

An den
Präsident des Nationalrates
Mag. Wolfgang Sobotka
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: BMVIT-9.000/0012-I/PR3/2019

20. März 2019

Sehr geehrter Herr Präsident!

Die Abgeordneten zum Nationalrat Schatz und GenossInnen haben am 14. Februar 2019 unter der **Nr. 2845/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend Inserate des Bundesministeriums für Verkehr, Innovation und Technologie in rechten Zeitschriften gerichtet.

Diese Anfrage beantworte ich wie folgt:

ALLGEMEIN

Zu den Fragen 1 und 11:

- Wie hoch waren die Gesamtausgaben des Bundesministeriums in Printmedien im Jahr 2018?
- In welchen Printmedien wurde 2018 vom Bundesministerium inseriert?
 - a. Wie hoch waren die Ausgaben für das jeweilige Medium? (Aufschlüsselung nach Kostenhöhe)

Die gewünschten Informationen entnehmen Sie bitte meiner Anfragebeantwortung zur schriftlichen parlamentarischen Anfrage Nr. 2527/J.

Zu Frage 2:

- Wie hoch waren die Ausgaben für Onlinewerbung des Bundesministeriums im Jahr 2018?

Medium	Thema	€ netto
APA Science	Forschungsthemen	36.000,00
Publik	Die moderne Verwaltung im Zeichen der Digitalisierung	765,00

Austria Business Woman	Forschungspraktika	1.000,00
Familienwelt	Forschungspraktika	1.000,00
Update online	Forschungspraktika	1.750,00
Styria Digital One-SDO	Lange Nacht der Forschung	2.657,52
ORF.at	Lange Nacht der Forschung	260,00
Monitor.at	Veranstaltungsankündigungen	3.399,00
Oe24.at	Pannestreifenfreigabe + Tempo 140	20.000,00
Wochenblick online	Infrastrukturmaßnahmen	4.413,00

Weiters verweise ich auf die Beantwortung der schriftlichen parlamentarischen Anfragen Nr. 2735/J und 2743/J.

Zu den Fragen 3 bis 8:

- *Wie hoch war das Gesamtbudget des Bundesministeriums für Öffentlichkeitsarbeit im Jahr 2018? (Aufschlüsselung nach Posten, Höhe)*
- *Wie hoch ist das Gesamtbudget des Bundesministeriums für Öffentlichkeitsarbeit im Jahr 2019? (Aufschlüsselung nach Posten, Höhe)*
- *Wie hoch war das Gesamtbudget des Bundesministeriums im Jahr 2018 für Inserate und andere Werbung in Printmedien und Online? (Aufschlüsselung nach Medien, Monat, Kosten, Art der Werbung, Titel/Thema der Werbung, Ausgabe des Magazins, Seitenangabe)*
- *Wie hoch ist das Gesamtbudget des Bundesministeriums im Jahr 2019 für Inserate und andere Werbung in Printmedien? (Aufschlüsselung nach Medien, Monat, Kosten, Art der Werbung, Titel/Thema der Werbung, Ausgabe des Magazins, Seitenangabe)*
- *Wie hoch war das Gesamtbudget des Bundesministeriums im Jahr 2018 für Inserate und andere Werbung in Onlinemedien? (Aufschlüsselung nach Medien, Monat, Kosten, Art der Werbung, Titel/Thema der Werbung)*
- *Wie hoch ist das Gesamtbudget des Bundesministeriums im Jahr 2019 für Inserate und andere Werbung in Onlinemedien? (Aufschlüsselung nach Medien, Monat, Kosten, Art der Werbung, Titel/Thema der Werbung)*

Für Ausgaben betreffend Öffentlichkeitsarbeit sind gem. der Kontenplanverordnung 201 idgF keine eigenen Konten vorgesehen, dementsprechend wurden in den Bundesvoranschlägen 2018/2019 hinsichtlich der Untergliederungen 34 und 43 entsprechende Ausgaben beim Konto 7270.000 gemeinsam mit allen anderen „Werkleistungen durch Dritte“ (sonstige Leistungen) veranschlagt und sind dort nur in Summe erfasst.

