

Herrn
 Präsidenten des Nationalrates
 Mag. Wolfgang Sobotka
 Parlament
 1017 Wien

Geschäftszahl: 2020-0.244.069

Die schriftliche parlamentarische Anfrage Nr. 1524/J-NR/2020 betreffend Ausgaben des Ministeriums für Inserate während der Corona Krise, die die Abg. Henrike Brandstötter, Kolleginnen und Kollegen am 15. April 2020 an mich richteten, wird wie folgt beantwortet:

Zur (chronologisch ersten) Frage:

- *Wie hoch waren die Gesamtausgaben des Ministeriums, bzw. der nachgeordneten Dienststellen für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit im Zeitraum zwischen 1. März und 15. April 2020 insgesamt?*
 - a. Wie hoch waren die Gesamtausgaben des Ministeriums, bzw. der nachgeordneten Dienststellen für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit im Zeitraum zwischen 1. März und 15. April 2020, die in direktem Zusammenhang mit der Informationsarbeit in Bezug auf die Corona-Krise stehen?*

Die im Wege der Abteilung Kommunikation, Bürger/innenservice im Zeitraum vom 1. März 2020 bis zum 15. April 2020 getätigten Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit betrugen EUR 1.357.607,90, davon betrugen die eindeutig in Bezug auf die COVID-19-Krise stehenden Ausgaben EUR 1.288.942,78. In den Gesamtangaben enthalten sind Ausgaben für Inseratenschaltungen in Medien, für den Vertrieb von Publikationen, für Leistungen von Dritten einschließlich Agenturen, für die Nutzung verschiedener APA-Dienste, für das Ticketingsystem des Bürger/innenservice, für Zeitungs- und Zeitschriftenabonnements sowie für laufende Kosten der Websites.

Ferner wurden im Zeitraum vom 1. März 2020 bis zum 15. April 2020 für Öffentlichkeits- und Informationsarbeit von der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit/Wissenschaftskommunikation Ausgaben in Höhe von EUR 204.262,66 getätigt, davon betrugen die eindeutig in Bezug auf die COVID-19-Krise

stehenden Ausgaben EUR 115.836,00. Diese Gesamtangaben beinhalten Inseratenschaltungen print/online bzw. digital/audiovisuell in Medien, Leistungen von Dritten einschließlich Agenturen, Nutzung verschiedener APA-Dienste sowie öffentlichkeitswirksame Projekte, Veranstaltungen und Werbemittel.

Die durch nachgeordnete Dienststellen gesetzten Informationsaktivitäten sowie geleisteten Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit könnten nur mit einem nicht vertretbaren Aufwand erhoben werden.

Zu Fragen 1 bis 6 (chronologisch 2 bis 7):

- *Wie hoch waren die Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit (inkl. Ausgaben für Agenturen) in Print- und Onlinemedien sowie audiovisuellen Medien, die nach § 2 MedKF-TG meldepflichtig sind, im Zeitraum zwischen 1. März und 15. April 2020? Bitte um Aufschlüsselung nach Medium, Datum, Ort der Veröffentlichung.*
 - a. Wie hoch waren die Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit (inkl. Ausgaben für Agenturen) in Print- und Onlinemedien sowie audiovisuellen Medien, die nach § 2 MedKF-TG meldepflichtig sind, im Zeitraum zwischen 1. März und 15. April 2020, die in direktem Zusammenhang mit der Informationsarbeit in Bezug auf die Corona-Krise stehen? Bitte um Aufschlüsselung nach Medium, Datum, Ort der Veröffentlichung.*
- *Wie hoch waren die Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit (inkl. Ausgaben für Agenturen), die in nicht-periodischen Druckwerken erschienen sind und somit nicht unter die Meldepflicht gemäß § 2 MedKF-TG fallen, im Zeitraum zwischen 1. März und 15. April 2020? Bitte um Aufschlüsselung nach Herausgeber, Medientyp, Medium, Datum, Ort der Veröffentlichung.*
 - a. Wie hoch waren die Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit (inkl. Ausgaben für Agenturen), die in nicht-periodischen Druckwerken erschienen sind und somit nicht unter die Meldepflicht gemäß § 2 MedKF-TG fallen, im Zeitraum zwischen 1. März und 15. April 2020, die in direktem Zusammenhang mit der Informationsarbeit in Bezug auf die Corona-Krise stehen? Bitte um Aufschlüsselung nach Herausgeber, Medientyp, Medium, Datum, Ort der Veröffentlichung.*
- *Wie hoch waren die Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit (inkl. Ausgaben für Agenturen), die unter die Geringfügigkeits- oder Bagatellgrenze von 5.000 Euro für den angeführten Zeitraum fallen? Bitte um Aufschlüsselung nach Herausgeber, Medientyp, Medium, Datum, Ort der Veröffentlichung.*
 - a. Wie hoch waren die Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit (inkl. Ausgaben für Agenturen), die unter die Geringfügigkeits- oder*

Bagatellgrenze von 5.000 Euro für den angeführten Zeitraum fallen, die in direktem Zusammenhang mit der Informationsarbeit in Bezug auf die Corona-Krise stehen? Bitte um Aufschlüsselung nach Herausgeber, Medientyp, Medium, Datum, Ort der Veröffentlichung.

