

12850/AB
vom 02.02.2023 zu 13185/J (XXVII. GP)
bmi.gv.at

 Bundesministerium
Innenes

Mag. Gerhard Karner
Bundesminister

Herrn
Präsidenten des Nationalrates
Mag. Wolfgang Sobotka
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2023-0.003.865

Wien, am 30. Jänner 2023

Sehr geehrter Herr Präsident!

Die Abgeordneten zum Nationalrat Henrike Brandstötter, Dr. Stephanie Krisper, Kolleginnen und Kollegen haben am 2. Dezember 2022 unter der Nr. **13185/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Folgeanfrage Gegenmarketing des Innenministers“ gerichtet.

Diese Anfrage beantworte ich nach den mir vorliegenden Informationen wie folgt:

Zu den Fragen 1 bis 5:

- *Wie lauten die Kampagnenziele?*
- *Welche messbaren Ziele werden mit den oben angesprochenen Inseraten verfolgt?*
- *Wer verantwortet die Sujets für die Inserate?*
- *Wer verantwortet die Mediaplanung?*
- *Wer verantwortet die Entscheidung zur Inseratenschaltung innerhalb des Ministeriums?*

Es wird auf die Beantwortung der parlamentarischen Anfrage 12087/J vom 5. September 2022 (11803/AB XXVII. GP) verwiesen.

Bei der in der gegenständlichen Anfrage angeführten Kampagne handelt es sich um die bereits 2020 lancierte Kampagne „Myths about Migration“. Für die im August 2022

öffentlichkeitswirksam präsentierten Sujets und Botschaften hinsichtlich der Verhinderung illegaler Migration wurden die bestehenden Plattformen (Website, Facebook-Seite) verwendet. Die Auswahl der Botschaften und Sujets sowie der Zielländer wurde auf aktuelle Gegebenheiten adaptiert. Aufgrund dieser Tatsache sowie des Umstandes, dass seit 31. Mai 2022 die Firma MediaCom – die Kommunikationsagentur GmbH die Kampagne operativ umsetzt, ist die Kampagne in zwei Projektphasen zu unterteilen: Projektphase I von November 2020 bis Mai 2022 sowie die aktuell laufende Projektphase II seit 31. Mai 2022 (gemäß Laufzeit des aktuellen Rahmenvertrages bis Dezember 2023).

Zu den Fragen 6 und 9:

- *Waren oder sind weitere externe Dienstleister_innen betraut oder eingebunden?*
 - a. *Wenn ja, welche und wer hat diese wann beauftragt?*
 - b. *Wie hoch waren oder sind die jeweiligen Budgets und die aus den Aufträgen bis dato resultierenden Rechnungen?*
- *Um wieviel wurde seit Kampagnenstart bis zur Beantwortung der Anfrage auf Plattformen und in Suchmaschinen (FB, Tik Tok, Google, Twitter etc) geworben?*
 - a. *Wie hoch waren die Ausgaben für die einzelnen Plattformen in diesem Zeitraum?*

Es wird auf die Beantwortung der parlamentarischen Anfrage 12087/J vom 5. September 2022 (11803/AB XXVII. GP) verwiesen.

Die Beauftragung erfolgte durch das Bundesministerium für Inneres. Sämtliche Vergaben des Ressorts erfolgten unter Einhaltung der entsprechenden Bestimmungen des Bundesvergabegesetzes 2018 oder es handelt sich um Abrufe aus bestehenden Rahmenvereinbarungen der Bundesbeschaffungs GmbH. Die Vergaben erfolgten unter Zugrundelegung der allgemeinen Vertragsbedingungen des Bundesministeriums für Inneres und der entsprechenden Verfahrensbestimmungen gemäß Bundesvergabegesetz 2018, ergänzt um die Leistungsbeschreibung.

Die Gesamtkosten der Kampagne „Myths about Migration“ in der Höhe von 38.351,70 Euro gliedern sich für die Laufzeit der zweiten Projektphase (31. Mai 2022 bis zum Stichtag der Anfrage) wie folgt:

Agenturkosten (operative Umsetzung der Kampagne)	24.000,00 Euro
Medienbudget (Ausgaben für Werbeschaltungen in Sozialen Medien und Google Ads)	8.387,70 Euro
Medienbudget (Ausgaben für Werbeschaltungen für Werbebanner auf marokkanischer News-Website „Hespress“)	4.824,00 Euro
Ankauf Bildmaterial	1.140,00 Euro

Die Gesamtkosten für das Medienbudget (umfasst Ausgaben für Schaltungen in sozialen Medien und Suchmaschinen) in der Höhe von 8.387,70 Euro gliedern sich für die Laufzeit der zweiten Projektphase der Kampagne (31. Mai 2022 bis zum Stichtag der Anfrage) wie folgt auf:

Kosten Meta (Facebook und Instagram)	6.608,46 Euro
Kosten Google Ads	1.779,24 Euro

Zu den Fragen 7 und 8:

- *Welche Monitoring-, Evaluierungs- und Reportingmaßnahmen wird es geben, um zu überprüfen, ob die die Kampagnenziele erreicht wurden?*
- *Gibt es best practice-Beispiele aus anderen Ländern auf die Sie sich beziehen?*
 - a. *Wenn ja, auf welche?*

Es wird auf die Beantwortung der parlamentarischen Anfrage 12087/J vom 5. September 2022 (11803/AB XXVII. GP) verwiesen.

Gerhard Karner

