenturen o.ä. in den Jahren 2018, 2019, 2020, 2021 und 2022 jeweils?

149. Welche Provisionskosten für Agenten, Agenturen o.ä. wurden in den Jahren 2018, 2019, 2020, 2021 und 2022 jeweils budgetwirksam?

Fragen zum Verhältnis zwischen Politik und Medien

150. Sehen Sie angesichts aktueller Debatten über eine zu enge Verstrickung zwischen Politik und Medien in der Beauftragung aktiver Journalisten durch das Parlament ein Problem?

a. Wenn ja, werden Sie vom Engagement aktiver Journalisten künftig Abstand nehmen?

b. Wenn nein, warum nicht?

151. Oder sind Sie vielmehr der Meinung, dass es für solche Beauftragungen – wie auch für Inserate – ein „Gegengeschäft“²¹ geben sollte?



(KICKL)



²¹ <https://youtu.be/ KApck6jiw>