- *Wie hoch waren die Ausgaben des Ministeriums für Medienkooperationen und Sponsored Content im Zeitraum zwischen 1. März und 15. April 2020? Bitte um Aufschlüsselung nach Titel, Medium und Datum.*
 - a. *Wie hoch waren die Ausgaben des Ministeriums für Medienkooperationen und Sponsored Content im Zeitraum zwischen 1. März und 15. April 2020, die in direktem Zusammenhang mit der Informationsarbeit in Bezug auf die Corona-Krise stehen? Bitte um Aufschlüsselung nach Titel, Medium und Datum.*
- *Beauftragt ihr Ministerium eine Agentur, die sich um die einzelnen Sujets bzw. die Formatanpassungen für die einzelnen Vorgaben der Medienpartner im Rahmen der "Schau auf dich, schau auf mich" Kampagne kümmert?*
 - a. *Wenn ja, welche und zu welchen Konditionen?*
 - i. *Gibt es eine Agenturprovision?*
 - 1. *Wenn ja, wie hoch ist diese und wer zahlt sie?*
 - b. *Wenn nein, wer macht die Formatanpassungen und wer beauftragt diese?*
- *Wie hoch waren die Gesamtkosten des Ministeriums für Sponsored Posts in Sozialen Medien im Zeitraum zwischen 1. März und 15. April 2020? Bitte um Aufschlüsselung nach Kanal.*
 - a. *Wie hoch waren die Gesamtkosten des Ministeriums für Sponsored Posts in Sozialen Medien im Zeitraum zwischen 1. März und 15. April 2020, die in direktem Zusammenhang mit der Informationsarbeit in Bezug auf die Corona-Krise stehen? Bitte um Aufschlüsselung nach Kanal.*

Die im Zeitraum vom 1. März 2020 bis zum 15. April 2020 im Wege der genannten Organisationseinheiten Kommunikation, Bürger/innenservice und Öffentlichkeitsarbeit/Wissenschaftskommunikation getätigten Inseratenschaltungen print/online bzw. digital/audiovisuell in Medien sowie veranlasste Informationsformate in Form von Sponsored Content oder Sponsored Posts sind der nachfolgenden Aufstellung zu entnehmen:

Medium	(Kampagnen-)Sujet	Schaltungsdatum/ Schaltungszeitraum	Betrag inkl. Abgaben und Steuern in EUR (1.3.2020 bis 15.4.2020)	Direkter Zusammenhang mit COVID-19
Die Presse	„Corona-Schulschließungen“	13.3.2020	12 568,78	Ja
Die Presse	„Corona-Schulschließungen“	14.3.2020	15 291,75	Ja

Presse Online	„Corona-Schulschließungen“	14.3.2020	7 500,00	Ja
Die Presse	„Corona-Schulschließungen“	18.3.+22.3.2020	40 429,32	Ja
Presse Online	„Corona-Schulschließungen“	19.-21.3.2020	15 000,00	Ja
Krone	„Corona-Schulschließungen“	13.3.2020	41 212,63	Ja
Krone	„Corona-Schulschließungen“	14.+15.3.2020	85 448,88	Ja
Krone	„Corona-Schulschließungen“	20.3.2020	43 583,70	Ja
Krone	„Corona-Schulschließungen“	22.+23.3.2020	91 314,10	Ja
Salzburger Nachrichten	„Corona-Schulschließungen“	13.3.2020	23 053,27	Ja
Salzburger Nachrichten	„Corona-Schulschließungen“	14.3.2020	23 053,27	Ja
Salzburger Nachrichten	„Corona-Schulschließungen“	19.3.-21.3.2020	33 736,50	Ja
Salzburger Nachrichten Online	„Corona-Schulschließungen“	19.-21.3.2020	3 369,60	Ja
Standard	„Corona-Schulschließungen“	13.3.2020	11 025,00	Ja
Standard	„Corona-Schulschließungen“	14.3.2020	13 800,14	Ja
Standard + Standard Online	„Corona-Schulschließungen“	19.3.-21.3.2020	39 345,14	Ja
Kleine Zeitung	„Corona-Schulschließungen“	13.3.2020	27 981,05	Ja
Kleine Zeitung	„Corona-Schulschließungen“	14.3.2020	27 981,05	Ja
Kleine Zeitung	„Corona-Schulschließungen“	18.3.2020	19 003,67	Ja
Kleine Zeitung	„Corona-Schulschließungen“	20.3.+23.3.2020	39 027,54	Ja
Kleine Kinderzeitung	„Corona-Schulschließungen“	21.3.2020	6 111,00	Ja
Heute	„Corona-Schulschließungen“	13.3.2020	29 378,76	Ja
Heute Online	„Corona-Schulschließungen“	14.3.2020	16 560,00	Ja

