



Landesrat Mag. Johannes Tratter

Frau
Abgeordnete
Drⁱⁿ Andrea Haselwanter-Schneider
über den Präsidenten des Tiroler Landtags
DDr. Herwig van Staa

Mag. Johannes Tratter

Telefon 0512/508-2040

Fax 0512/508-2045

buero.lr.tratter@tirol.gv.at

DVR:0059463

UID: ATU36970505

im Hause

Schriftliche Anfrage der Abgeordneten KO Dr. Andrea Haselwanter-Schneider betreffend "Mehr Transparenz und Kontrolle: Wie hoch sind Ihre Ausgaben im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit und Repräsentation?" (590/16)

Geschäftszahl LRJT-LE-11/309-2016

Innsbruck, 10.01.2017

Sehr geehrte Frau Abgeordnete!

Sie haben in der Landtagssitzung vom 14. Dezember 2016 eine Anfrage betreffend "**Mehr Transparenz und Kontrolle: Wie hoch sind Ihre Ausgaben im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit und Repräsentation?**", Einlaufzahl 590/16 an mich gerichtet und um Beantwortung folgender Fragen ersucht. Mit derselben Fragestellung haben Sie sich auch an Herrn LH Platter, Herrn LHStv. ÖR Geisler, Frau LHStv.ⁱⁿ Mag.^a Felipe, Frau LRⁱⁿ Zoller-Frischauf, Frau LRⁱⁿ Dr.ⁱⁿ Baur, Herrn LR DI Dr. Tilg und an Frau LRⁱⁿ Mag.^a Dr.ⁱⁿ Palfrader gewandt.

1. *Wie hoch waren die Gesamtausgaben der Tiroler Landesregierung im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit in den Jahren 2013, 2014, 2015 und 2016? (Bitte um Bruttoangaben)*
2. *Wofür haben Sie diese Gelder in den Jahren 2013, 2014, 2015 und 2016 verwendet? (Bitte um detaillierte Aufschlüsselung)*
3. *Wie viele und welche Werbe-, PR- oder Informationskampagnen haben Sie in den Jahren 2013, 2014, 2015 und 2016 aus diesem Budgettopf bezahlt?*
4. *Wie hoch waren die Gesamtkosten der in dieser Legislaturperiode durchgeführten Kampagnen? (Bitte um Bruttoangaben)*
5. *Wie viele und welche dieser Kampagnen wurden ausgeschrieben?*
6. *Wie viele und welche dieser Kampagnen wurden nicht ausgeschrieben?*
7. *Warum wurden diese nicht ausgeschrieben?*
8. *Welches Unternehmen bzw. welche Unternehmen haben Aufträge in welcher Höhe für welche Kampagne erhalten?*

9. *Warum wurde dieses Unternehmen bzw. wurden diese Unternehmen beauftragt?*
10. *Wie hoch waren die Gesamtausgaben in Ihrem Ressort im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit (VA-Post 1-02120) in den Jahren 2013, 2014, 2015 und 2016? (Bitte um Bruttoangaben)*
11. *Wie hoch waren die Gesamtausgaben in Ihrem Ressort im Bereich der Repräsentation (VA-Post 1-011) in den Jahren 2013, 2014, 2015 und 2016? (Bitte um Bruttoangaben)*
12. *Haben Sie über diese in Frage 10. und 11. genannten Voranschlagspositionen hinausgehende Ausgaben für die Öffentlichkeitsarbeit und Repräsentation in Ihrem Ressort getätigt?*
13. *Wenn ja, wann und wofür? (Bitte um detaillierte Beantwortung)*
14. *Wenn ja, in welcher Höhe? (Bitte um Bruttoangaben)*
15. *Wenn ja, unter welcher Voranschlagsposition wurden diese verbucht?*
16. *Wenn ja, haben Sie damit auch eine Werbe-, PR- oder Informationskampagne finanziert?*
 - a. *Wenn ja, welche genau und zu welchen Kosten (brutto)?*
 - b. *Wenn ja, welche dieser Kampagnen wurden ausgeschrieben?*
 - c. *Wie viele und welche dieser Kampagnen wurden nicht ausgeschrieben?*
 - d. *Warum wurden diese nicht ausgeschrieben?*
 - e. *Welches Unternehmen wurde jeweils beauftragt?*
 - f. *Warum wurde gerade dieses Unternehmen beauftragt?*

Hiezu beehre ich mich folgendes mitzuteilen:

Nach § 31 Abs. 1 der Geschäftsordnung des Tiroler Landtages ist jeder Abgeordnete berechtigt, in den Angelegenheiten der Landesverwaltung an die Mitglieder der Landesregierung schriftliche Fragen über Angelegenheiten ihres Aufgabenbereiches zu richten.

