

1778/AB
Bundesministerium vom 26.06.2020 zu 1785/J (XXVII. GP)
bmkoes.gv.at
Kunst, Kultur,
öffentlicher Dienst und Sport

Mag. Werner Kogler
Vizekanzler
Bundesminister für Kunst, Kultur,
öffentlichen Dienst und Sport

Herrn
Präsidenten des Nationalrates
Mag. Wolfgang Sobotka
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2020-0.277.489

Wien, am 25. Juni 2020

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Keck und GenossInnen haben am 28. April 2020 unter der Nr. **1785/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend den Vergleich der Ausgaben für Werbung und Öffentlichkeitsarbeit vor der Corona Krise und während der Corona Krise gerichtet.

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

Zu den Fragen 1 und 2:

- *Wie hoch waren die gesamten Ausgaben des Ministeriums für Werbung, Inserate, Öffentlichkeits- und Informationsarbeit im Zeitraum von*
 - a. *1.1.2020 bis zum 15.3.2020*
 - b. *16.3.2020 bis zum 25.4.2020?*
- *Wie hoch waren die Ausgaben des Ministeriums für Werbung, Inserate, Öffentlichkeits- und Informationsarbeit in diversen Printmedien (Tages-Wochenzeitungen, Magazinen etc.) im Zeitraum von*
 - a. *1.1.2020 bis zum 15.3.2020*
 - b. *16.3.2020 bis zum 25.4.2020?*

Bitte Aufgliederung nach den einzelnen Anbietern und Leistungsempfängern (Herausgeber).

Die Gesamtausgaben des Bundesministeriums für Kunst, Kultur, öffentlichen Dienst und Sport (einschließlich nachgeordneter Dienststellen) beliefen sich

- a. Im Zeitraum 1. Jänner bis 15. März 2020 auf € 3.965,92.
- b. Im Zeitraum 16. März bis 25. April 2020 auf € 89.124,58

Die im Zeitraum 1. Jänner bis 15. März 2020 entstandenen Kosten für Öffentlichkeits- und Informationsarbeit gliedern sich wie folgt auf:

Öffentlichkeits- und Informationsarbeit Bundesdenkmalamt – BDA (nachgeordnete Dienststelle):

Projekt	Auftragnehmer	Betrag in EUR (inkl. USt)
Druck Baukulturfolder kompakt, 2. Auflage	Print Alliance HAV Produktions GmbH	3.965,92

Die im Zeitraum 16. März bis 25. April 2020 angefallenen Kosten gliedern sich wie folgt auf:

Inseratenschaltungen Zentralstelle:

Medium	Medieninhaber	Betrag in EUR (inkl. USt)
DAVID	DAVID - Jüdischer Kulturverein	1.320,00
STANDARD	STANDARD Verlagsgesellschaft m.b.H.	15.750,00
Presse	„Die Presse“ Verlags-Gesellschaft m.b.H. & Co KG	7.728,87
Kurier	Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag Ges.m.b.H. & Co KG	7.772,89

Öffentlichkeits- und Informationsarbeit – BDA (nachgeordnete Dienststelle):

Projekt	Auftragnehmer	Betrag in EUR (inkl. USt)
Publikationsserie Landschaft Lesen	Verein Landluft	9.960,00
Verbreitung Baukulturelle Leitlinien des Bundes und Dritter Baukulturreport	Architekturstiftung Österreich	10.338,54

Unterstützung Beirat für Baukultur – 1. Quartal 2020	Plattform Baukulturpolitik	371,98
Tag des Denkmals 2020 - erste Teilrechnungen	KGP Events GmbH / Ideal Live Marketing GmbH	35.820,00
BDA-Workshop „Die Verantwortung Österreichs“	APA-OTS Originaltext-Service GmbH	62,30

Zu Frage 3:

- *Wie hoch waren die Ausgaben des Ministeriums für Werbung, Inserate, Öffentlichkeits- und Informationsarbeit in diversen online Medien (inkl. TV und Radio) im Zeitraum von*
 - a. *1.1.2020 bis zum 15.3.2020*
 - b. *16.3.2020 bis zum 25.4.2020*

Bitte Aufgliederung nach den einzelnen Anbietern und Leistungsempfängern (Medieninhaber).

- a. Im Zeitraum 1. Jänner bis 15. März 2020 fielen dafür keine Kosten an.
- b. Im Zeitraum 16. März bis 25. April 2020 betrugen die Kosten € 62,30.
(BDA-Workshop „Die Verantwortung Österreichs“, APA-OTS Originaltext-Service GmbH – der Betrag ist bereits in der Tabelle zu den Fragen 1 und 2 angeführt).

Zu den nachstehenden Fragen 4 und 5 wird angemerkt, dass diese im Anfragetext zweifach wortgleich angeführt sind.

Zu Frage 4:

- *Nach welchen Kriterien wurden die einzelnen Aufträge erteilt?*

Für die unter Verantwortung des Bundesministeriums für Kunst, Kultur, öffentlichen Dienst und Sport veranlassten entgeltlichen Informationsmaßnahmen wird – abgestimmt auf den konkreten Inhalt der Veröffentlichung und die Größe und Art der intendierten Zielgruppe – vor allem auf die Reichweite sowie auf die Auflage eines Mediums Bedacht genommen. Neben der Reichweite sind Alter, Bildung, Interessen etc. der zu erreichenden Rezipient/innen von maßgeblicher Bedeutung für eine möglichst effektive und umfassende Informationsarbeit. 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.

Zu Frage 5:

- *Wie hoch waren die Ausgaben die konkret im Zusammenhang mit der Corona Krise durch die Leistungen von Werbeagenturen entstanden sind?*

Es sind keine Ausgaben für Leistungen durch Werbeagenturen im Sinne der Fragestellung entstanden.

Mag. Werner Kogler

