

Dr. Magnus Brunner, LL.M.
Bundesminister für Finanzen

Johannesgasse 5, 1010 Wien

Herrn Präsidenten
des Nationalrates
Mag. Wolfgang Sobotka
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2023-0.167.800

Wien, 28. April 2023

Sehr geehrter Herr Präsident!

Auf die schriftliche parlamentarische Anfrage Nr. 14364/J vom 1. März 2023 der Abgeordneten Henrike Brandstötter, Kolleginnen und Kollegen beehre ich mich Folgendes mitzuteilen:

Einleitend wird festgehalten, dass das Bundesministerium für Finanzen (BMF) die Ausgaben für Inserate und Einschaltungen 2022 im Vergleich zum Vorjahr mehr als halbiert und im Vergleich zu 2020 sogar gedrittelt hat. Für Informationskampagnen in Print, TV, Hörfunk und Online wurden demnach 2022 4,2 Millionen Euro ausgegeben, 2021 waren es 9,7 Millionen und 2020 12,4 Millionen Euro (jeweils inklusive Werbeabgabe, Umsatzsteuer und Agenturkosten).

Unter dem Slogan „Ciao ohne Au“ weist das BMF auf die seit heuer geltende Abschaffung der kalten Progression hin. Dies hat das Ziel, mit den Entlastungsmaßnahmen die Kaufkraft der Menschen und mit der Kampagne Zuversicht und eine positive Stimmung erhalten.

Die zahlreichen Anti-Teuerungs-Maßnahmen werden aufgezählt. Diese umfassen einerseits kurzfristige, temporäre Entlastungsmaßnahmen, die entweder bereits 2022 ausbezahlt wurden oder deren Auszahlung 2023/2024 stattfindet. Die Maßnahmen führen zu einer unmittelbaren Entlastung von Menschen und Unternehmen in unserem Land,

sichern damit die Kaufkraft der Haushalte und die Wettbewerbsfähigkeit der österreichischen Industrie.

Zu 1.a., b., 3., 4. und 7.:

Es wird auf die Beantwortung der schriftlichen parlamentarischen Anfrage Nr. 14224/J vom 24. Februar 2023 verwiesen.

Zu 1.c.:

Die zuständigen Personen gehen aus der Geschäfts- und Personalabteilung hervor.

Zu 1.d.:

Nein.

Zu 1.e.:

Im Bundesministerium für Finanzen (BMF) gibt es diese Abteilung nicht.

Zu 2., 5. und 6.:

Grundsätzlich wird der Mediaagentur die Zielgruppe für die geplante Kampagne vorgegeben. Die Agentur erstellt auf Basis dieser Parameter einen Mediaplan, mit dem die bestmöglichen Reichweiten und Kontakte für die genannten Zielgruppen generiert werden können.

Die Informationsschaltungen in Print-Medien sind nachfolgender Liste zu entnehmen:

Verlag	Medium	Datum	Format	Kosten in Euro (brutto)
AHVV Verlags GmbH	Heute	14.02.2023	1/1 Seite	26.732,50
Die Furche-Zeitschriften-Betriebs-G.m.b.H. & Co. KG	Die Furche	23.02.2023	1/1 Seite	5.352,86
Die Ganze Woche GmbH	Die ganze Woche	22.02.2023	1/2 Seite hoch	8.750,07
Die Presse Verlags-Gesellschaft m.b.H. & Co KG	Die Presse	28.02.2023	Junior Page	13.773,66
Die Presse Verlags-Gesellschaft m.b.H. & Co KG	Die Presse	14.02.2023	Junior Page	13.773,66