Sofern obenstehende Fragen in meine Angelegenheiten gemäß Anlage der Verordnung der Landesregierung vom 30. März 1999 über die Geschäftsordnung der Tiroler Landesregierung, LGBl. Nr. 14/1999, zuletzt geändert durch LGBl. Nr. 64/2016, fallen, kann dazu wie folgt Stellung genommen werden.

Einleitend darf festgehalten werden, dass gemäß der Fragestellung betreffend die „Ausgaben im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit und Repräsentation“ eindeutige Festlegungen sowohl in der Geschäftsverteilung der Landesregierung wie auch in der Geschäftseinteilung des Amtes der Tiroler Landesregierung getroffen wurden.

Die Öffentlichkeitsarbeit des Landes Tirol, der Landesregierung wie auch der Landesverwaltung, erfolgt grundsätzlich konzentriert über die gleichnamige Abteilung Öffentlichkeitsarbeit des Landes.

Als für die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit kraft Geschäftsverteilung der Landesregierung zuständiges Regierungsmitglied darf ich in weiterer Folge jene Fragen Ihrer schriftlichen Landtagsanfrage beantworten, die auf die in diesem Sinne betreffenden „Ausgaben im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit“ abzielen. Hinsichtlich Ihrer Fragen bezüglich der „Ausgaben im Bereich der Repräsentation“ darf ich höflich auf die Anfragebeantwortung des für das Repräsentationswesen des Landes Tirol zuständigen Regierungsreferenten verweisen.

Zu Frage 1

Neben den herkömmlichen Mitteln der Öffentlichkeitsarbeit (Verfassen von Presseeinladungen und -aussendungen, Durchführung von Pressekonferenzen, etc.), Ausgaben für die Tiroler Landeszeitung (siehe Anfragebeantwortung "Kosten für die Landeszeitung explodieren" (535/14) vom 08.01.2015) und den Aufwendungen für Fotoleistungen (siehe Anfragebeantwortung "Lächeln bitte! Wer wird von der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit des Landes mit dem Fotografieren beauftragt?" (523/15) vom 10.12.2015) lauten die Ausgaben bezogen auf die Öffentlichkeitsarbeit des Landes mit der Voranschlagspost V.P. 1-021201-7298119 "Marketingkonzept Landesverwaltung" wie folgt:

2013: € 660.509,71

2014: € 607.589,13

2015: € 695.651,19

2016: € 929.970,54

Zu Frage 2

2013:

SchulPlus Ticket	€ 28.980,76
Sanierungsoffensive	€ 102.215,78
Tag der offenen Tür	€ 188.890,06
Mediensommerfest	€ 15.463,90
Wahlaufrufe und Wahlinfos	€ 30.573,71
Bewerbung Sprechstunden-, tage	€ 8.038,11
Wohnbauförderung	€ 90.336,23
sonstige Inserate	€ 6.047,99
Telefonansage	€ 9.933,60
Todesanzeigen	€ 6.698,74
Familie Tirol	€ 22.800,27
Pokale u. Give Aways	€ 15.221,09
Stehkalender 2014	€ 9.496,15
Kugelschreiber	€ 16.205,16
Div. Drucksorten	€ 16.779,97
Stellenausschreibungen	€ 70.183,04
Bewerbung Homepage Relaunch	€ 22.645,15
Summe	€ 660.509,71

2014:

Tag der offenen Tür	€ 183.117,57
Imagekampagne Kinder- und Jugendhilfe	€ 181.893,02
Mediensommerfest	€ 37.589,78
sonstige Inserate	€ 26.503,05
Pokale u. Give Aways	€ 5.922,51
Stehkalender 2015	€ 8.896,26
Div. Drucksorten	€ 3.208,02
CD/CI Manual Ergänzungen	€ 5.785,80
Ausgestaltung Medienraum	€ 6.970,68
Stellenausschreibung	€ 64.474,41
100 Jahre Eduard Wallnöfer	€ 27.481,80
APP Wettbewerb	€ 25.676,94
Tempo 100	€ 50.697,49
Gutschrift TT	-€ 20.628,03
Summe	€ 607.589,30

2015:

Tag der offenen Tür	€ 171.381,99
Gewaltpräventionskampagne	€ 119.798,89
Mediensommerfest	€ 20.492,21
Gedenkveranstaltung 1. Weltkrieg	€ 17.544,75
APP-Wettbewerb	€ 16.706,30
sonstige Inserate	€ 64.616,63
Todesanzeigen	€ 5.609,52
Pokale u. Give Aways	€ 20.304,36
Stehkalender 2016	€ 8.604,33
diverse Drucksorten	€ 12.118,43
Stellenausschreibungen	€ 64.581,78
Imagekampagne Kinder- und Jugendhilfe	€ 1.518,90
CD/CI Manual Ergänzungen	€ 4.650,64
Impulspaket	€ 73.502,20
Facebook	€ 262,24
Wohnbauförderungskampagne	€ 93.958,02

