

Rudolf Anschober
Bundesminister

Herrn
Mag. Wolfgang Sobotka
Präsident des Nationalrates
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2020-0.266.361

Wien, 15.6.2020

Sehr geehrter Herr Präsident!

Ich beantworte die an mich gerichtete schriftliche parlamentarische **Anfrage Nr. 1536/J der Abgeordneten Brandstötter, Kolleginnen und Kollegen betreffend Ausgaben des Ministeriums für Inserate während der Corona Krise** wie folgt:

- *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?*

Die Gesamtausgaben (inkl. USt) des Bundesministeriums für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit betragen für den Zeitraum 1. März bis 15. April 2020 insgesamt EUR 39.918,00. In den Werten sind alle Zahlungen, welche mit Öffentlichkeitsarbeit in Verbindung gebracht werden können und auf den dafür vorgesehenen VA-Konten verbucht wurden, enthalten, somit nicht nur Ausgaben für Inserate, sondern auch für Werbemittel, Internetauftritte

usw. In diesem Betrag ist auch das Sozialministeriumservice mit einem Betrag von EUR 9.041,27 enthalten.

a) Die in der Beantwortung der Frage 1 ausgezählten Inserate „Information Coronavirus“ stehen im direkten Zusammenhang mit Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit in Bezug auf die Corona-Krise.

Frage 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.

Medium	Thema	Nettobetrag in EUR/netto-netto	Erscheinungstermin
ORF 2*	Frauen mit Behinderungen (Vertrag: Sponsoring)	12 der 15 Programmhinweistruiler und die Doku inklusive Sponsorenhinweis im Abspann fanden im abgefragten Zeitraum statt. Herausgerechnet: EUR 12.000 (12 Trailer) + EUR 5.500 (Herstellungskosten Doku) + EUR 10.000 (Sponsorenhinweis Abspann Doku) = 27.500,00	12 Programmhinweistruiler: 01.03.2020 02.03.2020 03.03.2020 04.03.2020 05.03.2020 06.03.2020 07.03.2020 Doku: 08.03.2020

Medium	Thema	Nettobetrag in EUR/netto-netto	Erscheinungstermin
ORF 2*	Arbeitssuche von Menschen mit Behinderungen (Vertrag: Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit)	Kosten für 7 Beiträge/ Einblendungen im abgefragten Zeitraum 9.333,33	02.03.2020 07.03.2020 08.03.2020 11.03.2020 12.03.2020 13.03.2020 14.03.2020
Der Standard	Information Coronavirus	4.749,37	02.03.2020
Der Standard	Information Coronavirus	5.992,50	14.03.2020
Die Presse	Information Coronavirus	3.260,24	03.03.2020
Die Presse	Information Coronavirus	4.690,72	13.03.2020
HEUTE	Information Coronavirus	5.126,86	12.03.2020
KLEINE ZEITUNG	Information Coronavirus	9.487,32	13.03.2020
KURIER	Information Coronavirus	6.079,83	13.03.2020
NÖN/BVZ Superkombi	Information Coronavirus	12.059,25	03.03.2020
NÖN/BVZ Superkombi	Information Coronavirus	12.059,25	10.03.2020
Oberösterreichische Nachrichten	Information Coronavirus	2.280,99	02.03.2020
Oberösterreichische Nachrichten	Information Coronavirus	7.396,78	13.03.2020
Österreich / oe24 Kombi	Information Coronavirus	7.901,60	12.03.2020

Medium	Thema	Nettobetrag in EUR/netto-netto	Erscheinungstermin
Salzburger Nachrichten	Information Coronavirus	2.600,32	04.03.2020
Salzburger Nachrichten	Information Coronavirus	4.542,40	12.03.2020
tele	Information Coronavirus	10.612,25	19.03.2020
Tiroler Tageszeitung	Information Coronavirus	2.590,45	02.03.2020
Tiroler Tageszeitung	Information Coronavirus	7.472,92	13.03.2020
Vorarlberger Nachrichten	Information Coronavirus	5.374,29	02.03.2020
Vorarlberger Nachrichten	Information Coronavirus	9.771,34	13.03.2020
Wiener Bezirksblatt	Information Coronavirus	5.907,16	02.03.2020

* Es wird generell angemerkt, dass es sich bei diesen Geschäftsfällen um Verträge mit dem ORF handelt, die vor dem abgefragten Zeitraum abgeschlossen wurden. Diese Verträge beziehen sich auf diverse Themenbereiche rund um Behinderung (z.B. Sensibilisierung, Geschlechtergleichstellung, Beschäftigung usw.) und stehen in keinem Zusammenhang mit der aktuellen Coronakrise. Noch nicht erfolgte Ausstrahlungen sind mit dem Beginn der Coronakrise gestoppt worden und werden voraussichtlich je nach Fall und (passender) thematischer Gegebenheit nach der Krise fortgesetzt.

a) Die 20 ausgezählten Inserate „Information Coronavirus“ stehen im direkten Zusammenhang mit Informationsarbeit in Bezug auf die Corona-Krise.

