

Dr. Margarete Schramböck
Bundesministerin für Digitalisierung und
Wirtschaftsstandort

Präsident des Nationalrates
Mag. Wolfgang Sobotka
Parlament
1017 Wien

buero.schramboeck@bmdw.gv.at
Stubenring 1, 1010 Wien

Geschäftszahl: 2020-0.241.946

Ihr Zeichen: BKA - PDion (PDion)1525/J-NR/2020

In Beantwortung der schriftlichen parlamentarischen Anfrage Nr. 1525/J betreffend "Ausgaben des Ministeriums für Inserate während der Corona Krise", welche die Abgeordneten Henrike Brandstötter, Kolleginnen und Kollegen am 15. April 2020 an mich richteten, stelle ich einleitend fest, dass es sich bei den in der Beantwortung genannten Beträgen in allen Fällen um Kosten für Informationsarbeit handelt, wie sie in Teil 1, Z. 10 der Anlage zu § 2 Bundesministeriengesetz als Teil des Wirkungsbereichs der Bundesministerien genannt ist.

Antwort zu den Punkten 1, 3 und 6 der Anfrage:

Wie hoch waren die Gesamtausgaben des Ministeriums, bzw. der nachgeordneten Dienststellen für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit im Zeitraum zwischen 1. März und 15. April 2020 insgesamt?

- a. Wie hoch waren die Gesamtausgaben des Ministeriums, bzw. der nachgeordneten Dienststellen für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit im Zeitraum zwischen 1. März und 15. April 2020, die in direktem Zusammenhang mit der Informationsarbeit in Bezug auf die Corona-Krise stehen?*
- 1.** *Wie hoch waren die Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit (inkl. Ausgaben für Agenturen) in Print- und Onlinemedien sowie audiovisuellen Medien, die nach § 2 MedKF-TG meldepflichtig sind, im Zeitraum zwischen 1. März und 15. April 2020? Bitte um Aufschlüsselung nach Medium, Datum, Ort der Veröffentlichung.*
 - a. Wie hoch waren die Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit (inkl. Ausgaben für Agenturen) in Print- und Onlinemedien sowie audiovisuellen Medien, die nach § 2 MedKF-TG meldepflichtig sind, im Zeitraum*

zwischen 1. März und 15. April 2020, die in direktem Zusammenhang mit der Informationsarbeit in Bezug auf die Corona-Krise stehen? Bitte um Aufschlüsselung nach Medium, Datum, Ort der Veröffentlichung.

3. *Wie hoch waren die Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit (inkl. Ausgaben für Agenturen), die unter die Geringfügigkeits- oder Bagatellgrenze von 5.000 Euro für den angeführten Zeitraum fallen? Bitte um Aufschlüsselung nach Herausgeber, Medientyp, Medium, Datum, Ort der Veröffentlichung.*

a. *Wie hoch waren die Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit (inkl. Ausgaben für Agenturen), die unter die Geringfügigkeits- oder Bagatellgrenze von 5.000 Euro für den angeführten Zeitraum fallen, die in direktem Zusammenhang mit der Informationsarbeit in Bezug auf die Corona-Krise stehen? Bitte um Aufschlüsselung nach Herausgeber, Medientyp, Medium, Datum, Ort der Veröffentlichung.*

6. *Wie hoch waren die Gesamtkosten des Ministeriums für Sponsored Posts in Sozialen Medien im Zeitraum zwischen 1. März und 15. April 2020? Bitte um Aufschlüsselung nach Kanal.*

a. *Wie hoch waren die Gesamtkosten des Ministeriums für Sponsored Posts in Sozialen Medien im Zeitraum zwischen 1. März und 15. April 2020, die in direktem Zusammenhang mit der Informationsarbeit in Bezug auf die Corona-Krise stehen? Bitte um Aufschlüsselung nach Kanal.*

Die im Zeitraum 1. März bis 15. April 2020 getätigten, nach § 2 Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz (MedKF-TG) im Einzelnen meldepflichtigen Einschaltungen in Print- und Onlinemedien, die sämtlich der Information zu COVID-19 dienten, sowie die dafür entstandenen Kosten sind der nachstehenden Tabelle zu entnehmen:

