

REPUBLIC ■ ÖSTERREICH

WERNER FAYMANN
BUNDESKANZLERAn die
Präsidentin des Nationalrats
Mag^a Barbara PRAMMER
Parlament
1017 Wien

XXIV. GP.-NR

3358 IAB

17. Dez. 2009

zu 3282 IJ

GZ: BKA-353.110/0220-I/4/2009

Wien, am 17. Dezember 2009

Sehr geehrte Frau Präsidentin!

Die Abgeordneten zum Nationalrat Petzner, Kolleginnen und Kollegen haben am 16. Oktober 2009 unter der **Nr. 3282/IJ** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend Werbekosten der Bundesregierung gerichtet.

Diese Anfrage beantworte ich wie folgt:

Zu den Fragen 1 bis 4:

- *Wie viel Steuergeld hat das Bundeskanzleramt seit 1. 1. 2009 bis zum Einlangen dieser Anfrage in Werbung in Printmedien investiert? (Bitte um Kostenaufschlüsselung nach Monat und jeweiligem Printmedium)*
- *Wie viel Steuergeld hat das Bundeskanzleramt seit 1. 1. 2009 bis zum Einlangen dieser Anfrage in Werbung, TV, Internet und Hörfunk investiert? (Bitte um Kostenaufschlüsselung nach Monat und jeweiligem Medium)*
- *Wie viel Steuergeld hat das Bundeskanzleramt seit 1. 1. 2009 bis zum Einlangen dieser Anfrage insgesamt in Drucksorten (Broschüren, Werbematerialien, Briefsorten etc.) investiert?*
- *Welche Initiativen oder Kampagnen mit welchem Inhalt wurden seit 1. 1. 2009 bis zum Einlangen dieser Anfrage seitens Ihres Ressorts beworben?*

Für das erste Halbjahr 2009 verweise ich hinsichtlich der Inseratenschaltungen auf die Beantwortung der parlamentarische Anfrage Nr. 2861/J.

Für den Zeitraum 01.08.2009 bis 27.09.2009 verweise ich auf die Beantwortungen der parlamentarischen Anfragen Nr. 3117/J, 1701/J, 2807/J und 2674/J.

Ergänzend dazu werden nachstehend für das erste Halbjahr die abgeschlossenen Medienkooperationen und erschienenen redaktionellen Beiträge angeführt, welche nicht in der Beantwortung der parlamentarischen Anfragen Nr. 2861/J abgefragt wurden. Für den Zeitraum 01.07. bis 31.07.2009 sowie für den 28.09. bis zum Stichtag 16.10.2009 werden Inserate, redaktionelle Beiträge und Medienkooperationen bekannt gegeben:

Um das Thema „Konjunkturpaket – Soziales Österreich“ zielgruppenspezifisch zu transportieren, wurden folgende Medientiteln herangezogen: Die Presse, Österreich, Heute.

In folgenden jüdischen Medien wurden Grußbotschaften anlässlich des Pessach-Festes sowie zum Jubiläum „100 Jahre Tel Aviv“ geschaltet: DAVID Jüdische Kulturzeitschrift, Illustrierte Neue Welt.

Zur Bewerbung der Republiksausstellung wurden folgende Medien herangezogen: Medianet, Die Presse.

Die Servicestellen des Bundeskanzleramtes („Bundespressediens-Sujet“) wurden mittels folgender Medien der Öffentlichkeit bekannt gemacht: Der Standard, Ballesterer, Festivalbroschüre Kulturverein, Wiener Bezirksblatt, News, Öffentliche Sicherheit, Seniorenführer Steiermark, Wien live.

Um das Thema „Europäische Union – Europawahl“ zu transportieren, wurden folgende Medien berücksichtigt: sichtweisen - Hilfsgemeinschaft der Blinden und Sehschwachen Österreichs, FOKUS Home & Business, Vor-Magazin, Unsere Generation, SchülerInnen-Kalender, Heute, Stimme von und für Minderheiten.

Für die Themenbereiche „E-Government – Digitale Kommunikation“ wurden folgende Medientiteln herangezogen: Kurier, Media Guide, Kommunal, ebiz e-government award/Report Verlag, Die Presse, Kronen Zeitung/Live Magazin, e-media, Heute, Der Standard, Format, Österreich.

Darüber hinaus wurden in den folgenden Bereichen Ausgaben getätigt: Printstyle Guide für das Bundeskanzleramt - Broschüren/CDs, Druck von Broschüren über das Bundeskanzleramt, Blöcke mit dem Logo des Bundeskanzleramtes, Ankauf von Büchern und Musikzeitschriften anlässlich des Haydn-Jahres 2009 (deutsch/englisch), Grafik sowie Druck der Broschüre „Empfehlungen mit Genderbezug für Ethikkommissionen und klinische Studien“, Produktion und Druck von Banderolen anlässlich der Republiksausstellung 1918/2008.

Der ausgegebene Gesamtbetrag der oben angeführten Medienaktivitäten beläuft sich auf: 948.298, 36,- Euro.

Zu Frage 5:

- *Wie viel Steuergeld hat Bundeskanzleramt seit 1. 1. 2009 bis zum Einlangen dieser Anfrage insgesamt in Aufträge an Werbeagenturen, PR-Unternehmen und diverse Kommunikationsdienstleister investiert?*

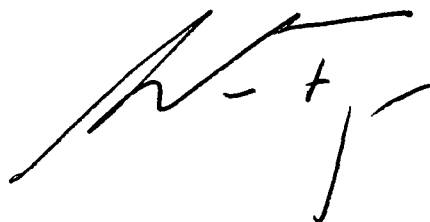
Seitens meines Ressorts wurden keine Aufträge an Werbeagenturen, PR-Unternehmen oder Kommunikationsdienstleister erteilt.

Zu Frage 6:

- *Wie viele Mitarbeiter sind derzeit im Bundeskanzleramt im Bereich Öffentlichkeitsarbeit beschäftigt und wie hoch sind in diesem Zusammenhang die Personalkosten im Durchschnitt pro Jahr?*

Eine Angabe der Personalkosten ist nicht möglich, da bei den meisten betroffenen Mitarbeitern Öffentlichkeitsarbeit nur ein Teil ihrer Aufgaben ist. Im Übrigen verweise ich auf die Geschäftseinteilung des Bundeskanzleramtes, die auf dessen Homepage vollständig wiedergegeben ist.

Mit freundlichen Grüßen

A handwritten signature in black ink, consisting of several fluid, connected strokes. The signature is positioned below the text 'Mit freundlichen Grüßen'.