Beispielhaft wurde für Ausgaben in Zusammenhang mit Öffentlichkeitsarbeit betreffend die FTI-Themen (einschließlich Inserate und andere Werbung in Print- und Onlinemedien) des

BMVIT im Detailbudget 3410300 beim Konto 7270.000 „Werkleistungen durch Dritte“ vorge-sorgt.

Zu den Fragen 9 und 10:

- *Nach welchen (Qualitäts-)Kriterien werden Medien ausgesucht, in denen das Bundesmi-nisterium Inserate und andere Formen von Werbung schaltet?*
- *Wie und wonach wird entschieden, welches Inserat in welchen Medien geschaltet wird?*
 - a. *Wer trifft hier die Letztentscheidung?*

Generell ist es Ziel und Anliegen der Bundesregierung, den Informationspflichten und -notwendigkeiten in geeignetem, ausreichendem, sensiblem und effizientem Ausmaß nach-zukommen. Für die unter Verantwortung des BMVIT veranlassten entgeltlichen Veröffentli-chungen wird – abgestimmt auf den konkreten Inhalt der Veröffentlichung und die Größe und Art des intendierten Rezipientenkreises – vor allem auf die Reichweite eines Mediums Bedacht genommen. Daraus folgt aber nicht automatisch, dass ausschließlich Medien mit hoher Reichweite für Informationsinitiativen herangezogen werden, weil z.B. auch Alter, Bil-dung oder Ausbildungsstand der zu erreichenden Rezipienten von maßgeblicher Bedeutung sind. Die Frage, welche Medien angesichts des erwünschten Adressatenkreises für eine ent-geltliche Veröffentlichung prinzipiell in Frage kommen, richtet sich nämlich auch nach den strengen Kriterien des § 3a MedKF-TG. Welche Sachinformation dabei in welcher Weise und an welchen Adressatenkreis gerichtet wird, ist aber vom betreffenden Bundesministerium, in dessen Verantwortungsbereich die beworbene Information liegt, selbst zu beurteilen.

Die Verantwortlichkeit für die Auftragsvergabe und die Abwicklung von Informationsaktivitä-ten obliegt den nach der geltenden Geschäftseinteilung des BMVIT zuständigen Organisati-onseinheiten.

AD ALLES ROGER

Zu den Fragen 12 und 13:

- *Gab es seitens des Bundesministeriums Inserate oder andere Werbeformen im Magazin **alles roger**??*
 - a. *Wenn ja: wie hoch waren die Ausgaben des Bundesministeriums im Jahr 2018 für Inserate und andere Werbeformen an **alles roger**?? (aufgeschlüsselt nach Art der Werbung, Titel des Inserates, Kosten, Erscheinungstermin, Auflage)*
- *Sind Inserate im Jahr 2019 geplant?*
 - a. *Wenn ja: in welcher Höhe?*
 - b. *Wenn ja: warum?*

Seitens des BMVIT werden diejenigen Fachmedien ausgesucht, in denen sich die zu transpor-tierenden Informationen konkret an das Zielpublikum des jeweiligen Mediums richten; die jeweiligen Schaltungen bzw. Informationen erfolgen anlassbezogen.

- Im Jahr 2018 wurde ein Inserat zum Thema „Lass Drogen nicht ans Steuer“ im Rahmen der Verkehrssicherheitskampagne mit Kosten in der Höhe von € 4.000,00 (zzgl. USt) geschaltet.
- Im Jahr 2019 wurde ein Inserat zum Thema „Registrierung der Prepaid Cards“ mit Kosten in der Höhe von € 6.000,00 (zzgl. USt) geschaltet.

