

An den
Präsident des Nationalrates
Mag. Wolfgang Sobotka
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: BMVIT-9.000/0001-I/PR3/2019

27. Februar 2019

Sehr geehrter Herr Präsident!

Die Abgeordneten zum Nationalrat Kucher, Genossinnen und Genossen haben am 2. Jänner 2019 unter der **Nr. 2527/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend Werbe- und PR-Ausgaben der Bundesregierung im Jahr 2018 gerichtet.

Diese Anfrage beantworte ich wie folgt:

Vorweg verweise ich auf die Beantwortungen der parlamentarischen Anfragen 685/J, 1315/J sowie 2132/J.

Zu Frage 1:

- *Wie hoch waren die Gesamtausgaben für Werbung, Öffentlichkeitsarbeit und Informationskampagnen Ihres Ressorts im Kalenderjahr 2018?*
 - a. *Wie hoch waren die Kosten jeweils für Werbung, für Öffentlichkeitsarbeit und für Informationskampagnen Ihres Ressorts?*

Für das 4. Quartal betrugen die Gesamtausgaben für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationskampagnen (inkl. Ausgaben für Beauftragungen von Agenturen sowie Druckkosten) € 678.468,49 (exkl. ges. Steuern). Darüber hinaus darf auf die Listen, welche laut Medienkooperations- und –förderungs-Transparenzgesetz an die RTR zu übermitteln sind, verwiesen werden.

Zu den Fragen 2 bis 5 und 7:

- *Welche Aufträge für Anzeigeschaltungen (inklusive digitaler (Werbe-) Ausgaben aller Art) seitens Ihres Ressorts wurden im Kalenderjahr 2018 in Auftrag gegeben (im Sinne der Datenaktualität wird um detaillierte Einzelaufschlüsselung nach Projekt, Name des Mediums, Medieninhaber, Zweck der Schaltung und Kosten sowohl der meldepflichtigen als auch der nicht meldepflichtigen Anzeigeschaltungen gebeten)?*

- a. Welche Schaltungen davon erfolgten in „periodischen Medien“ (bitte Einzelaufschlüsselung nach Projekt, Name des Mediums, Medieninhaber, Zweck der Schaltung und Kosten)?
 - b. Welche und wie viele Schaltungen davon erfolgten in nicht-periodischen Medien (bitte Einzelaufschlüsselung nach Projekt, Medium, Medieninhaber, Zweck der Schaltung und Kosten)?
 - c. Welche und wie viele Schaltungen davon erfolgten in audiovisuellen Medien (bitte Einzelaufschlüsselung nach Projekt, Medium, Medieninhaber, Zweck der Schaltung und Kosten)?
 - d. Welche und wie viele Schaltungen davon erfolgten im digitalen Raum (bitte Einzelaufschlüsselung nach Projekt, Ort, Zweck der Insertion/Schaltung und Kosten)?
- Welche Agenturen wurden seitens Ihres Ministeriums mit Aufträgen im Zusammenhang mit Öffentlichkeitsarbeit betraut?
- a. Gab es für diese Aufträge eine öffentliche Ausschreibung?
 - i. Wenn ja, in welcher Form?
 - ii. Wenn nein, weshalb nicht?
 - b. Welche Kosten waren damit im Kalenderjahr 2018 verbunden (bitte um separate Aufgliederung nach Agentur, jeweiliges „Projekt“ und Kosten)?
- Welche Printprodukte (Broschüren, Magazine, Schautafeln, Poster etc.) veröffentlichte Ihr Ressort im Kalenderjahr 2018 (bitte Einzelaufschlüsselung nach Projekt, Zweck der Publikation, Gesamtauflage, Distributionskanal und Kosten)?
- In wie vielen Medienkooperationen befand sich Ihr Ministerium im Kalenderjahr 2018 insgesamt (bitte Einzelaufschlüsselung nach Zeitraum, Projekt, Kooperationszweck, Medium, Medieninhaber, Kosten)?
- Wie hoch waren die Ausgaben für externe Beratungsleistungen wie Medientrainings, Coachings, PR- & Strategieberatung etc. im Kalenderjahr 2018 (Bitte Einzelaufschlüsselung nach beauftragtem Unternehmen, Kosten, Zweck und Umfang der Beratungsleistung)?

Werbeaufträge aus Medienkooperationen, welche aufgrund der Geringfügigkeitsgrenze im 4. Quartal d.J. nicht meldepflichtig waren, sowie Informationskampagnen, die in nicht periodischen Druckwerken erschienen und somit ebenfalls nicht meldepflichtig waren, sind der angeschlossenen Beilage zu entnehmen. Die Gesamtkosten hierfür betrugen € 113.343,53 netto.

Darüber hinaus erfolgte die entsprechende quartalsmäßige Meldung für mediale Einschaltungen des BMVIT gemäß Medienkooperations- und förderungs-Transparenzgesetz.

Im 4. Quartal 2018 wurden im BMVIT € 417.484,77 netto für die Beauftragung von Agenturen ausgegeben:

Outsell GmbH	Verkehrssicherheitskampagne „Lass Drogen nicht ans Steuer“	132.484,00
Cinecom & media Werbeagentur GmbH	Verkehrssicherheitskampagne „Lass Drogen nicht ans Steuer“	38.334,44
FCB Neuwien Werbeagentur GmbH	European Aviation Summit – Videoerstellung	8.000,00
Manufaktur für neue Medien GmbH	Verkehrssicherheitskampagne „Lass Drogen nicht ans Steuer“	238.666,33

Im 4. Quartal 2018 sind Druckkosten in der Höhe von € 104.785,00 netto angefallen.

Für die Abwicklung des Vergabeverfahrens zur Realisierung der Verkehrssicherheitskampagne „Keine Drogen am Steuer“, fielen Kosten in Höhe von € 42.855,19 netto an.

Zu Frage 6:

- Welche weiteren Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeit sind bereits in Umsetzung bzw. für das Jahr 2019 geplant (bitte Einzelaufschlüsselung nach Projekt, Zweck, Kostenschätzung, Medien)?

Die diesbezüglichen Planungen sind noch nicht abgeschlossen.

Ing. Norbert Hofer

Beilage

