



**Anfragen zum Plenum zur Plenarsitzung am 26.04.2022
– Auszug aus Drucksache 18/22487 –**

Frage Nummer 27

mit der dazu eingegangenen Antwort der Staatsregierung

Abgeordneter
**Helmut
Markwort**
(FDP)

Vor dem Hintergrund des durch das Staatsministeriums für Unterricht und Kultus im August 2021 gestarteten Vergabeverfahrens zu einer „Rahmenvereinbarung Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation“ mit einem geschätzten Wert von 4 Mio. Euro bzw. einem maximalen Auftragsvolumen von 5 Mio. Euro frage ich die Staatsregierung, auf welcher Haushaltsgrundlage dieser Vorgang stattfand, welche kommunikativen Ziele damit verfolgt werden, die einen Auftrag in dieser Größenordnung rechtfertigen (bitte Bezug nehmen auf einzelne kommunikative Defizite/Bedürfnisse, die im Vorfeld des Vergabeprozesses identifiziert worden sind sowie die verfassungsgemäßen Grenzen für Öffentlichkeitsarbeit durch die Staatsregierung) und mit welchen Folgekosten bei der Durchführung von Kampagnen im Zusammenhang mit dieser Vergabe in den kommenden vier Jahren kalkuliert wird?

Antwort des Staatsministeriums für Unterricht und Kultus

Informationen zum fragegegenständlichen Verhandlungsverfahren mit Teilnahmewettbewerb sind einsehbar im Beiblatt zum Amtsblatt der EU unter ¹.

Haushaltsgrundlage

Der in der Auftragsbekanntmachung (siehe Nr. 1) angegebene Auftragswert ist ein Schätzwert. Das dort angegebene höchste Abrufvolumen ist ein Maximalbetrag, der nicht zwingend erreicht werden muss (Rahmenvertrag). Innerhalb der Vertragslaufzeit wird mit einem Leistungsumfang von durchschnittlich zwei bis drei Werbekampagnen, als einzelne Informationseinheiten, pro Kalenderjahr gerechnet. Höhe und Umfang werden auf Grundlage der Inhalte, Zielgruppe(n) und Kommunikationswege vorab festgelegt. Die Kalkulation beruht auf Haushaltsmitteln, die durch Umschichtung von Ausgaben innerhalb der bestehenden Haushaltsmittel der Öffentlichkeitsarbeit des Staatsministeriums für Unterricht und Kultus (StMUK) freigesetzt werden konnten. Damit sind zwei Kampagnen pro Kalenderjahr grundsätzlich abgedeckt. Inwieweit zudem eine dritte Kampagne möglich ist, wird von der aktuellen Notwendigkeit und zur Verfügung stehender Ausgabenreste des jeweiligen Kalenderjahres abhängig gemacht.

Kommunikative Ziele

(entspricht II.1.4 der Auftragsbekanntmachung)

¹ <https://ted.europa.eu/udl?uri=TED:NOTICE:434746-2021:TEXT:DE:HTML>

Für das StMUK besteht die Notwendigkeit, eine breite Öffentlichkeit über aktuelle Vorgänge und Maßnahmen des StMUK im schulischen Kontext sowie über schulische Themen in Form von Kampagnen zeit- und bürgernah zu informieren. Die bisherige Informationsweitergabe soll durch zeitgemäße Kommunikationsformen ergänzt werden. Vor diesem Hintergrund erfolgt dieses Vergabeverfahren mit dem Ziel, einen Rahmenvertrag mit einem Auftragnehmer abzuschließen, der das StMUK im Bereich Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation unterstützt. Nicht Gegenstand der vorliegenden Ausschreibung sind dagegen die Pflege und Weiterentwicklung digitaler Medien, die vom StMUK betrieben werden.

Folgekosten

Mit Folgekosten ist bei einzelnen Kampagnen nicht zu rechnen, da diese in sich befristete Informationseinheiten darstellen und nach Beendigung abgeschlossen sind. Umfang und Dauer einer Einheit wird auf Grundlage der Inhalte, Zielgruppe(n) und Kommunikationswege vorab festgelegt.