

XXIII. GP.-NR

2590 /J

05. Dez. 2007

Anfrage

**der Abgeordneten Drⁱⁿ Sabine Oberhauser und GenossInnen
an die Bundesministerin für Gesundheit, Familie und Jugend**

**betreffend „detaillierte Aufschlüsselungen der Kampagnenkosten der
Kampagne KA'TSCHICKISTAN“**

Die Kampagne KA'TSCHICKISTAN wurde von BM Kdolsky am 03.09.2007 gestartet und am 18.10.2007 offiziell beendet. Dies ist eine Gesamlaufzeit von 46 Tagen. Laut Anfragebeantwortung (1512/AB) vom 16.11.2007 beziffert die Ministerin die Kosten dieser Kampagne mit 421.338,13 Euro.

Die Kampagne kostete also pro Tag mehr als 9.000 Euro!

Gesamt wurden um dieses Geld laut BMGFJ Angaben 1,7 Millionen Aufkleber produziert, eine nicht sehr aufwendig gestaltete Homepage erstellt und div. Inserate geschalten.

Die Informationen über diese Kampagne, die auf der Webseite des BMGFJ abrufbar sind, sind mehr als spärlich. Gibt man den Kampagnentitel als Suchbegriff ein, findet man gerade einmal zwei Texteinträge und ein paar Fotos mit der Bundesministerin.

Die beauftragten Agenturen erhielten für ihre Tätigkeiten rund 177.000 Euro, rund 146.000 Euro wurden für nicht näher definierte Inserate in Printmedien aufgewendet und rund 98.000 Euro für ebenfalls nicht näher definierte Werbeeinschaltungen in privaten Radio- und TV-Stationen.

Weshalb eine sehr einfache Kampagne mit einer kurzen Laufzeit solche Geldmengen verschlingt ist aufklärungsbedürftig.

Deshalb stellen die unterzeichneten Abgeordneten an die Bundesministerin für Gesundheit, Familie und Jugend nachstehende

Anfrage:

1. Wurde die Umsetzung der Kampagne KA'TSCHICKISTAN öffentlich ausgeschrieben?
 - a. Wenn ja, welche Firmen haben sich noch darum beworben?
 - b. Wenn nein, warum nicht?
2. Wurde die Konzeption, das Design und die Programmierung der Webseite der Kampagne KA'TSCHICKISTAN ausgeschrieben?
 - a. Wenn ja, welche Firmen haben sich noch darum beworben?

- b. Wenn nein, warum nicht?
3. Wurde für Druck der Aufkleber Kampagne KA'TSCHICKISTAN Vergleichsangebote eingeholt?
 - a. Wenn ja, welche Offerte langten ein (Firmen und Anbotssumme)
 - b. Wenn nein, warum nicht?
4. Welcher Betrag wurde für die Konzeption, das Design und die Programmierung der Webseite in Rechnung gestellt?
5. Welcher Betrag wurde für die Umsetzung der Kampagne in Rechnung gestellt?
6. Welcher Betrag wurde für den Druck der Kampagnen-Aufkleber in Rechnung gestellt?
7. Wie viele Aufkleber wurden produziert?
8. Welche Inserate in Printmedien wurden geschalten (Bitte das Inserat beigegeben)?
9. In welchen Printmedien und an welchen Tagen wurden Inserate geschaltet?
10. In welchen privaten Fernseh- und Radiostationen wurden an welchen Tagen und welcher Uhrzeit Werbeeinschaltungen getätigt?
11. Da unserer Beobachtung nach kaum Aufkleber auf Autos sichtbar waren und sind, gibt es eine Evaluierung über die Ergebnisqualität dieser Kampagne?

*Silvia Ohl
Wolfgang Künzle
A. Schöppau*

A. Bräuer