

## BUNDESKANZLERAMT ■ ÖSTERREICH

WERNER FAYMANN  
BUNDESKANZLER

An die  
Präsidentin des Nationalrats  
Mag<sup>a</sup> Barbara PRAMMER  
Parlament  
1017 Wien  
GZ: BKA-353.110/0200-I/4/2009

XXIV. GP.-NR  
3099 /AB  
24. Nov. 2009  
zu 3117 /J

Wien, am 24. November 2009

Sehr geehrte Frau Präsidentin!

Die Abgeordneten zum Nationalrat Dr. Strutz, Kolleginnen und Kollegen haben am 24. September 2009 unter der Nr. 3117/J an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend Inseratskosten im Wahlkampf gerichtet.

Diese Anfrage beantworte ich wie folgt:

Zu den Fragen 1 bis 3:

- Welche Informationsaktivitäten in Printmedien und audiovisuellen Medien wurden von Ihrem Ressort bzw. nachgelagerten Dienststellen in der Zeit zwischen 1. August 2009 und 27. September 2009, aufgegliedert nach Medium, Informationszweck, Informationsart, Kosten (inklusive Steuern und Abgaben), Rechtsgrundlage und ressortinternem Auftraggeber gesetzt?
- Mit welcher Begründung wurden gerade im Zeitraum zwischen 1. August 2009 und 27. September 2009 Informationsaktivitäten in Printmedien und audiovisuellen Medien getätigkt?
- Welche Druckkostenbeiträge hat Ihr Ressort bzw. nachgelagerte Dienststellen in der Zeit zwischen 1. August 2009 bis 27. September 2009, aufgegliedert nach Medium, Zweck, Art, Rechtsgrundlage; Kosten (inklusive Steuern und Abgaben und Ressortinterner Auftraggeber) gesetzt?

Im Zeitraum zwischen dem 1. August 2009 und dem 27. September 2009 wurden - zielgruppenspezifisch - in verschiedenen Medien Inhalte transportiert.

Im Bereich „E-Government – Digitale Kommunikation“ wurden folgende Medientiteln herangezogen: Medianet, Format, e-media, pfm-Magazin, World Summit Award Winners Book 2009, Report Plus, Heute, Die Presse, Österreich, Kurier.

Im Bereich „Informationsangebote des Bundeskanzleramtes“ (Bundespressedienst-Sujet, Bundeskanzleramt-Logo ) wurden die Medientiteln VORMagazin, Publikation über Rosa Jochmann, Heute, SchülerInnenkalender 2009/2010, Unsere Generation, Diplomkatalog der Meisterklasse MKD 2009, Weekend Magazin, Wirtschaftsnachrichten, Home & Business Fokus, Wiener Bezirkblatt, StudentInnenkalender 2009/10, Wien live, Werbemittel Flyer und Freecards, Die ganze Woche, Furche herangezogen.

Im Bereich „25 Punkte gegen die Krise – Soziale Gerechtigkeit“ wurden die Medientiteln Kleine Zeitung Steiermark u. Kärnten (Print und Online), Heute, Die Presse, Standard, Salzburger Nachrichten, Oberösterreichische Nachrichten, Tiroler Tageszeitung, Profil, TV-Media, News, Kleine Zeitung, Woman, Format, Kurier, Vorarlberger Nachrichten, Falter, Kronen Zeitung, Österreich herangezogen.

Grußbotschaften anlässlich des jüdischen Neujahrs in jüdischen Medien: Illustrierte Neue Welt, David Jüdische Kulturzeitschrift.

Der für den angefragten Zeitraum 1. August 2009 bis 27. September 2009 ausgegebene Gesamtbetrag für Informationsaktivitäten in Printmedien und Audiovisuellen Medien betrug 959.889,14,- Euro (inkl. 5% Werbeabgaben und 20% MWSt.).

Die Rechtsgrundlage für die Informationstätigkeit der Bundesregierung findet sich im Teil 1 Abs. 10 und im Teil 2A. der Anlage zu § 2 des Bundesministeriengesetzes, worin diese Tätigkeit als Angelegenheit des Bundeskanzleramtes angeführt ist, sowie in Art. 17 B-VG. Die Information der Bevölkerung über die Arbeit der Bundesregierung und die Tätigkeit des Bundeskanzleramtes erfolgt anlassbezogen.

Weder in meinem Ressort, noch in nachgelagerten Dienststellen wurden Druckkostenbeiträge genehmigt.

Zu Frage 4:

- Welche Mitarbeiter bzw. welche Dienststelle (bitte um separate namentliche Auflistung) waren innerhalb Ihres Ressorts im Zeitraum zwischen 1. August 2009 und 27. September 2009 für die Anordnung, Bestellung und Abwicklung von Informationsaktivitäten in Printmedien und audiovisuellen Medien, Druckkostenbeiträge und die Erstellung von allfälligen Inseratensujets, PR-Texten verantwortlich?

Die angesprochenen Angelegenheiten wurden von den zuständigen Fachabteilungen wahrgenommen. Die personelle Zuordnung der Bediensteten des Ressorts zu den jeweiligen Aufgabenbereichen ist in der Geschäftseinteilung des Bundeskanzleramtes ersichtlich.

Zu Frage 5:

- Wurden die unter Frage 1 und 2 genannten Aktivitäten Ihres Ressorts unter Berücksichtigung der Richtlinien des Bundesrechnungshofes (Reihe Bund 2005/13-1, S.31 und 2003/2 S.49 f) für Kampagnen der Bundesregierung ausgeführt? Wenn nein, warum nicht?

Die Empfehlungen des Rechnungshofes für Kampagnen der Bundesregierung wurden berücksichtigt.

Zu Frage 6:

- Bereits 2008 wurde das Budget über 5 Millionen für eine Regierungskampagne beschlossen. Welchen Inhalt sollte diese Kampagne haben?

Diese Regierungskampagne hatte die Erarbeitung eines Konzeptes zur Unterstützung der Informationstätigkeit der Bundesregierung zum Inhalt.

Zu den Fragen 7 und 8:

- In welchen Medien wurde mit einer Einschaltung den Helfern der Hochwasser-Hilfe gedankt? (Bitte um separate namentliche Auflistung)
- Wie viel Gesamtbudget wurde für Inserate bzw. Plakate betreffend Danksagung an die Hochwasser-Helfer aufgewendet? (Bitte um separate namentliche Kostenauflistung pro Medium)

Kronen Zeitung Gesamtausgabe	27.Juni	40.778,89
Kurier / Gesamt	27.Juni	16.408,96
Salzburger Nachrichten /Stammausgabe	27.Juni	19.328,40
Heute/Wien+NÖ+OÖ	29.Juni	21.136,43
Kleine Zeitung / Kombi	27.Juni	26.825,34
Standard	27.Juni	17.809,66

Oberösterreichische Nachrichten	27.Juni	11.893,00
Österreich / Gesamt	27.Juni	21.462,84
Tiroler Tageszeitung / Gesamt	27.Juni	32.468,44
Presse	27. u. 28.Juni	20.010,56
<b>GESAMTKOSTEN</b>		<b>228.122,52</b>

Mit freundlichen Grüßen

A handwritten signature in black ink, appearing to read "R. M. + J. -".