Zu den Fragen 14 und 15:

- *Gab es Inserate im Web-Auftritt von **alles roger?** seit 1. Dezember 2017 bis Dezember 2018?*
 - a. *Wenn ja, in welcher Höhe und mit welchem Titel?*
- *Sind Inserate oder andere Werbeformen im Web-Auftritt von **alles roger?** für das Kalenderjahr 2019 geplant?*
 - a. *Wenn ja, in welcher Höhe und mit welchem Titel?*

Nein.

Der Medienplan für 2019 ist noch nicht komplett ausgearbeitet, weshalb Frage 15 zum aktuellen Zeitpunkt nicht beantwortet werden kann.

AULA

Zu den Fragen 16 und 17:

- *Gab es seitens des Bundesministeriums seit 1. Dezember 2017 Inserate in der Zeitschrift **Die Aula?***
 - a. *Wenn ja: wie hoch waren diese? (ausgeschlüsselt nach Titel des Inserates, Kosten, Datum)*
 - b. *Wenn ja, warum?*
 - c. *Wenn nein, warum nicht?*
- *Gab es Inserate im Web- Auftritt der **Aula** seit 1. Dezember 2017?*
 - a. *Wenn ja, in welcher Höhe und mit welchem Titel?*

In der Zeitschrift „Aula“ wurde nicht inseriert, da keine Zielgruppenrelevanz besteht.

MITGLIEDERMAGAZINE VON BURSCHENSCHAFTEN

Zu den Fragen 18 und 19:

- *Gab es seitens des Bundesministeriums seit 1. Dezember 2017 Inserate und andere Formen von Werbung in div. Magazinen von Burschenschaften?*
 - a. *Wenn ja: wie hoch waren diese? (aufgeschlüsselt nach Name des Magazins, Burschenschaft, Titel des Inserates und Seite im Magazin, Kosten, Datum, Auflage)*
 - b. *Wenn ja: warum?*
- *Sind Inserate oder andere Formen von Werbung in div. Mitgliedermagazinen von Burschenschaften im Kalenderjahr 2019 geplant?*

- a. Wenn ja, warum?
- b. Wenn ja, in welcher Höhe und mit welchem Titel?

Nein.

INFO DIREKT

Zu den Fragen 20 bis 23:

- *Gab es seitens des Bundesministeriums seit 1. Dezember 2017 Inserate oder andere Formen von Werbung in der Druckausgabe von Info Direkt?*
 - a. *Wenn ja: wie hoch waren diese? (aufgeschlüsselt nach Titel des Inserates und Seite im Magazin, Kosten, Datum, Auflage)*
 - b. *Wenn ja: warum?*
- *Sind Inserate oder andere Formen von Werbung in der Druckausgabe von Info direkt im Kalenderjahr 2019 geplant?*
 - a. *Wenn ja, warum?*
- *Gab es seitens des Bundesministeriums seit 1. Dezember 2017 Inserate in der Online-Ausgabe von Info Direkt?*
 - a. *Wenn ja: wie hoch waren diese? (aufgeschlüsselt nach Titel des Inserates und Seite im Magazin, Kosten, Datum, Auflage)*
 - b. *Wenn ja: warum?*
- *Sind Inserate oder andere Formen von Werbung in der Online-Ausgabe von Info direkt im Kalenderjahr 2019 geplant?*
 - a. *Wenn ja, warum?*
 - b. *Wenn ja, in welcher Höhe und mit welchem Titel?*

Nein.

WOCHENBLICK

Zu den Fragen 24 bis 27:

- *Gab es seitens des Bundesministeriums seit 1. Dezember 2017 Inserate oder andere Formen von Werbung in der Druckausgabe vom Wochenblick?*
 - a. *Wenn ja: wie hoch waren diese? (aufgeschlüsselt nach Titel des Inserates und Seite im Magazin, Kosten, Datum, Auflage)*
 - b. *Wenn ja: warum?*
- *Sind Inserate oder andere Formen von Werbung in der Druckausgabe vom Wochenblick im Kalenderjahr 2019 geplant?*
 - a. *Wenn ja, warum?*
- *Gab es seitens des Bundesministeriums seit 1. Dezember 2017 Inserate in der Online-Ausgabe vom Wochenblick?*
 - a. *Wenn ja: wie hoch waren diese? (aufgeschlüsselt nach Titel des Inserates und Seite im Magazin, Kosten, Datum, Auflage)*
 - b. *Wenn ja: warum?*

