



Bundesministerin für  
EU und Verfassung

[bundeskanzleramt.gv.at](https://www.bundeskanzleramt.gv.at)

**Mag. Karoline Edtstadler**  
Bundesministerin für EU und Verfassung

Herrn  
Mag. Wolfgang Sobotka  
Präsident des Nationalrats  
Parlament  
1017 Wien

Geschäftszahl: 2020-0.249.361

Wien, am 19. Juni 2020

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Mag. Drozda, Kolleginnen und Kollegen haben am 20. April 2020 unter der Nr. **1572/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Regierungsinformation zur Coronakrise“ gerichtet.

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

**Zu den Fragen 1 bis 26:**

- *Welche Mittel hat die Bundesregierung zur Information und Bewerbung der Maßnahmen zur Coronakrise insgesamt zur Verfügung gestellt?*
- *Wie schlüsseln sich die Kosten auf und welche konkreten Aufträge wurden an wen genau vergeben? (Bitte um Auflistung aller vergebenen Aufträge inkl. einer detaillierten Kostenaufstellung.)*
- *Welche Inserate wurden seit Beginn der Corona-Krise in welchen Medien - Print, Rundfunk, TV, Online - geschaltet? (Bitte einzeln aufschlüsseln.)*
- *Mit welchen Sujets wurde jeweils geworben?*
- *Gibt es Vorgaben für Rabattstaffeln bei der Vergabe von Kampagnenbuchungen bei Medien?*

- *Mit welchen und wie vielen Inseraten wurde konkret das Stopp-Corona-App des Roten Kreuzes beworben und wie hoch waren die Kosten dafür?*
- *Wer profitiert von der internationalen Vermarktung des Corona-Apps?*
- *Eine größtmögliche Reichweite wäre zu erzielen gewesen, wenn die Regierung mit allen großen Hilfsorganisationen kooperiert hätte. Die Kooperation mit dem Roten Kreuz ist zu begrüßen, wieso hat man sich jedoch für die Zusammenarbeit mit nur einer Organisation entschieden und nicht die Gründung einer gemeinsamen Plattform angeregt?*
- *Welche Ursache liegt dem Faktum zugrunde, dass zu Beginn der Informationskampagne einzig die Bundesregierung als AuftraggeberIn genannt wurde, man diese jedoch im weiteren Verlauf durch das Rote Kreuz als AuftraggeberIn ergänzte?*
  - a. *Zu welchem Zeitpunkt wurde die Nennung des Roten Kreuzes beschlossen?*
  - b. *Was waren hier die Überlegungen dahinter?*
  - c. *Liegt hierzu ein Fördervertrag mit dem Roten Kreuz vor und wie verläuft die Kostenteilung?*
  - d. *Wenn ja, was beinhaltet der Vertrag?*
  - e. *Wenn nein, auf welcher Grundlage läuft die Kooperation mit dem Roten Kreuz?*
- *Medienberichten zufolge hat das Rote Kreuz der Bundesregierung die Nutzungsrechte für die Kampagne überlassen. Wie war hier der konkrete Ablauf?*
  - a. *Wann ist das Rote Kreuz mit der Kampagne an die Bundesregierung herangetreten?*
  - b. *Was waren die Gründe, diesem Angebot näher zu treten?*
  - c. *Gibt es dazu einen Vertrag für die Überlassung der Rechte?*
  - d. *Wenn ja, was beinhaltet er?*
  - e. *Welche Kosten entstehen dadurch?*
- *Wie lief die konkrete Beauftragung der Kampagne? Wer hat wen wann womit beauftragt?*
  - a. *Wenn es stimmt, dass die Agenturen nicht direkt von der Bundesregierung, sondern vom Roten Kreuz beauftragt wurden, warum wurde dieser Umweg gewählt und die Auftragsvergabe nicht direkt vorgenommen?*
  - b. *Wurde durch diesen Umweg die Ausschreibungspflicht umgangen?*
- *Ist es richtig, dass die Informationskampagne zur Coronakrise und den dazu beschlossenen Maßnahmen von Philipp Maderthaner und seinem Campaigning Bureau, von Jung von Matt und der Troin Agency konzipiert wurde und durchgeführt wird?*
- *Was waren die Gründe, genau diese Agenturen zu beauftragen?*

- *Wie läuft die Abwicklung der Kampagne ab? Wer ist in welche Schritte involviert?*
- *Wie hoch waren die Kosten für die Konzeption der Kampagne?*
- *Welche Aufgaben hat Philip Maderthaler und seine Agentur übernommen?*
- *Welche Honorare sind für die Agentur bisher angefallen?*
- *Bei Online-Kampagnen stellt sich auch die Frage nach der Datennutzung: Welche Daten werden dem Campaigning Bureau von Seiten des Roten Kreuzes und der Regierung zur Verfügung gestellt?*
  - a. *Wie wird mit den Daten, die im Zuge der Werbekampagne generiert werden, umgegangen?*
  - b. *Welche Daten werden genau generiert?*
  - c. *Verbleiben die Daten beim Campaigning Bureau?*
  - d. *Wie kann sichergestellt werden, dass diese Daten nicht z.B. im nächsten Wahlkampf zum Einsatz kommen?*
- *Welche Aufgaben hat Jung von Matt übernommen?*
- *Welche Honorare sind für die Agentur bisher angefallen?*
- *Welche Aufgaben hat die Troin Agency übernommen?*
- *Welche Honorare sind für die Agentur bisher angefallen?*
- *Wer nimmt die Buchung der Inserate vor und welche Person entscheidet über die Verteilung der Inserate in unterschiedlichen Medien?*
- *In wie weit ist der Medienbeauftragte der Bundesregierung, Gerald Fleischmann, in die Kampagne und die Buchung von Inseraten involviert?*
- *Mit wem hatten Sie persönlich in Zusammenhang mit der Kampagne Kontakt?*
- *Gab es Treffen zwischen Ihnen und Philipp Maderthaler oder Vertreterinnen der anderen Agenturen in diesem Zusammenhang?*
  - a. *Wenn ja, wann fanden die Treffen mit wem konkret statt und was wurde dort besprochen?*

Ich darf auf die Beantwortung der parlamentarischen Anfrage Nr. 1571/J vom 20. April 2020 durch den Bundeskanzler verweisen.

Mag. Karoline Edtstadler