Heute	„Corona-Schulschließungen“	17.3.2020	31 859,45	Ja
Heute Online	„Corona-Schulschließungen“	19.3.2020	5 520,00	Ja
Heute	„Corona-Schulschließungen“	27.3.2020	15 929,72	Ja
Österreich	„Corona-Schulschließungen“	13.3.2020	27 214,42	Ja
Österreich	„Corona-Schulschließungen“	14.3.2020	17 492,71	Ja
Österreich	„Corona-Schulschließungen“	18.-22.3.2020	52 735,74	Ja
Oe24.at	„Corona-Schulschließungen“	19.-21.3.2020	6 300,00	Ja
Vorarlberger Nachrichten	„Corona-Schulschließungen“	13.3.2020	27 156,78	Ja
Vorarlberger Nachrichten	„Corona-Schulschließungen“	14.3.2020	41 018,29	Ja
Vorarlberger Nachrichten	„Corona-Schulschließungen“	19.+22.3.2020	31 159,68	Ja
Kurier	„Corona-Schulschließungen“	13.3.2020	17 735,76	Ja
Kurier	„Corona-Schulschließungen“	14.3.2020	17 735,76	Ja
Kurier	„Corona-Schulschließungen“	18.3., 20.3.+22.3.2020	50 990,32	Ja
Kurier Online	„Corona-Schulschließungen“	19.-21.3.2020	3 600,00	Ja
Kurier	Ankündigung Science Talk	5.3.2020	2 884,14	Nein
Kurier	Ankündigung Science Talk	6.3.-10.3.2020	1 212,78	Nein
Tiroler Tageszeitung	„Corona-Schulschließungen“	13.3.2020	20 198,30	Ja
Tiroler Tageszeitung Online	„Corona-Schulschließungen“	13.3.2020	2 963,52	Ja
Tiroler Tageszeitung	„Corona-Schulschließungen“	14.3.2020	20 198,30	Ja
Tiroler Tageszeitung	„Corona-Schulschließungen“	19.3.2020	14 532,20	Ja
Tiroler Tageszeitung Online	„Corona-Schulschließungen“	19.3.2020	2 359,80	Ja

Oberösterreichische Nachrichten	„Corona-Schulschließungen“	13.+14.3.2020	49 731,23	Ja
Oberösterreichische Nachrichten	„Corona-Schulschließungen“	19.-21.3.2020	36 923,04	Ja
Wiener Zeitung	„Corona-Schulschließungen“	27.3.2020	4 223,52	Ja
Wiener Zeitung	„Corona-Schulschließungen“	28.3.2020	4 223,52	Ja
Wiener Zeitung	„Corona-Schulschließungen“	31.3.2020	4 223,52	Ja
Kosmo Online	„Corona-Schulschließungen“	19.+20.3.2020	2 400,00	Ja
Kosmo	„Corona-Schulschließungen“	26.3.2020	5 488,56	Ja
Kitzbuehler Anzeiger	„Corona-Schulschließungen“	19.3.2020	1 260,00	Ja
News	„Corona-Schulschließungen“	20.3.2020	8 141,75	Ja
Yeni Vatan	„Corona-Schulschließungen“	26.3.2020	7 434,00	Ja
Hello famili	„Corona-Schulschließungen“	26.3.2020	5 922,00	Ja
OÖ Volksblatt	„Corona-Schulschließungen“	18.3.2020	3 276,00	Ja
Die Tiroler basics	„Corona-Schulschließungen“	26.3.2020	4 861,84	Ja
Original Magazin	„Corona-Schulschließungen“	10.4.2020	6 390,72	Ja
Wirtschaftsnachrichten	„Corona-Schulschließungen“	14.4.2020	5 667,48	Ja
Das Biber Online	„Corona-Schulschließungen“	11.4.2020	3 243,60	Ja
VGN Digital (news.at trend.at, woman.at etc.)	„Corona-Schulschließungen“	19.-23.3.2020	4 736,84	Ja
Netdoktor Online	„Corona-Schulschließungen“	19.-25.3.2020	4 080,00	Ja
Kommunal Online	„Corona-Schulschließungen“	20.3.2020	8 640,00	Ja
Profil	„Corona-Schulschließungen“	22.-29.3.2020	7 736,00	Ja
Profil Online	„Corona-Schulschließungen“	19.-21.3.2020	4 975,00	Ja

