

LAbg. Mag.^a Regina Petrik

Schriftliche Anfrage gem. § 29 der Geschäftsordnung des Burgenländischen Landtages

Eisenstadt, am 4. November 2022

An die
Präsidentin des Burgenländischen Landtages
Frau Verena Dunst
Landhaus
7000 Eisenstadt

Gemäß Artikel 44 L-VG und § 29 GeOLT stelle ich folgende schriftliche Anfrage an Frau Landesrätin Mag.^a (FH) Daniela Winkler

Sehr geehrte Frau Landesrätin!

Ich erbitte die Beantwortung folgender Fragen:

1. Welche Geschäftsbeziehungen unterhält Ihr Ressort mit den folgenden Unternehmen bzw. wurden während der laufenden Gesetzgebungsperiode bisher unterhalten? Welcher Art sind diese Beziehungen und wie wurden diese angebahnt?
 - a. DIETRICH Medien Holding GmbH
 - b. Bohmann Druck- und Verlag GesmbH
 - c. Norbert Jakob Schmid VerlagsgesmbH
 - d. V & R RedaktionsgesmbH
 - e. Bohmann Repro-Media und Online GmbH
 - f. GM Handel und Beteiligungs GmbH
 - g. CRM Medientrend GmbH
 - h. D+R Verlagsgesellschaft m.b.H.
 - i. TDI Parndorf GmbH

2. In welchen der folgenden Medien hat Ihr Ressort in der laufenden Gesetzgebungsperiode bisher Inserate geschaltet? Was war jeweils Inhalt des Inserats, wann wurde es veröffentlicht und was waren die jeweiligen Kosten?
 - a. schau Magazin
 - b. Gute Reise – entspannt unterwegs sein
 - c. Messe & Event Guide
 - d. A la Carte – das Magazin für Ess- und Trinkkultur
 - e. schau ins Burgenland
 - f. schau Familie
 - g. Jagd im Burgenland
 - h. Sport aktiv
 - i. ÖGZ - Österreichische Gemeindezeitung
 - j. Mein Wien

- k. Stadt Wien intern – Mitarbeiter*innenmagazin
- l. Intra – das Magazin für MitarbeiterInnen des KAV
- m. Amtsblatt der Stadt Wien
- n. Wien Wissen
- o. Wien Leben
- p. Wohl & Befinden
- q. Kronen Zeitung
- r. Kurier
- s. Bezirksblätter
- t. BVZ
- u. Die Burgenländerin
- v. Wohntraumauto Lifestyle

3. Mit welchen der in Frage 1 genannten Unternehmen bzw. mit welchen der in Frage 2 genannten Medien fanden in der laufenden Gesetzgebungsperiode bisher Medienkooperationen mit Ihrem Ressort statt? Welcher Art waren diese und was waren die jeweiligen Kosten?

4. In den genannten Medien sind viele Berichte auf den ersten Blick als redaktionelle Artikel wahrnehmbar, bei näherer Betrachtung jedoch als „Advertorial“ gekennzeichnet. Dies war besonders im Vorfeld der Gemeinderatswahlen auffällig, als das Postwurf-Medium „schau ins Burgenland“ zahlreiche Berichte über fast ausschließlich SPÖ-Bürgermeister*in-Kandidat*innen als Advertorial abdruckte.
 - a. Wie viele als „Advertorial“ gekennzeichnete Beiträge wurden in den in Frage 2 genannten Medien in der laufenden Gesetzgebungsperiode bisher im Auftrag Ihres Ressorts abgedruckt? Was war jeweils Inhalt des Advertorials, wann wurde es veröffentlicht und was waren die jeweiligen Kosten?
 - b. Wie viele Interviews mit Ihnen oder Berichte über Sie wurden in den in Frage 2 genannten Medien in der laufenden Gesetzgebungsperiode bisher gleichzeitig mit vom Land Burgenland und seinen Unternehmen bezahlten Inseraten abgedruckt, unabhängig davon, ob diese als Advertorial gekennzeichnet waren?

5. Zum Magazin „Burgenland Family“:
 - a. Was ist Ausrichtung und Ziel des Magazins?
 - b. Wie wird die Zielerreichung festgestellt?
 - c. Wie oft erscheint das Magazin?
 - d. Wie wurde das Vergabeverfahren betreffend Konzept und Redaktion des Magazins durchgeführt und was waren die Kriterien?
 - e. Wie viele Bewerber*innen nahmen am Vergabeverfahren betreffend Konzept und Redaktion teil und wer waren diese?
 - f. Was waren die Gründe für den Zuschlag an die CRM Medientrend GmbH betreffend Konzept und Redaktion?
 - g. Wird Konzept und Redaktion für einen bestimmten Zeitraum vergeben, je Ausgabe oder für alle Ausgaben des Magazins?
 - h. Was sind die Kosten für Konzept und Redaktion durch die CRM Medientrend GmbH?
 - i. Wie wurde das Vergabeverfahren betreffend die Herstellung des Magazins durchgeführt und was waren die Kriterien?
 - j. Wie viele Bewerber*innen nahmen am Vergabeverfahren betreffend die Herstellung teil und wer waren diese?
 - k. Was waren die Gründe für den Zuschlag an die Bohmann Repro-Media und Online GmbH betreffend die Herstellung?

- l. Wird die Herstellung für einen bestimmten Zeitraum vergeben, je Ausgabe oder für alle Ausgaben des Magazins?
 - m. Was sind die Kosten für die Herstellung durch die Bohmann Repro-Media und Online GmbH?
 - n. Wie wurde das Vergabeverfahren betreffend den Druck des Magazins durchgeführt und was waren die Kriterien?
 - o. Wie viele Bewerber*innen nahmen am Vergabeverfahren betreffend den Druck teil und wer waren diese?
 - p. Was waren die Gründe für den Zuschlag an die Walstead Leykam Druck GmbH & Co KG betreffend den Druck?
 - q. Wird der Druck für einen bestimmten Zeitraum vergeben, je Ausgabe oder für alle Ausgaben des Magazins?
 - r. Was sind die Kosten für den Druck durch die Walstead Leykam Druck GmbH & Co KG?
 - s. Was sind die Gesamtkosten des Magazins je Ausgabe?
 - t. Das Impressum gibt sowohl das Amt der Landesregierung als auch die CRM Medientrend GmbH als Redaktion an. Was ist der Inhalt dieser redaktionellen Kooperation?
6. Welche Rolle kam den in Frage 1 genannten Unternehmen bei der Umgestaltung des Familienpasses als Family Card zu?
- a. Wie wurde das Vergabeverfahren durchgeführt und was waren die Kriterien?
 - b. Wie viele Bewerber*innen nahmen am Vergabeverfahren teil und wer waren diese?
 - c. Welches Unternehmen erhielt den Zuschlag und was waren die Gründe für den Zuschlag?
 - d. Welche Leistungen erbrachten bzw. erbringen die in Frage 1 genannten Unternehmen konkret in Zusammenhang mit der Family Card?
 - e. Welche Kosten entstehen durch die von den in Frage 1 genannten Unternehmen erbrachten Leistungen in Zusammenhang mit der Family Card?
 - f. Was sind die Gesamtkosten der Family Card und wie sind diese aufgeschlüsselt?
7. Haben Sie und Ihre Büromitarbeiter*innen in der laufenden Gesetzgebungsperiode bisher Zuwendungen (Geburtstagsgeschenke, Weihnachtsgeschenke, Kalender, etc.) von den in Frage 1 genannten Unternehmen bzw. von Herrn Gerhard Milletich erhalten? Wenn ja, welche, wann und in welcher Stückzahl?

Regine Patz