



Freitag, 27. Dezember 2019

Anfragebeantwortung (lt. Satzung der ÖH)

Fraktion: Aktionsgemeinschaft (AG)

Datum der Anfrage: 13. Dezember 2019

Gerichtet an: Referat für Öffentlichkeitsarbeit der ÖH Bundesvertretung

(Die Anfragen wurden mündlich bei der 2. Ordentlichen Sitzung der Bundesvertretung der Österreichischen Hochschüler_innenschaft gestellt und bezogen sich auf die Kommunikationsstrategieentwicklung des Referats für Öffentlichkeitsarbeit)

1) Wurden bereits Ausgaben für die strategische Entwicklung getätigt und wenn ja wie hoch?

Es wurden noch keine Ausgaben getätigt, diese werden erst nach Abschluss der Entwicklung des Strategiepapiers getätigt.

2) Welche Ziele sind für die Unterstützung der strategischen Entwicklung gesteckt worden?

Generelles Ziel ist eine verbesserte und professionalisierte Öffentlichkeitsarbeit der ÖH Bundesvertretung und eine signifikante Steigerung der Wahlbeteiligung bei den ÖH-Wahlen. Folgende Ziele wurden darüber hinaus formuliert, wobei die genannten Zahlen keine fixierten Zielvorstellungen darstellen

- Die ÖH als entscheidender hochschulpolitischer Player im Sinne einer Themenhoheit
- Verbesserung der Zusammenarbeit mit den lokalen Hochschulvertretungen
- 30 000 FB-Likes bis zum Ende des Jahres
- 6 000 Insta-Follower_innen bis zum Ende des Jahres
- Wege zur regelmäßigen Interaktion mit Studierenden
- Steigerung der Newsletter-Interaktion um das Doppelte (in %)
- 600 Progress-Telegram-Channel Subscriber_innen bis zum Ende des Jahres
- 5 Beiträge mit einer Reichweite bis zu 100 000 (auf Facebook)

3) Wurden bereits Aktionen geplant und umgesetzt?

Aktionen wurden bis dato in Zusammenhang mit der Strategieüberarbeitung noch nicht geplant.

4) Welchen Mehrwert hat das Referat für Öffentlichkeitsarbeit nach dem Abschluss der Entwicklungen?

Der Mehrwert soll darin liegen, durch die Strategie-Entwicklung die bei Frage 2 genannten Ziele erreichen zu können.

5) Welche Projektpakete und Arbeitspakete wurden im Detail geplant?

Die Projekt- und Arbeitspakete halten sich genau an das von den Media Brothers gestellte Angebot. Weitere Projekt- und Arbeitspakete für die Öffentlichkeitsarbeit werden im Anschluss an die Implementierung des Strategiepapiers geplant.



6) Welche Budgetposten wurden im Detail geplant?

Die Budgetposten für die Öffentlichkeitsarbeit sind im Jahresvoranschlag einsehbar. Unter anderem finden sich dabei Budgetposten für Videoproduktion und Werbeeinschaltungen auf Social Media Kanälen.

7) Ist die Detailplanung bereits abgeschlossen?

Nein, siehe Frage 5.

8) Welche Posten beinhaltet das Budget für das komplette Projekt?

Das komplette Projekt als Überarbeitung der Öffentlichkeitsarbeit beinhaltet einerseits die im Angebot der Media Brothers enthaltenen Kosten, weiters die Posten Videos, Schulungen, SM-Bewerbungen, Social Media Tools, Layout und Grafik.