Datum	Medium	Kosten in € inkl. Abgaben
24.3./27.3.	Der Standard	20.081,26
24.3./27.3.	Kurier	28.266,40
24.3./27.3./31.3.	Salzburger Nachrichten	30.625,99
24.3./28.3.	Oberösterreichische Nachrichten	24.265,14
24.3./29.3.	Die Presse	21.647,78
24.3./31.3.	Krone	55.687,22
24.3./31.3.	Oberösterreichisches Volksblatt	9.253,44
24.3./31.3./3.4.	HEUTE	51.844,14

Datum	Medium	Kosten in € inkl. Abgaben
26.3.	Vorarlberger Nachrichten	27.210,00
27.3.	Kleine Zeitung	12.960,83
27.3.	Kosmo	8.482,32
27.3.	ÖSTERREICH/oe24 - Kombi gesamt	12.914,58
27.3./31.3.	Tiroler Tageszeitung	23.963,62
31.3.	Niederösterreichische Nachrichten	11.839,10

Die im Zeitraum 1. März bis 15. April 2020 getätigten, im Einzelnen nicht nach § 2 MedKF-TG meldepflichtigen Einschaltungen in Print- und Onlinemedien, die der Information zu COVID-19 dienten, sowie die dafür entstandenen Kosten inkl. aller Abgaben sind der nachstehenden Tabelle zu entnehmen:

Datum	Herausgeber / Medieninhaber	Medium	Kosten in € Inkl. Abgaben
Printmedien			
25.3.	RMA Medien	Bezirksblätter Niederösterreich, Tirol, Salzburg, Burgenland, Meine Woche Steiermark, Bezirksrundschau Oberösterreich, BZ Wiener Bezirkszeitung, Meine Woche Kärnten, Regionalzeitungen Vorarlberg	25.026,59
27.3.	VGN Medien Holding	Trend Premium	5.558,50
27.3.	VGN Medien Holding	News	5.674,16
29.3.	RMA Medien	Der Grazer	2.916,86
9.4.	Der Wirtschaftsverlag	Die Wirtschaft	3.358,66
14.4.	Wirtschaftsnachrichten Zeitschriften Verlagsgesellschaft m.b.H.	Wirtschaftsnachrichten	5.716,62

Datum	Herausgeber / Medieninhaber	Medium	Kosten in € inkl. Abgaben
Onlinemedien			
27.-31.3.	Österreichischer Rundfunk	orf.at	2.061,82
27.-31.3.	Der Standard Verlag GmbH	derstandard.at	2.045,46
27.-31.3.	Krone Multimedia GesmbH & Co KG	krone.at	2.744,72
27.-31.3.	Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag	kurier.at	1.636,36
27.-31.3.	oe24 GmbH Abt. Digital	oe24.at	2.727,28
27.-31.3.	Goldbach Audience Austria	heute.at	2.731,75
27.-31.3.	styria digital one GmbH	diepresse.com	1.911,31
27.-31.3.	RMA Media Services GmbH	meinbezirk.at	1.364,14
27.-31.3.	Russmedia Digital GmbH austria.com	vol.at, vienna.at, tt.com, noen.at, bvz.at	1.363,64
27.-31.3.	Twist Zeitschriften Verlag GmbH	kosmo.at	1.093,26
27.-31.3.	Social Media Advertising	facebook.com	764,40
27.-31.3.	Social Media Advertising	Instagram	384,00
Anfang April	alpha_z Kommunikationsberatung GmbH	Roadmap2050.at	3.600,00

Darüber hinaus hat mein Ressort am 8. April 2020 ein Inserat in der vom Jüdischen Kulturverein David herausgegebenen Kulturzeitschrift "David" geschaltet, für das Kosten in Höhe von € 1.320,- inkl. Abgaben angefallen sind.

Für Sponsored Posts auf Facebook zur Information zu COVID-19 sind meinem Ressort im Zeitraum 1. März bis 15. April 2020 Kosten in Höhe von € 697,87 inkl. USt. entstanden.

An Agenturkosten sind im Zeitraum 1. März bis 15. April 2020 insgesamt € 104.999,29 inkl. USt. angefallen, davon € 99.329,29 inkl. USt. im Zusammenhang mit Informationen zu COVID-19.

