

Anfrage

des Bundesrates David Stögmüller, Freundinnen und Freunde an den
Bundesminister für Landesverteidigung

betreffend **Inserate und Öffentlichkeitsarbeit des BM für Landesverteidigung**

BEGRÜNDUNG

Jede Bundesregierung muss sich auch an ihrem Umgang mit Steuergeldern für Öffentlichkeitsarbeit messen lassen. Öffentlichkeitsarbeit ist notwendig - allerdings braucht es klare Richtlinien, die Öffentlichkeitsarbeit von Propaganda, simpler Personen- oder Parteiwerbung oder Jubelbotschaften abgrenzen und unterscheidbar machen. Im Jahr 2017 hat die Bundesregierung für Werbung in Print, Fernsehen, Radio und Online knapp 28,4 Millionen Euro ausgegeben.

Die unterfertigenden Abgeordneten stellen daher folgende

ANFRAGE

1. Wie hoch ist der Gesamtbetrag (inkl. USt), der von Ihrem Ressort bzw. nachgelagerten Dienststellen im Jahr 2018 für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit (inkl. Ausgaben für Agenturen) ausgegeben wurde?
2. Wie hoch waren die Gesamtkosten für die am Nationalfeiertag 2018 veranstaltete Leistungsschau des Bundesheeres¹ in der Steiermark (Graz)²? (Inkl. Vor- und Nachbereitung und allfälliger Nebenkosten)
 - a. Listen Sie die einzelnen Kostenpunkte für die Leistungsschau inkl. Nebenkosten für Öffentlichkeitswerbung und Inserate an.
 - b. Wie hoch waren die Kosten für die Leistungsschau des Bundesheeres 2016 in Salzburg?
3. Welche Agenturen wurden 2017, 2018 und im 1. Quartal 2019 für die Öffentlichkeitsarbeit (inkl. Earned Media, Owned Media, Shared Media, usw.) des Bundesministeriums für Landesverteidigung, inkl. nachgelagerten Dienststellen beauftragt?
 - a. Wie hoch waren die Honorare für die in Frage 3 genannten Agenturen?
4. In welchen Medien (inkl. audiovisuelle Medien) wurden 2018 und im 1. Quartal 2019 von Ihrem Ressort bzw. nachgelagerten Dienststellen Inserate geschaltet? (Ausweisung detailliert mit USt, aufgegliedert nach Medium, Informationszweck, Informationsart und Kosten).
5. Wie hoch waren die Gesamtkosten aller medialen Einschaltungen im Jahr 2018 (inkl. USt)?
6. An welche Medien (inkl. audiovisuelle Medien) wurden 2018 in Ihrem Ressort und den nachgelagerten Dienststellen
 - a. Druckkostenbeiträge bzw.
 - b. Zahlungen für Medienkooperation geleistet (bitte die Beträge detailliert mit USt ausweisen)?

¹ https://www.bundesheer.at/download_archiv/pdfs/nft2018_graz.pdf

² https://www.kleinezeitung.at/steiermark/5517331/Leistungsschau-in-Graz_Bundesheer-bereitet-sich-auf-bis-zu-80000

7. Wie hoch waren die Ausgaben für Inserate, Medienschalungen, Druckkostenbeiträge und Medienkooperationen, die im Jahr 2018 und im 1. Quartal 2019 von Ihrem Ressort inkl. Nachgelagerte Dienststellen jeweils für
 - a. die NFZ „Neue Freie Zeitung“
 - b. FPÖ TV
 - c. das Portal von „Unzensuriert.at“
 - d. das Medium „Wochenblick“
 - e. das Magazin „Info-Direkt“
 - f. die Wochenzeitschrift „Zur Zeit“
 - g. für das Monatsmagazin „Alles Roger?“
8. Wie hoch waren die Ausgaben für Inserate, Medienschalungen, Druckkostenbeiträge und Medienkooperationen, die im Jahr 2018 und im 1. Quartal 2019 von Ihrem Ressort jeweils für folgende Medien bezahlt wurden (inkl. Ausgaben die laut Medientransparenzgesetz nicht meldepflichtig sind):
 1. Kleine Zeitung SteiermarkKronenzeitung – Ausgabe für die Steiermark (Steiererkrone)
 2. Die Digitale Tageszeitung
 3. Antenne Steiermark Kanal 3 – Unser steirisches Fernsehen (Regionalfernseh GmbH)
 4. Radio Soundportal
 5. Radio Grün-Wie?
 6. BUSINESS Monat (Die Steierin Verlags GmbH & Co KG)
 7. COOL – Jugendmagazin
 8. Der Anblick
 9. Der Grazer (Media 21GmbH)
 10. Monatsmagazin: „Die Gemeinde“
 11. Die Steierin Verlags GmbH & Co KG
 12. Fachzeitschrift: Landwirt
 13. Steiermarkmagazin KLIPP
 14. Grazetta (Grazetta GmbH)
 15. Spirit of Styria (Grazetta GmbH)
 16. Journal Graz (Journal Graz Pertzl KG)
 17. Woche Graz / Steiermark
 18. Weekendmagazin Steiermark (Weekendmagazin Steiermark GmbH)
 19. Wirtschaftsnachrichten
9. Haben Sie sonst noch in Zeitungen, Magazinen, Radio oder Digitale Medien, usw. Inserate oder Anzeigen geschaltet, die die Zielgruppe Steiermark hat?
 - i. Wenn ja, in welche und wie hoch waren die Kosten (inkl. USt) und geben Sie auch solche an, die nicht meldepflichtig lt. Medientransparenzgesetz sind.
10. Wie hoch waren die Ausgaben für Social Media 2018 und im 1. Quartal 2019 Gesamt (inkl. USt und Agenturkosten und eventuelle Zusatzkosten für die externe Beauftragung zur Erstellung des Contents)?
 - a. Unterteilt in Instagram, Facebook, Twitter, YouTube, Blogs, AdWords, und sonstige Online-Anzeigen (Aufgelistet nach Anbieter)
11. Wie hoch waren die Ausgaben für die Facebook Seite Mario Kunasek (@mkunasek) und den anderen FB-Seiten, die von Ihrem Ressort betreut werden?
12. Nennen Sie alle Zielgruppen für Facebook Werbung (auf der FB-Seite Mario Kunasek) inkl. Zielgruppendedetails inkl. das ausgegeben Budget für die Jahre 2018 und 1. Quartal 2019.

7. Wie hoch waren die Gesamtausgaben (inkl. USt) für Beilagen und Sondertitel oder Inserate darin, die laut Medientransparenzgesetz nicht meldepflichtig sind? (Für das Jahr 2018)

a. In welchen Medien erschienen die Druckbeilagen bzw. die Sondertitel? (Geben Sie für jede Beilage bzw. Sondertitel die Kostenbeiträge an)



L. Püschling



