

Dipl.-Kfm. Eduard Müller, MBA
Bundesminister für Finanzen

Johannesgasse 5, 1010 Wien

Herrn Präsidenten
des Nationalrates
Mag. Wolfgang Sobotka
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: BMF-310205/0075-GS/VB/2019

Wien, 24. Juni 2019

Sehr geehrter Herr Präsident!

Auf die an meinen Amtsvorgänger gerichtete schriftliche parlamentarische Anfrage Nr. 3385/J vom 24. April 2019 der Abgeordneten Philip Kucher, Kolleginnen und Kollegen beehre ich mich Folgendes mitzuteilen:

Zu 1.:

Das Bundesministerium für Finanzen (BMF) betreibt für das Ressort eine Facebook Seite: www.facebook.com/finanzministerium.

Das Fotoportal und Videoportal auf der Website des Bundesministeriums für Finanzen wird über FlickrR (http://bit.ly/BMF_FlickrR) bzw. YouTube (http://bit.ly/BMF_YouTube) zur Verfügung gestellt.

Zu 2.:

Die Betreuung der genannten Accounts wird aus dem laufenden Personal- und Sachaufwand bedeckt. Es ist die nach der Geschäftseinteilung zuständige Stelle des BMF, die Abteilung für Öffentlichkeitsarbeit, Kommunikation und Protokoll, damit betraut. Die Rechtsgrundlage für

die Informationstätigkeit findet sich im Teil 1 Abs. 10 der Anlage zu § 2 des Bundesministeriengesetzes sowie in Art. 17 B-VG.

Zu 3. bis 5. sowie 20.:

Auch 2018 erfolgten keine Schaltungen in Sozialen Medien. Es entstanden daher diesbezüglich auch keine Kosten. Das Bundesministerium für Finanzen hat keine Google Ads geschaltet, daher entstanden auch dahingehend keine Kosten.

Hinsichtlich der Einschaltungen in Online-Medien 2018 wird auf die Beantwortung der schriftlichen parlamentarischen Anfragen Nr. 2522/J vom 2. Jänner 2019 durch den Herrn Bundesminister für Finanzen verwiesen.

Im 1. Quartal 2019 erschienen folgende Schaltungen online:

Medium	Informationszweck	Euro/ brutto
kommunalnet.at	Strukturfonds-Gemeinden, Familienbonus Plus, Arbeitnehmerveranlagung, FinanzOnline	11.641,5
derstandard.at/karriere	Stellenausschreibung	780,00
karriere.at	Stellenausschreibung	816,00

Zu 6.:

Die budgetäre Bedeckung ist auf Basis des Bundesfinanzgesetzes 2019 gegeben, auf das wir hierzu verweisen dürfen.

Zu 7. bis 19.:

2018 erfolgten keine Schaltungen, damit auch keine Sponsored Posts oder Sponsored Stories, in Sozialen Medien oder Plattformen. Es entstanden daher diesbezüglich auch keine Kosten.

Zu 21. und 22.:

Die Finanzverwaltung ist stets bemüht, die Bürgerinnen und Bürger rechtzeitig über aktuelle Maßnahmen in Kenntnis zu setzen. Das BMF hat eine Informationsverpflichtung gegenüber der Öffentlichkeit, speziell gegenüber den Steuerzahlerinnen und Steuerzahlern. Durch gezielte Kommunikationsarbeit sollen Fragen der Bürgerinnen und Bürger schon im Vorfeld so gut als möglich beantwortet und damit ein erhöhtes Anfrageaufkommen bei den Finanzämtern und Info-Hotlines abgedeckt werden. Dabei werden wohl überlegt solche Medienoptionen gewählt, die das Maximum der Zielgruppen erreichen. Der Mehrwert einer breiten Medienstreuung besteht vor allem darin, das Bewusstsein der Bevölkerung für die jeweiligen steuer- und finanzpolitischen Maßnahmen zu stärken sowie nachhaltigen Optimismus zu wecken, um damit den Konsum anzukurbeln sowie weiteres Wirtschaftswachstum und Arbeitsplätze zu generieren. Das ist vor allem in Zeiten, in denen Studien zufolge der Konjunkturrückgang bereits überschritten wurde, essentiell.

Generell ist es Ziel und Anliegen der Bundesregierung, den Informationspflichten und -notwendigkeiten in geeignetem, ausreichendem, sensiblem und effizientem Ausmaß nachzukommen. Für die unter Verantwortung des Bundesministeriums für Finanzen veranlassten entgeltlichen Veröffentlichungen 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, Bildung oder Ausbildungsstand der zu erreichenden Rezipienten von maßgeblicher Bedeutung sind. Die Frage, welche Medien angesichts des erwünschten Adressatenkreises für eine entgeltliche 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.

Zu 23.:

Die Informationsarbeit des BMFs ist immer inhaltlicher Natur; sie ist ausschließlich thematisch, und nicht personenbezogen. Die gestellten Fragen sind für das Staatssekretariat daher nicht anders zu beantworten.

Der Bundesminister:
Dipl.-Kfm. Eduard Müller, MBA

Elektronisch gefertigt