Antwort zu den Punkten 2 und 4 der Anfrage:

2. *Wie hoch waren die Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit (inkl. Ausgaben für Agenturen), die in nicht-periodischen Druckwerken erschienen sind und somit nicht unter die Meldepflicht gemäß § 2 MedKF-TG fallen, im Zeitraum zwischen 1. März und 15. April 2020? Bitte um Aufschlüsselung nach Herausgeber, Medientyp, Medium, Datum, Ort der Veröffentlichung.*
 - a. *Wie hoch waren die Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit (inkl. Ausgaben für Agenturen), die in nicht-periodischen Druckwerken erschienen sind und somit nicht unter die Meldepflicht gemäß § 2 MedKF-TG fallen, im Zeitraum zwischen 1. März und 15. April 2020, die in direktem Zusammenhang mit der Informationsarbeit in Bezug auf die Corona-Krise stehen? Bitte um Aufschlüsselung nach Herausgeber, Medientyp, Medium, Datum, Ort der Veröffentlichung.*
4. *Wie hoch waren die Ausgaben des Ministeriums für Medienkooperationen und Sponsored Content im Zeitraum zwischen 1. März und 15. April 2020? Bitte um Aufschlüsselung nach Titel, Medium und Datum.*
 - a. *Wie hoch waren die Ausgaben des Ministeriums für Medienkooperationen und Sponsored Content im Zeitraum zwischen 1. März und 15. April 2020, die in direktem Zusammenhang mit der Informationsarbeit in Bezug auf die Corona-Krise stehen? Bitte um Aufschlüsselung nach Titel, Medium und Datum.*

Im Zeitraum 1. März bis 15. April 2020 sind keine derartigen Ausgaben angefallen.

Antwort zu den Punkten 5 und 5a der Anfrage:

5. *Beauftragt ihr Ministerium eine Agentur, die sich um die einzelnen Sujets bzw. die Formatanpassungen für die einzelnen Vorgaben der Medienpartner im Rahmen der "Schau auf dich, schau auf mich" Kampagne kümmert?*
 - a. *Wenn ja, welche und zu welchen Konditionen?*
 - i. *Gibt es eine Agenturprovision?*
 1. *Wenn ja, wie hoch ist diese und wer zahlt sie?*

Die Kampagne "Schau auf dich, schau auf mich" ist keine Kampagne des Bundesministeriums für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort.

Antwort zu Punkt 5b der Anfrage:

b. Wenn nein, wer macht die Formatanpassungen und wer beauftragt diese?

Für Formatanpassungen für die Informationsarbeit meines Ressorts zu COVID-19 wurden bei der ersten Welle der Schaltungen bis Anfang April 2020 Leistungen der Agentur Moodley Graz GmbH in Anspruch genommen, wofür Kosten in Höhe von € 24.000,- inkl. USt. entstanden sind.

Antwort zu Punkt 7 der Anfrage:

7. Hat das Ministerium im Zeitraum zwischen 1. März und 15. April 2020 sogenanntes "Influencer-Marketing," d.h. Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit über Blogs, YouTube-, Instagram-, Facebook-Kanäle o.ä. Dritter, das in direktem Zusammenhang mit der Informationsarbeit in Bezug auf die Corona-Krise steht, betrieben?

- a. Wenn ja, wie hoch waren die Ausgaben? Bitte um Aufschlüsselung nach Kosten, Anbieter und Datum.*
- b. Wenn ja, wurde dafür die Leistung von Agenturen in Anspruch genommen? Bitte um Aufschlüsselung nach Kosten, Agentur und Datum.*

Nein.

Antwort zu Punkt 8 der Anfrage:

8. Nach welchen Kriterien werden Print- und Onlinemedien, sowie audiovisuelle Medien, Blogs und Social Media für Inserate bzw. andere Werbung des Ministeriums während der Corona-Krise ausgewählt?

- a. Gibt es je nach Medientyp unterschiedliche Kriterien? Wenn ja, bitte um Aufschlüsselung der Kriterien nach Medientyp.*

Diese Auswahl erfolgt auf Basis einer Optimierung der Trefferquote für den intendierten Rezipientenkreis in Verbindung mit der Reichweite und Auflage der jeweiligen Medien unter Berücksichtigung der durch diese bespielten Kanäle; stets unter strikter Einhaltung der Kriterien des § 3a MedKF-TG.

Wien, am 15. Juni 2020

Dr. Margarete Schramböck

Elektronisch gefertigt

