

 **Bundesministerium**  
Inneres

Herr  
Präsident des Nationalrates  
Mag. Wolfgang Sobotka  
Parlament  
1017 Wien

HERBERT KICKL  
HERRENGASSE 7  
1010 WIEN  
TEL +43-1 53126-901000  
FAX +43-1 53126-2191  
ministerbuero@bmi.gv.at

GZ: BMI-LR2220/0701-I/5/2018

Wien, am 21. Dezember 2018

Die Abgeordneten zum Nationalrat Sabine Schatz und GenossInnen, haben am 2. November 2018 unter der Zahl 2195/J an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „die Inserate im Wochenblick und die Neubesetzung der Redaktion der rechtsaußen-Postille“ gerichtet.

Diese Anfrage beantworte ich nach den mir vorliegenden Informationen wie folgt:

*Frage 1:*

*Ist in ihrem Vollziehungsbereich geplant - trotz der Umbildung der Redaktion und der Mitarbeit eines führenden Kaders der rechtsextremen Identitären - weiterhin Inserate im Wochenblick zu schalten?*

*a. Wenn ja, warum?*

Generell ist puncto Schaltungen auszuführen, dass die jeweilige Auswahl nach den Kriterien Reichweite, Auflagenstärke, Zielgruppe, Leserschaft und Preissegment erfolgt.

Die Kommunikationsstrategie sieht vor, eine möglichst große Zahl an Leserinnen und Lesern zu erreichen.

Schaltungen im Wochenblick kommen im Rahmen dieser Kommunikationsstrategie daher auch weiterhin in Betracht.

*Frage 2:*

*Seit wann ist in Ihrem Vollziehungsbereich bekannt, dass ein führender Kader der rechtsextremen Identitären in der Redaktion des Wochenblicks arbeitet?*

Das Thema ist seit Ende Oktober 2018 aufgrund der medialen Verbreitung bekannt.

*Frage 3:*

*In welchen Ausgaben der Zeitschrift Wochenblick wurde durch Organe bzw. ausgegliederte Einrichtungen in Ihrem Vollziehungsbereich seit 1. Juli 2018 inseriert?*

*a. Wie hoch waren die Kosten für das Inserat? (aufgeschlüsselt nach Titel des Inserates und Seite im Magazin, Kosten, Datum, Auflage.*

*b. Warum?*

Seit 1. Juli 2018 gab es keine Schaltungen in der Zeitschrift „Wochenblick“.

*Frage 4:*

*Sind Inserate oder andere Formen von Werbung in der Druckausgabe vom Wochenblick im Kalenderjahr für 2018 und 2019 geplant?*

*a. Wenn ja, warum?*

*b. Wenn ja, welche? (aufgeschlüsselt nach Titel des Inserates und Seite im Magazin, Kosten, Datum, Auflage.*

Die Kommunikationsstrategie sieht vor, eine möglichst große Zahl an Leserinnen und Lesern zu erreichen. Schaltungen im Wochenblick kommen im Rahmen dieser Kommunikationsstrategie daher auch weiterhin in Betracht.

*Frage 5:*

*Gab es durch Organe bzw. ausgegliederte Einrichtungen in Ihrem Vollziehungsbereich seit 1. Juli 2018 Inserate in der Online-Ausgabe vom Wochenblick?*

*a. Wenn ja: wie hoch waren die Kosten für diese? (aufgeschlüsselt nach Titel des Inserates und Seite im Magazin, Kosten, Datum, Auflage).*

*b. Wenn ja: warum?*

Auf „wochenblick.at“ gab es in der Zeit von 1. bis 12. Juli 2018 Schaltungen zum Thema „Polizeiaufnahmen“. Die Bruttokosten betragen € 2.392,00.

Laut dem unabhängigen Analyseportal „similar web“ erreicht „wochenblick.at“ pro Monat 420.000 Leser.

Generell ist puncto Schaltungen auszuführen, dass die jeweilige Auswahl nach den Kriterien Reichweite, Auflagenstärke, Zielgruppe, Leserschaft und Preissegment erfolgt.

Die Kommunikationsstrategie sieht vor, eine möglichst große Zahl an Leserinnen und Lesern zu erreichen.

*Frage 6:*

*Sind Inserate oder andere Formen von Werbung in der Online-Ausgabe vom Wochenblick im Kalenderjahr 2018 oder 2019 geplant?*

*a. Wenn ja, warum?*

*b. Wenn ja, in welcher Höhe und mit welchem Titel?*

Die Kommunikationsstrategie sieht vor, eine möglichst große Zahl an Leserinnen und Lesern zu erreichen. Schaltungen im Wochenblick kommen im Rahmen dieser Kommunikationsstrategie daher auch weiterhin in Betracht.

*Frage 7:*

*Welche Reichweite wurde mit dem Inserat/den Inseraten im "Wochenblick" erzielt?*

*a. Der "Wochenblick" unterzieht sich keiner unabhängigen Reichweitenkontrolle wie etwa der Media-Analyse oder der Österreichischen Auflagenkontrolle (ÖAK). Wie versichert sich das Ministerium, dass mit dem Inserat/den Inseraten im "Wochenblick" auch jene Reichweite erzielt wird, die von den Blattmachern ausgewiesen wird?*

Es gibt eine Reihe von Printprodukten, die sich nicht der Media-Analyse oder der ÖAK unterziehen. Das BMI vertritt die Ansicht, dass trotz dieses Umstands auch in solchen Medien inseriert werden kann, wie das auch andere Ministerien tun. Das BMI geht davon aus, dass die Angaben der Medien, die sie gegenüber einem Ministerium machen, korrekt sind.

*Frage 8:*

*Wer trägt die Letztverantwortung für die Inserate durch Organe bzw. ausgegliederte Einrichtungen in Ihrem Vollziehungsbereich in rechten Zeitschriften?*

Die Entscheidung obliegt den Kommunikationsverantwortlichen.

*Frage 9:*

*Gibt es einen Medienkooperationsvertrag mit dem Magazin "Wochenblick" durch Organe bzw. ausgegliederte Einrichtungen in Ihrem Vollziehungsbereich?*

*a. Wenn ja, wie sieht dieser aus?*

Wie für alle Kooperationen gab es für die bereits erfolgten Schaltungen jeweils einen schriftlich unterfertigten Auftrag zwischen dem Bundesministerium für Inneres und der Medien24 GmbH. Der Vertrag beinhaltet – wie bei allen Kooperationen – die Daten der Schaltungen sowie die Rechnungslegung und die Zahlungsbedingungen.

Medienkooperationsverträge im Sinne von Rahmenverträgen über Werbebudgets in bestimmter Höhe bzw. für bestimmte Zeiträume für noch nicht konkret festgelegte Werbeeinhalte werden vom BMI grundsätzlich nicht geschlossen.

Herbert Kickl