Summe	€ 695.651,19
--------------	---------------------

2016:

Tag der offenen Tür	€ 161.733,34
Gemeindekampagne	€ 196.672,14
Lehrlingsoffensive/ Wer Köpfchen hat...	€ 151.603,86
Mediensommerfest	€ 17.933,38
Stellenausschreibungen	€ 43.976,23
CD/CI Manual Ergänzungen	€ 12.479,33
Bildungsinfo	€ 8.000,00
Facebook	€ 650,00
sonstige Inserate	€ 57.484,34
Todesanzeigen	€ 3.043,80
Pokale u. Give Aways	€ 9.754,81
Stehkalender 2017	€ 9.270,06
Div. Drucksorten	€ 25.928,40
Wohnbauförderung	€ 8.201,28
Kinderbetreuungskampagne	€ 160.379,03
Gemeindekooperationspreis	€ 4.110,54
SOG (Bau- und Raumordnung)	€ 27.880,00
Lehrlingsbeilage TT	€ 30.870,00
Summe	€ 929.970,54

Zu Frage 3

Aus der Voranschlagspost 1-021201-7298119 "Marketingkonzept Landesverwaltung" wurden folgende Kampagnen bezahlt:

2013:

SchulPlus Ticket	€ 28.980,76
Sanierungsoffensive	€ 102.215,78
Tag der offenen Tür	€ 188.890,06
Wahlaufrufe und Wahlinfos	€ 30.573,71
Wohnbauförderungskampagne	€ 90.336,23
Familie Tirol	€ 22.800,27
Bewerbung Homepage Relaunch	€ 22.645,15

2014:

Tag der offenen Tür	€ 183.117,57
Imagekampagne Kinder- und Jugendhilfe	€ 181.893,02
APP Wettbewerb	€ 25.676,94
Tempo 100	€ 50.697,49

2015:

Tag der offenen Tür	€ 171.381,99
Gewaltpräventionskampagne	€ 119.798,89
APP-Wettbewerb	€ 16.706,30
Impulspaket	€ 73.502,20
Wohnbauförderungskampagne	€ 93.958,02

2016:

Tag der offenen Tür	€ 161.733,34
Gemeindekampagne	€ 196.672,14
Lehrlingsoffensive/ Wer Köpfchen hat...	€ 151.603,86
Kinderbetreuungskampagne	€ 160.379,03

Zu Frage 4

Die Gesamtkosten für die Kampagnen von 2013 bis 2016 betragen € 2.073.562,75

Zu den Fragen 5, 6 und 7

Aufgrund des geltenden Bundesvergabegesetzes war keine Ausschreibung notwendig, weil die jeweiligen Summen unter dem Schwellenwert lagen.

Auf Basis der landesinternen Richtlinien für das Vergabewesen wurden im Regelfall drei oder mehr Vergleichsangebote eingeholt bzw. zu einem Agenturwettbewerb mit mehreren Agenturen (mindestens 3) eingeladen.

Zu Frage 8

2013:

AW Design	Sanierungsoffensive	€ 1.488,00
AW Design	Wohnbauförderung	€ 1.854,00
ADPartners	Tag der offenen Tür	€ 32.418,00
Citygrafic Designoffice	SchulPlus Ticket	€ 508,80
Innpublic	Homepage Relaunch Website www.tirol.gv.at	€ 1.008,00
Innpublic	Wahlaufrufe und -infos	€ 2.592,00
Luna Promotion GmbH	Familie Tirol	€ 22.800,27

2014:

Citygrafic Designoffice	Tempo 100	€ 2.031,60
ADPartners	Tag der offenen Tür	€ 16.884,00
Citygrafic Designoffice	APP-Wettbewerb	€ 3.946,80
IWMB	Kinder- und Jugendhilfekampagne	€ 30.893,35
IWMB now	Kinder- und Jugendhilfekampagne online	€ 20.175,61

2015:

ADPartners	Tag der offenen Tür	€ 14.064,00
IWMB	Gewaltpräventionskampagne	€ 28.800,00
IWMB now	Gewaltpräventionskampagne	€ 17.580,00
Citygrafic Designoffice	APP-Wettbewerb	€ 456,00
Citygrafic Designoffice	Impulspaket	€ 2.340,00
ADPartners	Wohnbauförderungskampagne	€ 13.002,00