Frage 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.

Es sind für diesen Zeitraum keine Ausgaben zu verzeichnen.

Frage 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.

Medium	Thema	Nettobetrag in EUR/netto-netto	Erscheinungstermine
Menschen	Kommentare des Behindertenanwalts	226,-	Anfang März 2020
ÖZIV - Inklusiv	Information über die Behindertenanwaltschaft	510,-	18.03.2020
TT Kompakt	Information Coronavirus	0,00	13.03.2020

Hinsichtlich der im abgefragten Zeitraum erfolgten Erscheinungen wird Folgendes festgehalten:

Im Zuge der Publikationstätigkeit wurde der „Pflegevorsorgebericht 2018“ ressortintern, das heißt ohne Kosten für externe Dienstleister im abgefragten Zeitraum gedruckt, gemäß Verteiler an Interessensgruppen versendet, im Broschürens-service und auf der Ressortwebsite zur Verfügung gestellt.

Es wird um Verständnis ersucht, dass die Darstellung der Kosten für im Haus gedruckte Publikationen einen exorbitanten Verwaltungsaufwand verursachen würde, daher werden diesbezüglich keine Kosten angeführt.

Im abgefragten Zeitraum sind seitens des **Sozialministeriumservice** erschienen:

Medium	Thema	Nettobetrag in EUR/netto-netto	Erscheinungstermine
Behinderte Menschen	NEBA-Leistungen	1.414,00	03.03.2020
FAZIT	NEBA-Leistungen	1.290,00	24.03.2020
Polizei Aktiv	NEBA-Leistungen	640,00	04.03.2020
Vorarlberger Nachrichten	Erfolgsstory	1.250,48	02.03.2020
Cool	NEBA für Jugendliche (BeST-Messe)	1.850,00	05.03.2020

Im abgefragten Zeitraum wurde seitens des Sozialministeriumservice bezahlt:

Von den angegebenen Ausgaben in Höhe von EUR 6.444,48 Netto wurden EUR 1.850,00 Netto (Cool Magazin) im gefragten Zeitraum zur Auszahlung gebracht.

Hinsichtlich **fit2work des Sozialministeriumservice**: Die Ausgaben, die unter die Geringfügigkeits- oder Bagatellgrenze von EUR 5.000 im Zeitraum 1. März bis 15. April 2020 fallen, betragen insgesamt EUR 22.048,43 Netto (EUR 26.751,12 Brutto). Es wird auf die beiliegende Excel-Liste des SMS verwiesen.

a) Das Inserat „Information Coronavirus“ steht im direkten Zusammenhang mit Informationsarbeit in Bezug auf die Corona-Krise.

Frage 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.

Es liegt eine Medienkooperation der Behindertenanwaltschaft mit Bizeps-Info für das gesamte Jahr 2020 vor (Kostenpunkt: EUR 324,00) – da es sich um eine laufende Zusammenarbeit handelt, kann der Zeitraum 1.3.-15.4. nicht gesondert abgegrenzt werden.

Hinsichtlich **fit2work** des Sozialministeriumservice wird angemerkt, dass unter Sponsored Content die Ausgaben für „True Native Ads“ bei Content Garden mit einem Betrag von EUR 3.367,19 Netto (EUR 4.091,14 Brutto) fallen. Es wird auf die beiliegende Excel-Liste des SMS verwiesen.

a) Es sind keine Ausgaben im direkten Zusammenhang mit Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit in Bezug auf die Coronakrise zu verzeichnen.

Frage 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?

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

Da die „Schau auf dich, schau auf mich“ Kampagne nicht durch das BMSGPK abgewickelt wurde bzw. wird, ist auch die Mediaagentur des BMSGPK nicht in die Abwicklung der Schaltungen eingebunden.

Frage 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.

Es sind in diesem Zeitraum keine Kosten entstanden.

Frage 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.

Frage 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.

Für die unter Verantwortung des BMSGPK veranlassten entgeltlichen Veröffentlichungen wird – abgestimmt auf den konkreten Inhalt der Veröffentlichung und die Größe und Art des intendierten Rezipientenkreises – vor allem auf die Reichweite sowie auf die Auflage eines Mediums Bedacht genommen. Daraus folgt, dass nicht ausschließlich Medien mit hoher genereller Reichweite für Informationsinitiativen herangezogen werden, sondern es für eine möglichst effektive und umfassende Informationsarbeit maßgeblich ist, die Rezipienten über die verschiedenen Zielgruppen – wie z.B. Altersgruppen – und dementsprechend über unterschiedliche Kanäle und Medien zu erreichen. Die Frage, welche Medien angesichts des erwünschten Adressatenkreises für eine entgeltliche Veröffentlichung prinzipiell in Frage kommen, richtet sich darüber hinaus 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.

Beilage

Mit freundlichen Grüßen

Rudolf Anschober

