

Mag. Elisabeth Udolf-Strobl
Bundesministerin für Digitalisierung und
Wirtschaftsstandort

Präsident des Nationalrates
Mag. Wolfgang Sobotka
Parlament
1017 Wien

elisabeth.udolf-strobl@oesterreich.gv.at
Stubenring 1, 1010 Wien

Geschäftszahl: BMDW-10.101/0110-Präs/4a/2019

Ihr Zeichen: BKA - PDion (PDion)3511/J-NR/2019

In Beantwortung der schriftlichen parlamentarischen Anfrage Nr. 3511/J betreffend "Printwerbung für die Onlineanwendung "Digitales Amt""", welche die Abgeordneten Mag. Gerald Loacker, Kolleginnen und Kollegen am 9. Mai 2019 an meine Amtsvorgängerin richteten, stelle ich fest:

Antwort zu den Punkten 1 bis 4 der Anfrage:

1. *Wie hoch ist das Werbebudget für die Anwendung "Digitales Amt" im Jahr 2019?*
2. *Wie viel davon entfällt auf Zahlungen an die Agentur PKP BBDO?
a. Mit welchem Verfahren und nach welchen Kriterien wurde diese Agentur ausgewählt?*
3. *Wie viel davon entfällt auf Werbung in Onlinemedien?*
4. *Wie viel davon entfällt auf Werbung in Printmedien?
a. Wie viel davon entfällt auf Inserate in Tageszeitungen?*

Im Rahmen der Informationskampagne zum "Digitalen Amt" sind für die Erstellung eines Grundkonzeptes, Beratung und Handling, Produktionskosten und Copyrights durch die Agentur PKP BBDO Kosten in Höhe von € 112.200 inkl. USt. und für die Erstellung eines Erklärvideos inklusive der Produktionskosten € 31.057,96 inkl. USt. angefallen.

Zur Vorlage eines Konzeptes zur Kreation von Informationsmaterial und von Entwürfen für Sujets wurden mehrere Agenturen eingeladen. Der Einladung leisteten zwei Agenturen Folge. Die Agentur PKP BBDO Werbeagentur GmbH wurde als Bestbieterin eruiert. Kriterien waren dabei das Verständnis für das Thema sowie die Kreativität und zielgruppenspezifische Umsetzung der Kreativleistungen.

Im Rahmen der gesamten Informationskampagne sind für Informationen in Onlinemedien Kosten in Höhe von € 489.671, für Informationen in Tageszeitungen Kosten in Höhe von € 755.084,07 und für Informationen in sonstigen Printmedien Kosten in Höhe von € 339.239,71, jeweils inklusive sämtlicher Abgaben, angefallen.

Antwort zu Punkt 5 der Anfrage:

5. *Nach welchen Kriterien wurde die Aufteilung des Werbebudgets vorgenommen?*

Die Verteilung erfolgte nach den Gesichtspunkten der Zielgruppen, der Reichweite und der Relevanz für das Thema.

Antwort zu Punkt 6 der Anfrage:

6. *Wurde eine Auswertung erstellt, wie sich die Printinserate auf die Zugriffszahlen ausgewirkt haben?*
 - a. *Wenn ja, in welcher Form und Logik wurde diese Auswertung erstellt?*
 - b. *Wenn ja, mit welchen Ergebnissen?*

Die Zugriffszahlen auf die Website sowie die Anzahl der Downloads in den Webstores werden zwar regelmäßig erfasst, Rückschlüsse auf einzelne Inserate sind jedoch nicht möglich.

Wien, am 9. Juli 2019

Mag. Elisabeth Udolf-Strobl

Elektronisch gefertigt

