



Frau
Landtagspräsidentin
Verena Dunst
Landtagsdirektion
im Hause

Eisenstadt, am 20. Dezember 2022

Sehr geehrte Frau Präsidentin!

Die von Frau LAbg. Mag. Regina Petrik, gem. § 29 GeOLT an mich gerichtete schriftliche Anfrage vom 7. November 2022, Zahl 22-1197, betreffend „Inserate“ beantworte ich schriftlich nach Rücksprache mit den zuständigen Fachabteilungen wie folgt:

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?*

zu den Fragen 1 bis 4:

siehe Beantwortung der Frage 1, 2, 6 und 7 zur schriftlichen Anfrage Zahl 22-1194

zu den Fragen 5 und 6:

Das Magazin „Burgenland Family“ ist ein 4 Mal jährlich erscheinendes Magazin für Besitzerinnen und Besitzer der „Burgenland Family-Card“. Ziel ist es, Familien über für sie relevante Themen zu informieren. Das Magazin beinhaltet Artikel aus den Bereichen Familie, Freizeitaktivitäten, Kinderbetreuung, Erziehung, Jugend und Bildung.

Wesentliche Inhalte des Druckwerkes sind Fachartikel zum Thema Familie und Elternsein, Informationen über die Projekte und Förderungen der Landesregierung, Informationen aus den Bereichen Bildung (Kindergarten, Schule, FH, PPH, u. v. m.) sowie Vorstellung weiterer Einrichtungen und Organisationen für Familien im Burgenland. Zudem sollen die Familien über die Vorteile und Vorteilsgeber der „Burgenland Family-Card“ informiert werden. Durch die Verteilung an die derzeit rund 20.000 Family Card-Besitzerinnen und -Besitzer, deren Zahl stetig steigt, wird eine zielgerichtete Information gewährleistet.

Die Vergabe erfolgte in Form einer Inhouse-Vergabe an die EBRZ GmbH. In dieser ist auch der Druck des Magazins „Burgenland Family“ inbegriffen. Die Leistungen werden jeweils für einen bestimmten Zeitraum vergeben.

Die Gesamtkosten der Ausgabe 03/2022 des Magazins „Burgenland Family“ belaufen sich auf insgesamt 20.370,00 Euro brutto und für die Inkjetadressierung 42,00 Euro brutto je 1.000 Stück sowie für die Adressdatenaufbereitung 42,00 Euro brutto je 1.000 Stück.

Es handelt sich nicht um eine Kooperation. Das Amt der Burgenländischen Landesregierung ist Auftraggeber und behält sich bestimmte redaktionelle Inhalte vor.

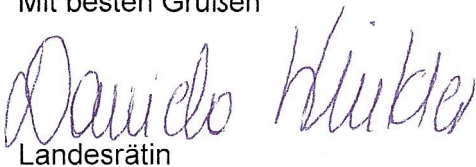
Mit der Organisation und Verwaltung von Vorteilsgeberinnen und Vorteilsgebern für die Burgenland Family Card ist derzeit die CRM Medientrend GmbH beauftragt. Im Zuge der Angebotseinholung wurden vier Kommunikationsagenturen angeschrieben und um Angebotslegung gebeten. Hinsichtlich der vergaberechtlichen Beschaffung darf angemerkt werden, dass diese jeweils nach der im Bundesvergabegesetz vorgesehenen Vergabeverfahrensart und in Folge entsprechend dem Beschaffungserlass 2022 des Amtes der burgenländischen Landesregierung erfolgt.

Für den Zeitraum 1.8.2022 bis 1.8.2023 belaufen sich die Kosten für diese Leistungen auf 14.400,00 Euro brutto.

zur Frage 7:

siehe Beantwortung der Frage 18 zur schriftlichen Anfrage Zahl 22-1194

Mit besten Grüßen

Handwritten signature of Daniela Winkler in purple ink.

Landesrätin

Mag.^a (FH) Daniela Winkler