Falter Zeitschriften Gesellschaft mbH	Falter	15.02.2023	1/2 Seite quer	4.444,65
FEB29 Medien- und Verlags GmbH	Forbes	16.02.2023	1/1 Seite	6.426,00
Kleine Zeitung GmbH & CoKG	Kleine Zeitung	20.02.2023	1/1 Seite	24.259,44
Kleine Zeitung GmbH & CoKG	Kleine Zeitung	14.02.2023	1/1 Seite	24.259,44
Kooperation Kirchenzeitungen - Verein zur Förderung der Kirchenpresse	Der Sonntag – Die Zeitung der Erzdiözese Wien	23.02.2023	1/2 Seite hoch	1.386,95
Kooperation Kirchenzeitungen - Verein zur Förderung der Kirchenpresse	Kirchenzeitung Gesamt-Kombi - exkl. Wien	23.02.2023	1/2 Seite hoch	8.239,20
LOBAN GmbH & Co KG	familiiii	23.02.2023	1/2 Seite quer	6.533,10
Media 21 GmbH	der Grazer	19.02.2023	1/2 Seite hoch	3.508,60
Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag GmbH & Co. KG	Krone	21.02.2023	1/1 Seite	42.599,14
Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag GmbH & Co. KG	Krone	11.02.2023	1/1 Seite	42.599,14
Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag GmbH & Co. KG	Kurier	22.02.2023	Junior Page	15.256,19
Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag GmbH & Co. KG	Kurier	15.02.2023	Junior Page	13.730,57
Mediengruppe "Österreich" GmbH	oe24 & Österreich	28.02.2023	1/1 Seite	34.657,82
Neue Welt Verlag GesmbH	Yeni Vatan Gazetesi	25.02.2023	1/2 Seite hoch	3.127,32
profil Redaktion GmbH	profil	19.02.2023	1/2 Seite hoch	5.944,05
Regionalmedien Austria AG	RMA RegionalmedienAustria	15.02.2023	1/2 Seite quer	31.889,03
Russmedia GmbH	Vorarlberger Nachrichten	11.02.2023	Junior Page	25.513,36
Russmedia GmbH	Vorarlberger Nachrichten	25.02.2023	Junior Page	25.513,36
Salzburger Nachrichten Verlagsgesellschaft m.b.H. & Co. KG	Salzburger Nachrichten	20.02.2023	Junior Page	12.282,04
Salzburger Nachrichten Verlagsgesellschaft m.b.H. & Co. KG	Salzburger Nachrichten	13.02.2023	Junior Page	12.282,04
Schlüsselverlag J.S. Moser GmbH	Tiroler Tageszeitung	18.02.2023	Junior Page	17.303,93
Schlüsselverlag J.S. Moser GmbH	Tiroler Tageszeitung	11.02.2023	Junior Page	17.303,93
STANDARD Verlagsgesellschaft m.b.H.	Standard	25.02.2023	Junior Page	17.023,01
STANDARD Verlagsgesellschaft m.b.H.	Standard	11.02.2023	Junior Page	17.023,01
tele-Zeitschriftenverlagsgesellschaft mbH & Co. KG	tele	23.02.2023	1/2 Seite hoch	9.639,00
VGN Medien Holding GmbH	tv media	15.02.2023	1/2 Seite hoch	11.561,45
Weekend Magazin GmbH	Weekend Magazin	16.02.2023	1/2 Seite quer	11.241,22
Wimmer Medien GmbH & Co. KG	OÖ Nachrichten	25.02.2023	Junior Page	14.071,33
Wimmer Medien GmbH & Co. KG	OÖ Nachrichten	11.02.2023	Junior Page	14.071,33
Woman GmbH & Co KG	WOMAN	16.02.2023	1/2 Seite quer	10.743,20

Folgende Kosten fielen für Online-Schaltungen an:

Vermarkter/Seite	Kosten in Euro (brutto)
Biber Verlagsgesellschaft mbH	8.520,00
dasbiber.at	8.520,00
Content Performance Group GmbH	28.933,98
Channel Familie	7.850,19
Channel Special Interest	21.083,80
FC Chladek Drastil GmbH	6.000,00
boerse-social.com	6.000,00
GroupM Adops	13.146,00
Serverkosten	12.708,00
Setup	438,00
GroupM Digital Xaxis LR	23.695,02
XLR sClick Meta	16.200,00
XLR sView (3sec) Meta	7.495,02
GroupM Kommunikationsagentur GmbH	76.050,00
Xaxis aSpot (Webradio)	30.000,00
Xaxis xPage	21.750,00
Xaxis xSpot	24.300,00
k-digital Medien GmbH & CoKG	16.122,01
kurier.at	16.122,01
Krone Multimedia GmbH & Co KG	20.820,24
krone.at	20.820,24
oe24 GmbH	20.272,50
oe24.at	20.272,50
ORF-Enterprise GmbH & Co. KG	25.726,83
ORF.at	25.726,83
Plista iNative	29.205,00
inactive Network	29.205,00
RMA Media Services GmbH	16.320,00
meinbezirk.at	16.320,00
Russmedia GmbH	21.547,50
Russmedia Network	21.547,50
STANDARD Verlagsgesellschaft m.b.H.	26.928,00
derstandard.at	26.928,00
Twist Zeitschriften Verlag GmbH	8.629,20
kosmo.at	8.629,20
Weekend Magazin GmbH	11.934,00
weekend.at	11.934,00
YOC	35.659,20
YOC Network	35.659,20

