

1546/AB

vom 15.06.2020 zu 1526/J (XXVII. GP)

 Bundesministerium
Europäische und internationale
Angelegenheiten

bmeia.gv.at

Mag. Alexander Schallenberg
Bundesminister

Minoritenplatz 8, 1010 Wien, Österreich

Herrn
Mag. Wolfgang Sobotka
Präsident des Nationalrates
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2020-0.246.830

Wien, am 15. Juni 2020

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Henrike Brandstötter, Kolleginnen und Kollegen haben am 15. April 2020 unter der Zl. 1526/J-NR/2020 an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Ausgaben des Ministeriums für Inserate während der Corona Krise“ gerichtet.

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

Erste Frage ohne Nummer:

- *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?*
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 Gesamtkosten für Öffentlichkeits- sowie Informationsarbeit betragen im angefragten Zeitraum EUR 328.344,- ; davon entfielen EUR 294.515,- auf Aktivitäten in direktem Zusammenhang mit der Corona-Krise.

Zu den Fragen 1 bis 4:

- *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.*
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.*
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.*
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.*
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.

Die Detaildaten der angefragten Ausgaben sind der beigeschlossenen Auflistung zu entnehmen.

Zu Frage 5:

- *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?
Wenn ja, welche und zu welchen Konditionen?
Gibt es eine Agenturprovision?
Wenn ja, wie hoch ist diese und wer zahlt sie?
Wenn nein, wer macht die Formatanpassungen und wer beauftragt diese?*

Das Bundesministerium für europäische und internationale Angelegenheiten (BMEIA) war an der Ausarbeitung der „Schau auf dich, schau auf mich“ Kampagne nicht beteiligt, es fielen daher für das BMEIA auch keine Kosten dafür an. Elemente der Kampagne wurden im Web- und social media-Auftritt des BMEIA verwendet.

Zu den Fragen 6 und 7:

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

Im angefragten Zeitraum wurden für Sponsored Posts auf Facebook und Instagram zu gleichen Teilen insgesamt EUR 466,- beausgabt, wovon EUR 300,- in direktem Zusammenhang mit der Corona-Krise stehen. „Influencer-Marketing“ wurde keines betrieben.

Zu Frage 8:

- *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?
Gibt es je nach Medientyp unterschiedliche Kriterien? Wenn ja, bitte um Aufschlüsselung der Kriterien nach Medientyp.*

Für die unter Verantwortung des BMEIA veranlassten entgeltlichen Veröffentlichungen wird – abgestimmt auf den konkreten Inhalt der Veröffentlichung und die Größe und Art des intendierten Rezipientenkreises – vor allem auf die Reichweite sowie auf die Auflage eines Mediums Bedacht genommen. Daraus folgt, dass nicht ausschließlich Medien mit hoher genereller Reichweite für Informationsinitiativen herangezogen werden, sondern es für eine möglichst effektive und umfassende Informationsarbeit maßgeblich ist, die Rezipienten über die verschiedenen Zielgruppen – wie z.B. Altersgruppen – und dementsprechend 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 darüber hinaus nach den strengen Kriterien des § 3a MedKF-TG. Welche Sachinformation dabei in welcher Weise und an welchen Adressatenkreis gerichtet wird, ist vom betreffenden Bundesministerium, in dessen Verantwortungsbereich die beworbene Information liegt, zu beurteilen.

Mag. Alexander Schallenberg