- *Sind Inserate oder andere Formen von Werbung in der Online-Ausgabe vom Wochenblick im Kalenderjahr 2019 geplant?*
 - a. *Wenn ja, warum?*
 - b. *Wenn ja, in welcher Höhe und mit welchem Titel?*

Es erfolgte je eine Schaltung in Wochenblick Print bzw. Wochenblick online zum Thema „Infrastrukturmaßnahmen“ mit Kosten in der Höhe von € 12.310,00 (zzgl. USt) bzw. 4.413,00 (zzgl. USt).

Da in Wochenblick eine Zielgruppenrelevanz besteht, wurde in diesem Medium inseriert.

Der Medienplan für 2019 ist noch nicht komplett ausgearbeitet, weshalb Frage 27 zum aktuellen Zeitpunkt nicht beantwortet werden kann.

UNZENSURIERT.AT

Zu den Fragen 28 und 29:

- *Gab es seitens des Bundesministeriums seit 1. Dezember 2017 Inserate auf Unzensuriert.at?*
 - a. *Wenn ja: wie hoch waren diese? (aufgeschlüsselt nach Titel des Inserates, Kosten, Datum)*
 - b. *Wenn ja: warum?*

Nein

- *Sind Inserate oder andere Formen von Werbung unzensuriert.at direkt im Kalenderjahr 2019 geplant?*
 - a. *Wenn ja, warum?*
 - b. *Wenn ja, in welcher Höhe und mit welchem Titel?*

Der Medienplan für 2019 ist noch nicht komplett ausgearbeitet, weshalb Frage 29 zum aktuellen Zeitpunkt nicht beantwortet werden kann.

ZUR ZEIT

Zu den Fragen 30 bis 33:

- *Gab es seitens des Bundesministeriums seit 1. Dezember 2017 Inserate oder andere Formen von Werbung in der Druckausgabe von **Zur Zeit**?*
 - a. *Wenn ja: wie hoch waren diese? (aufgeschlüsselt nach Titel des Inserates und Seite im Magazin, Kosten, Datum, Auflage)*
 - b. *Wenn ja: warum?*
- *Sind Inserate oder andere Formen von Werbung in der Druckausgabe von **Zur Zeit** im Kalenderjahr 2019 geplant?*
 - a. *Wenn ja: warum?*

- *Gab es seitens des Bundesministeriums seit 1. Dezember 2017 Inserate in der Online-Ausgabe von **Zur Zeit**?*
 - a. *Wenn ja: wie hoch waren diese? (aufgeschlüsselt nach Titel des Inserates und Seite im Magazin, Kosten, Datum, Auflage)*
 - b. *Wenn ja: warum?*
- *Sind Inserate oder andere Formen von Werbung in der Online-Ausgabe von **Zur Zeit** im Kalenderjahr 2019 geplant?*
 - a. *Wenn ja, warum?*
 - b. *Wenn ja, in welcher Höhe und mit welchem Titel?*

Nein.

Der Medienplan für 2019 ist noch nicht komplett ausgearbeitet, weshalb Frage 33 zum aktuellen Zeitpunkt nicht beantwortet werden kann.

FREILICH

Zu Frage 34:

- *Sind seitens des Bundesministeriums Inserate oder anderen Werbeformen für 2019 im Magazin **Freilich** geplant?*
 - a. *Wenn ja: in welcher Höhe?*
 - b. *Wenn ja: warum?*
 - c. *Wenn ja: mit welchem Titel?*

Der Medienplan für 2019 ist noch nicht komplett ausgearbeitet, weshalb Frage 34 zum aktuellen Zeitpunkt nicht beantwortet werden kann.

Ing. Norbert Hofer

