

Präsident des Nationalrates
Mag. Wolfgang Sobotka
Parlament
1017 Wien

Wien, am 12. November 2018
Geschäftszahl (GZ): BMDW-10.101/0192-IM/a/2018

- In Beantwortung der schriftlichen parlamentarischen Anfrage Nr. 1662/J betreffend "Ausgaben des Ministeriums für Inserate und Veranstaltungen", welche die Abgeordneten Claudia Gamon, MSc, Kolleginnen und Kollegen am 12. September 2018 an mich richteten, stelle ich fest:

Antwort zu den Punkten 1 bis 5 und 7 der Anfrage:

1. *Wie hoch waren die Gesamtausgaben des Bundesministeriums, bzw. der nachgeordneten Dienststellen für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung, Informationsarbeit und Veranstaltungen (inkl. Ausgaben für Agenturen) in den ersten beiden Quartalen 2018 insgesamt?*
2. *Wie hoch waren die Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit (inkl. Ausgaben für Agenturen) in Print- und Onlinemedien sowie audiovisuellen Medien, die nach § 2 MedKF-TG meldepflichtig sind, in den ersten beiden Quartalen 2018? Bitte um Aufschlüsselung nach Medium, Datum, Ort der Veröffentlichung.*
3. *Wie hoch waren die Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit (inkl. Ausgaben für Agenturen), die in nicht-periodischen Druckwerken erschienen sind und somit nicht unter die Meldepflicht gemäß § 2 MedKF-TG fallen, in den ersten beiden Quartalen 2018? Bitte um Aufschlüsselung nach Herausgeber, Medientyp, Medium, Datum, Ort der Veröffentlichung.*
4. *Wie hoch waren die Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit (inkl. Ausgaben für Agenturen), die unter die Geringfügigkeits- oder Bagatellgrenze für das jeweilige Quartal von 5.000 Euro fallen, in den ersten beiden*

Quartalen 2018? Bitte um Aufschlüsselung nach Herausgeber, Medientyp, Medium, Datum, Ort der Veröffentlichung.

5. *Wie hoch waren die Ausgaben des Bundesministeriums für Medienkooperationen und Sponsored Content? Bitte um Aufschlüsselung nach Titel, Medium und Datum.*
7. *Wie hoch waren die Gesamtkosten des Bundesministeriums für Sponsored Posts in Sozialen Medien in den ersten beiden Quartalen 2018? Bitte um Aufschlüsselung nach Kanal.*

Dazu ist auf die Beantwortung der parlamentarischen Anfragen Nr. 686/J und 1319/J zu verweisen.

Antwort zu Punkt 6 der Anfrage:

6. *Wie hoch waren die Ausgaben des Bundesministeriums für Veranstaltungen in den ersten beiden Quartalen 2018? Bitte um Aufschlüsselung nach Veranstaltungsart, Ort und Datum.*

Veranstaltung	Kosten für das Ressort (inkl. USt.)
Überreichung von Ehrenzeichen und Berufstiteldekreten an Persönlichkeiten der Wirtschaft	€ 4.685,90
Überreichung von Ehrenzeichen, Dekreten und Glückwunschschreiben an Bedienstete des BMDW	€ 5.585,30
Standort-Event "Invest in Austria"	€ 101.282,89
Roundtable "Verantwortungsvolles Veranlagen"	€ 3.306,86
Diskussionsveranstaltung "Digitalisierung und Globale Verantwortung"	€ 6.509,25
Staatspreis Knewledge	€ 24.160,80

Antwort zu Punkt 8 der Anfrage:

8. *Hat das Bundesministerium in den ersten beiden Quartalen 2018 sogenanntes "Influencer-Marketing", d.h. Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit über Blogs, YouTube-, Instagram-, Facebook-Kanäle o.ä. Dritter, betrieben?*
 - a. *Wenn ja, wie hoch waren die Ausgaben? Bitte um Aufschlüsselung nach Kosten, Anbieter und Datum.*

- b. Wenn ja, wurde dafür die Leistung von Agenturen in Anspruch genommen?
Bitte um Aufschlüsselung nach Kosten, Agentur und Datum.
- c. Wenn nein, ist geplant, in Zukunft Öffentlichkeits- und Informationsarbeit und Werbung über sogenannte Influencer zu verbreiten?

Weder hat mein Ressort derartige Informationsarbeit betrieben, noch ist dies derzeit geplant.

Antwort zu Punkt 9 der Anfrage:

- 9. Nach welchen Kriterien werden Print- und Onlinemedien, sowie audiovisuelle Medien, Blogs und Social Media für Inserate bzw. andere Werbung des Bundesministeriums ausgewählt?
 - a. Gibt es je nach Medientyp unterschiedliche Kriterien? Wenn ja, bitte um Aufschlüsselung der Kriterien nach Medientyp.

Für die von meinem Ressort beauftragten entgeltlichen Veröffentlichungen wird – abgestimmt auf den konkreten Inhalt der Veröffentlichung und die Größe und Art des intendierten Rezipientenkreises – vor allem auf die Reichweite eines Mediums Bedacht genommen. Daraus folgt aber nicht automatisch, dass ausschließlich Medien mit hoher Reichweite für Informationsinitiativen herangezogen werden, weil etwa auch Alter, Bildung oder Ausbildungsstand der zu erreichenden Rezipientinnen und Rezipienten von maßgeblicher Bedeutung sind. Die Frage, welche Medien angesichts des erwünschten Adressatenkreises für eine entgeltliche Veröffentlichung prinzipiell in Frage kommen, richtet sich auch nach den Kriterien des § 3a MedKF-TG. Welche Sachinformation dabei in welcher Weise und an welchen Adressatenkreis gerichtet wird, ist aber vom Ressort, in dessen Verantwortungsbereich die beworbene Information liegt, selbst zu beurteilen.

Dr. Margarete Schramböck

