

Leonore Gewessler, BA
 Bundesministerin

An den
 Präsident des Nationalrates
 Mag. Wolfgang Sobotka
 Parlament
 1017 Wien

leonore.gewessler@bmk.gv.at
 +43 1 711 62-658000
 Radetzkystraße 2, 1030 Wien
 Österreich

Geschäftszahl: 2020-0.268.999

. Juni 2020

Sehr geehrter Herr Präsident!

Die Abgeordneten zum Nationalrat Keck und GenossInnen haben am 28. April 2020 unter der **Nr. 1771/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend den Vergleich der Ausgaben für Werbung und Öffentlichkeitsarbeit vor der Corona Krise und während der Corona Krise gerichtet.

Diese Anfrage beantworte ich wie folgt:

Zu Frage 1:

- *Wie hoch waren die gesamten Ausgaben des Ministeriums für Werbung, Inserate, Öffentlichkeits- und Informationsarbeit im Zeitraum von*
 - a. *1.1.2020 bis zum 15.3.2020*
 - b. *16.3.2020 bis zum 25.4.2020?*

Die Ausgaben meines Ressorts für Werbung, Inserate, Öffentlichkeits- und Informationsarbeit betrugen im Zeitraum von

- a. € 9.639,60 und
- b. € 5.707,10.

Zu Frage 2:

- *Wie hoch waren die Ausgaben des Ministeriums für Werbung, Inserate, Öffentlichkeits- und Informationsarbeit in diversen Printmedien (Tages- Wochenzeitungen, Magazinen etc.) im Zeitraum von*
 - a. *1.1.2020 bis zum 15.3.2020*
 - b. *16.3.2020 bis zum 25.4.2020?*
Bitte Aufgliederung nach den einzelnen Anbietern und Leistungsempfängern (Herausgeber).

In diesen Zeiträumen gab es keine Ausgaben in diesem Bereich.

Zu Frage 3:

- *Wie hoch waren die Ausgaben des Ministeriums für Werbung, Inserate, Öffentlichkeits- und Informationsarbeit in diversen online Medien (inkl. TV und Radio) im Zeitraum von*
- 1.1.2020 bis zum 15.3.2020*
 - 16.3.2020 bis zum 25.4.2020*

Bitte Aufgliederung nach den einzelnen Anbietern und Leistungsempfängern (Medieninhaber).

- € 9.639,60
- € 5.707,10.

Zu Frage 4:

- *Nach welchen Kriterien wurden die einzelnen Aufträge erteilt?*

Für die unter Verantwortung des Bundesministeriums für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie veranlassten entgeltlichen Veröffentlichungen wird – abgestimmt auf den konkreten Inhalt der Veröffentlichung und die Größe und Art des intendierten Rezipient_innenkreises – 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 Rezipient_innen über die verschiedenen Zielgruppen – wie z.B. Altersgruppen – und dementsprechend über unterschiedliche Kanäle und Medien zu erreichen. Die Frage, welche Medien angesichts des erwünschten Adressat_innenkreises 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 Adressat_innenkreis gerichtet wird, ist aber vom betreffenden Bundesministerium, in dessen Verantwortungsbereich die beworbene Information liegt, selbst zu beurteilen.

Zu Frage 5:

- *Wie hoch waren die Ausgaben die konkret im Zusammenhang mit der Corona Krise durch die Leistungen von Werbeagenturen entstanden sind?*

Keine.

Leonore Gewessler, BA

