



Herr  
Präsident des Nationalrates  
Parlament  
1010 Wien

Geschäftszahl: BMASGK-10001/0089-I/A/4/2019

Wien, 11.4.2019

Sehr geehrter Herr Präsident!

Ich beantworte die an mich gerichtete schriftliche parlamentarische **Anfrage Nr. 2846/J der Abgeordneten Schatz, Genossinnen und Genossen**, wie folgt:

**Fragen 1, 5, 7 und 11:**

Es wird auf die Beantwortung der Anfrage Nr. 2528/J betreffend Werbe- und PR-Ausgaben verwiesen.

**Frage 2:**

Es wird auf die Beantwortung der Anfragen Nr. 2528/J (klassische Onlinewerbung betreffend) bzw. 2183/J und 2723/J (Bereich Social Media) verwiesen.

Ergänzend dazu sind die Ausgaben für Online-Werbung für die Ausbildung bis 18 zu nennen. Diese betragen im Jahr 2018 EUR 18.335,19 (EUR 22.002,23 inkl. USt).

**Frage 3:**

Für das Jahr 2018 wurden für die Öffentlichkeitsarbeit für das Bundesministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit und Konsumentenschutz EUR 1.247.000,- budgetiert. Im Bereich der UG 20 wurden im Bereich der Arbeitsinspektion bei Konten mit der Spezifikation

„Öffentlichkeitsarbeit“ EUR 5.000,00 und im Bereich der UG 21 bei mehreren in Frage kommenden Detailbudgets bei Konten mit der Spezifikation „Öffentlichkeitsarbeit“ EUR 1.242.000,00 budgetiert.

Das Gesamtbudget für Öffentlichkeitsarbeit des Europäischen Sozialfonds ist jährlich fixiert und liegt bei EUR 200.000,- pro Jahr (davon 50 Prozent ESF-finanziert).

Im Bereich des Sozialministeriumservice betrug das Gesamtbudget für Öffentlichkeitsarbeit im Jahr 2018 EUR 350.000,- aus Mitteln des Ausgleichstaxfonds (ATF).

Im Bereich **fit2work** standen 2018 zusätzlich EUR 1.200.000,- für Öffentlichkeitsarbeit zur Verfügung. Diese wurden mit einem Betrag von EUR 733.200,- aus Mitteln der Gebarung Arbeitsmarktpolitik und mit einem Betrag von EUR 60.000,- vom Sozialministeriumservice aus Mitteln des ATF finanziert. Dabei wird das Programm fit2work anteilig aus Mitteln der Gebarung Arbeitsmarkt (GAMP, 2018: 61,1%), aus Mitteln der Sozialversicherung (SV, 2018: 33,9%) und aus Mitteln des Sozialministeriumservice (SMS, 2018: 5,0%) finanziert. Der Finanzierungsanteil ist gesetzlich im Arbeit-und-Gesundheitsgesetz (AGG) festgelegt.

#### **Frage 4:**

Für das Jahr 2019 sind für die Öffentlichkeitsarbeit für das Bundesministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit und Konsumentenschutz EUR 1.205.000,- budgetiert. Im Bereich der UG 20 wurden im Bereich der Arbeitsinspektion bei Konten mit der Spezifikation „Öffentlichkeitsarbeit“ EUR 5.000,00 und im Bereich der UG 21 bei mehreren in Frage kommenden Detailbudgets bei Konten mit der Spezifikation „Öffentlichkeitsarbeit“ EUR 1.200.000,00 budgetiert.

Das Gesamtbudget für Öffentlichkeitsarbeit des Europäischen Sozialfonds ist jährlich fixiert und liegt bei EUR 200.000,- pro Jahr (davon 50 Prozent ESF-finanziert).

Im Bereich des Sozialministeriumservice beträgt das Gesamtbudget für Öffentlichkeitsarbeit im Jahr 2019 bis zu EUR 400.000,- aus Mitteln des Ausgleichstaxfonds (ATF).

Im Bereich **fit2work** stehen 2019 zusätzlich EUR 1.200.000,- für Öffentlichkeitsarbeit zur Verfügung. Diese werden mit einem Betrag von EUR 733.200,- aus Mitteln der Gebarung Arbeitsmarktpolitik und mit einem Betrag von EUR 60.000,- vom Sozialministeriumservice aus Mitteln des ATF finanziert. Dabei wird das Programm fit2work anteilig aus Mitteln der Gebarung Arbeitsmarkt (GAMP, 2019: 61,1%), aus Mitteln der Sozialversicherung (SV, 2019:

33,9%) und aus Mitteln des Sozialministeriumservice (SMS, 2019: 5,0%) finanziert. Der Finanzierungsanteil ist gesetzlich im Arbeit-und-Gesundheitsgesetz (AGG) festgelegt.

#### **Fragen 6 und 8:**

Die konkreten Planungen für 2019 sind noch nicht abgeschlossen.

#### **Frage 9:**

Generell ist es Ziel und Anliegen der Bundesregierung, den Informationspflichten und -notwendigkeiten in geeignetem, ausreichendem, sensiblem und effizientem Ausmaß nachzukommen. Für die unter Verantwortung des BMASGK veranlassten 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 z.B. auch Alter, Bildung oder Ausbildungsstand der zu erreichenden Rezipienten von maßgeblicher Bedeutung sind. Die Frage, welche Medien angesichts des erwünschten Adressatenkreises für eine entgeltliche Veröffentlichung prinzipiell in Frage kommen, richtet sich nämlich auch nach den strengen Kriterien des § 3a MedKF-TG. Welche Sachinformation dabei in welcher Weise und an welchen Adressatenkreis gerichtet wird, ist aber vom betreffenden Bundesministerium, in dessen Verantwortungsbereich die beworbene Information liegt, selbst zu beurteilen.

#### **Frage 10:**

Die Verantwortung liegt bei der jeweils fachlich zuständigen Organisationseinheit in Abstimmung mit der Abteilung Kommunikation und Service nach Rücksprache oder in direktem Auftrag des Pressesprechers auf Basis der von der Mediaagentur des BMASGK erarbeiteten Streupläne, welche nach Zielgruppenadäquanz erarbeitet werden.

#### **Fragen 12 bis 34:**

Es wurden weder Inserate noch andere Werbeformen in den genannten Medien im Jahr 2018 geschaltet noch sind sie für das Jahr 2019 vorgesehen.

#### 2 Beilagen

Mit besten Grüßen

Mag.<sup>a</sup> Beate Hartinger-Klein