Forbes	„Corona-Schulschließungen“	27.3.2020	3 780,00	Ja
Facebook	Sponsored Content: Pagelike Ads	1.1.-15.3.2020	750,53	Nein
Facebook	Sponsored Content: Pagelike-Ads	1.3.-15.4.2020	155,73	Nein
Facebook	Sponsored Posts: Beitragswerbung Corona	1.3-15.4.2020	741,12	Ja
Facebook	Sponsored Content: Pagelike Ads	16.3.-25.4.2020	5,21	Nein
Facebook	Sponsored Posts: Beitragswerbung Corona	16.3.-25.4.2020	906,61	Ja

Die vorstehend genannten Schaltungen im Kontext von Covid-19 erfolgten nicht im Rahmen der Informationsschiene „Schau auf dich, schau auf mich“.

Folgende Agenturen wurden mit der Durchführung von Schaltungen und/oder der inhaltlichen Konzeption/Gestaltung einzelner oben angeführter (Kampagnen-)Sujets beauftragt:

Agentur	(Kampagnen-)Sujet / Vertragsgegenstand	Bezahlte Agenturkosten inkl. Steuern in EUR (1.3.2020 bis 15.4.2020)	Ausschreibung
Schütze Positionierung GmbH	Grafik Informationskampagne Corona	51 936,00	Nein, weil unter Schwellenwert
Campaigning Bureau	Facebook (Sponsored Content, Sponsored Posts) *	27 894,00	Nein, weil unter Schwellenwert
* im Rahmen des Betreuungspakets Social Media Jänner bis Juni 2020			

Hinsichtlich der Frage nach einer Agenturbeauftragung der Formatanpassungen im Rahmen der Informationsschiene „Schau auf dich, schau auf mich“ durch das Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung ist anzumerken, dass diese keine Informationsschiene des Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft und Forschung ist.

Zu Frage 7 (chronologisch 8):

- *Hat das Ministerium im Zeitraum zwischen 1. März und 15. April 2020 sogenanntes "Influencer-Marketing," d.h. Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit über Blogs, YouTube-, Instagram-, Facebook-Kanäle o.ä. Dritter, das in direktem*

Zusammenhang mit der Informationsarbeit in Bezug auf die Corona-Krise steht, betrieben?

- a) Wenn ja, wie hoch waren die Ausgaben? Bitte um Aufschlüsselung nach Kosten, Anbieter und Datum.*
- b) Wenn ja, wurde dafür die Leistung von Agenturen in Anspruch genommen? Bitte um Aufschlüsselung nach Kosten, Agentur und Datum.*

Seitens des Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft und Forschung wurde im Zeitraum 1. März 2020 bis 15. April 2020 kein „Influencer-Marketing“ beauftragt.

Zu Frage 8 (chronologisch 9):

- *Nach welchen Kriterien werden Print- und Onlinemedien, sowie audiovisuelle Medien, Blogs und Social Media für Inserate bzw. andere Werbung des Ministeriums während der Corona-Krise ausgewählt?*
 - a) Gibt es je nach Medientyp unterschiedliche Kriterien? Wenn ja, bitte um Aufschlüsselung der Kriterien nach Medientyp.*

Die Auswahl der Medien erfolgt nach Maßgabe des jeweiligen zu transportierenden bzw. zu vermittelnden Sachinhalts, der Zielgruppen (Rezipienten), die mit den Inhalten erreicht werden sollen, aber auch der Reichweiten laut Media-Analyse, wobei eine möglichst flächendeckende und repräsentative Auswahl ein wesentliches Ziel des Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft und Forschung darstellt. Es werden nicht ausschließlich Medien mit hoher genereller Reichweite für Informationsinitiativen herangezogen, sondern es ist für eine möglichst effektive und umfassende Informationsarbeit maßgeblich, die Rezipienten über unterschiedliche Kanäle und Medien zu erreichen. Die Frage, welche Medien angesichts des erwünschten Adressatenkreises für eine entgeltliche Veröffentlichung prinzipiell in Frage kommen, richtet sich auch nach den Kriterien des § 3a MedKF-TG.

Wien, 15. Juni 2020

Der Bundesminister:

Univ.-Prof. Dr. Heinz Faßmann eh.