Hörfunk-Spots wurden für folgende Kosten geschalten:

Monat	Vermarkter/Verlag	Werbeträger	Kosten in Euro (brutto)
Jan.2023	Kronehit Radio Betriebs GmbH	KRONEHit National	1.400,06
Jan.2023	RMS Radio Marketing Service GmbH Austria	RMS Austria Top Kombi	623,17
Feb.2023	GroupM Kommunikationsagentur GmbH	Kronehit RadioBooster	2.377,30
Feb.2023	GroupM Kommunikationsagentur GmbH	RMS RadioBooster	7.793,93
Feb.2023	GroupM Kommunikationsagentur GmbH	Ö3 RadioBooster	7.642,08
Feb.2023	Kronehit Radio Betriebs GmbH	KRONEHit National	6.184,38
Feb.2023	ORF-Enterprise GmbH & Co. KG	HITRADIO Ö3	42.989,81
Feb.2023	RMS Radio Marketing Service GmbH Austria	RMS Austria Singlespots	11.165,50
Feb.2023	RMS Radio Marketing Service GmbH Austria	RMS Austria Top Kombi	44.639,06

Für Außenwerbung fielen folgende Kosten an:

Vermarkter/Verlag	Werbeträger	Zusatzinfo	Kosten in Euro (brutto)
GroupM Kommunikationsagentur GmbH	Screens	EPA, Infinity Media, Digilight, Infoscreen, Gewista, ÖBB + Upgrade Gewista Option 2	192.565,52

Zu 8.:

Das Bruttobudget beträgt rund 1,4 Mio. Euro und liegt bei der Finanzposition 7270.201/Öffentlichkeitsarbeit.

Zu 9. bis 12.:

Im Vorfeld der Kampagnenplanung wurde eine WFA erstellt. Erfahrungswerte zeigen, dass umfassende Informationskampagnen die Zugriffszahlen (in diesem Fall auf den Rechner bzw. auf die Website) signifikant erhöhen. Auch in diesem Fall hat sich dies bestätigt und waren die Zugriffszahlen auf den Rechner im Kampagnenzeitraum wesentlich höher. Dies trägt zu einer besseren Aufklärung der Bürgerinnen und Bürger bei, da es sich bei dem Rechner um ein einfaches „Erklärungstool“ handelt, das Anfragen vorgreift.

Ziel der Kampagne ist, Bürgerinnen und Bürger zu motivieren, beim Entlastungsrechner ihre Daten einzugeben und sich ihre Entlastung berechnen zu lassen. Damit wird erklärt, worauf beispielsweise seit Jahresanfang das höhere Gehalt zurück zu führen ist oder auf welcher Basis andere Zahlungen erfolgten. Die Menschen freuen sich natürlich immer, wenn sie mehr Geld auf Ihr Konto bekommen, können aber oft die Ursache nicht eindeutig nachvollziehen. Dies führt zu Anfragen in den Ämtern und Telefonhotlines. Der Rechner sorgt hier für Transparenz. Zusätzlich wird gerade in schwierigen Zeiten den Menschen die Unterstützung klar monetär aufgezeigt, wodurch ein positiver Aspekt entsteht, der auch der Wirtschaft und in Folge dem Wirtschaftsstandort Österreich zu Gute kommt.

Die Bürgerinnen und Bürger haben außerdem ein Recht dazu, über sich verändernde rechtliche Rahmenbedingungen, aktiv informiert zu werden. Insofern ist es naheliegend, aktuelle Themen weitreichend zu kommunizieren. Inputs dazu kommen auch von den relevanten Fachabteilungen oder nachgeordneten Bereichen.

Die Messbarkeit von Kommunikationsmaßnahmen ist grundsätzlich ein komplexes Thema. Selbst mit großem zusätzlichem Kostenaufwand ist der Erfolg von Kommunikationsmaßnahmen schwer messbar, vor allem im Dienstleistungsbereich. Sehr wohl messbar sind natürlich Maßnahmen im Online-Bereich in Form von Zugriffszahlen, Clicks, etc.. Das eigene Tracking des BMF wirft gute Zahlen aus, eine detaillierte Auswertung hinsichtlich der geschalteten Online-Maßnahmen wird dem BMF noch von der Mediaagentur übermittelt werden. Insofern können hier noch keine weiteren Details genannt werden.

Der Bundesminister:
Dr. Magnus Brunner, LL.M.

Elektronisch gefertigt