2016:

ADPartners	Tag der offenen Tür	€ 15.336,00
IWMB	Gemeindekampagne	€ 38.856,00
IWMB now	Gemeindekampagne	€ 3.600,00
WerkStadt Kommunikationsagentur GmbH	Lehrlingsoffensive/Wer Köpfchen hat...	€ 37.795,20
Handle Creativ Art GmbH	Kinderbetreuungskampagne	€ 38.787,00

Zu Frage 9

Aufgrund der Schwellenwertverordnung (BGBl. II Nr. 125/2009 i.d.F. BGBl. II Nr. 292/2014) sind – vorerst befristet bis 31.12.2018 - Direktvergaben zulässig, wenn der geschätzte Auftragswert netto € **100.000,00** nicht erreicht (§ 11, § 41 Abs. 2, § 141 Abs. 3, § 177 und § 201 BVergG 2006), oder wenn die in § 41 Abs. 2 und Abs. 4 BVergG 2006 genannten Voraussetzungen vorliegen. Da laut Bundesvergabegesetz bei geistigen Dienstleistungen das Bestbieterprinzip anzuwenden ist, wurden die angeführten Unternehmen mit der Durchführung der Kampagnen betraut.

Zu Frage 10

Wie aus den jeweiligen Rechnungsabschlüssen der Jahre 2013, 2014 und 2015 ersichtlich belaufen sich die Gesamtausgaben im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit wie folgt:

2013: € 1.242.183,77

2014: € 1.302.511,27

2015: € 1.558.976,03

Der offizielle Rechnungsabschluss für das Jahr 2016 wird im 1. Quartal 2017 erfolgen.

Zu Frage 11

Hinsichtlich Ihrer Fragen bezüglich der „Ausgaben im Bereich der Repräsentation“ darf höflich auf die Anfragebeantwortung des für das Repräsentationswesen des Landes Tirol zuständigen Regierungsreferenten verwiesen werden.

Zu den Fragen 12 bis 16

Einmal mehr darf an dieser Stelle darauf hingewiesen werden, dass im Sinne der „Ausgaben im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit“ eindeutige Festlegungen in der Geschäftseinteilung des Amtes der Tiroler Landesregierung getroffen wurden, wonach die Öffentlichkeitsarbeit des Landes Tirol grundsätzlich konzentriert über die gleichnamige Abteilung Öffentlichkeitsarbeit erfolgt. Demnach darf an dieser Stelle auf die ausführliche Beantwortung der Fragen 1 bis 10 hingewiesen werden.

Lediglich ganz vereinzelt, etwa wenn es um die Bereitstellung von höchst spezifischem Fachwissen geht, wurden Abteilungen des Landes in der Vergangenheit im oben erwähnten Sinne einer Informationsbereitstellung tätig. So wurden im Bereich meiner Ressortzuständigkeit (Wohnbauförderung) von der Abteilung Wohnbauförderung Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeit aus der Budgetposition „Wohnbauforschung und Marketing“ getätigt.

Unter der Budgetpost „Wohnbauforschung und Marketing“ 1 486009 7298 066 wurden im Jahr 2016 u.a. folgende Ausgaben (Bruttoangaben) gebucht:

MP Media Power GmbH – Inserat „Leistbares Wohnen“	1.417,50 €
Westmedia – Inserat „Leistbares Wohnen“	1.940,40 €

Im Jahr 2016 wurde aus der Voranschlagsposition „Wohnbauforschung und Marketing“ keine Werbe-, PR- oder Informationskampagne finanziert.

In diesem Zusammenhang wird auf die Beantwortung der Anfrage von LAbg. Mag. Isabella Gruber vom 28. Jänner 2016 betreffend „Welche Ausgaben sind für die Öffentlichkeitsarbeit des Landes 2014/2015 angefallen?“ hingewiesen.

Ich darf Sie, sehr geehrte Frau Abgeordnete, auf die oben angeführte Bestimmung der Geschäftsordnung hin- und auf die weiteren Ausführungen meines Kollegen verweisen und verbleibe,

mit freundlichen Grüßen

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Tratter', with a horizontal line above it.

Landesrat Mag. Johannes Tratter

Anlagen:

- Anfragebeantwortung „Welche Ausgaben sind für die Öffentlichkeitsarbeit des Landes 2014/2015 angefallen?“ (590/16) vom 28.01.2016
- Anfragebeantwortung "Kosten für die Landeszeitung explodieren" (535/14) vom 08.01.2015
- Anfragebeantwortung "Lächeln bitte! Wer wird von der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit des Landes mit dem Fotografieren beauftragt?" (523/15) vom 10.12.2015