



Bundesministerin für
Frauen, Familie, Integration und Medien

bundeskanzleramt.gv.at

MMag. Dr. Susanne Raab
Bundesministerin für Frauen, Familie, Integration
und Medien

Herrn
Mag. Wolfgang Sobotka
Präsident des Nationalrats
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2024-0.132.424

Wien, am 15. April 2024

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Brandstötter, Kolleginnen und Kollegen haben am 15. Februar 2024 unter der Nr. **17827/J** eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „RH-Bericht beweist: Fehlende Kommunikationsstrategie, keine Nachvollziehbarkeit einzelner Kampagnen, Abweichungen von Schaltplänen zugunsten von Parteimedien!“ an mich gerichtet.

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

Zu den Fragen 1 bis 11:

1. *Gab es in Ihrem Ministerium im Zeitraum des angeführten RH-Berichts eine übergeordnete Kommunikationsstrategie?*
 - a. *Wenn ja, bitte um Übermittlung.*
 - b. *Wenn nein, warum nicht?*
2. *So es keine übergeordnete Kommunikationsstrategie gab: Gibt es mittlerweile in Ihrem Ministerium eine übergeordnete Kommunikationsstrategie?*
 - a. *Wenn ja, bitte um Übermittlung.*
 - b. *Wenn nein, warum nicht?*

3. *Gab es in Ihrem Ministerium im Zeitraum des angeführten RH-Berichts grundsätzliche Festlegungen zu Kommunikationszielen, Inhalten, Zielgruppen, Kommunikationskanälen und internen Rollen bzw. Verantwortlichkeiten?*
 - a. *Wenn ja, welche und bitte um Übermittlung.*
 - b. *Wenn nein, warum nicht?*
4. *So es keine grundsätzlichen Festlegungen zu Kommunikationszielen, Inhalten, Zielgruppen, Kommunikationskanälen und internen Rollen bzw. Verantwortlichkeiten gab: Gibt es diese mittlerweile?*
 - a. *Wenn ja, bitte um Übermittlung.*
 - b. *Wenn nein, warum nicht?*
5. *Werden in Ihrem Ministerium Medienkampagnen im Sinne der Sparsamkeit, Wirtschaftlichkeit und Zweckmäßigkeit konzipiert und abgewickelt?*
 - a. *Wenn ja, wie wird dies sichergestellt?*
 - b. *Wenn nein, warum nicht?*
6. *Gab es in Ihrem Ministerium im Zeitraum des angeführten RH-Berichts Vergleichsangebote anderer Agenturen bevor Medienkampagnen geschalten und gestaltet wurden?*
 - a. *Wenn ja, bitte um Übermittlung der Kampagnen und Vergleichsangebote.*
 - b. *Wenn nein, warum nicht?*
7. *Gibt es in Ihrem Ministerium nun seit dem 1.1.2022 Vergleichsangebote anderer Agenturen bevor Medienkampagnen geschalten und gestaltet werden?*
 - a. *Wenn ja, bitte um Übermittlung der Kampagnen und Vergleichsangebote.*
 - b. *Wenn nein, warum nicht?*
8. *Gibt es in Ihrem Ministerium nun seit 1.1.2020 einen Gesamtüberblick über Aufwendungen zur Medienarbeit?*
 - a. *Wenn ja, bitte um Übermittlung. (Bitte um jährliche Auflistung)*
 - b. *Wenn nein, warum nicht?*
9. *Werden bei Medienkooperationen seit 1.1.2020 Bedarf und Gründe für die Auswahl dieser vollständig dokumentiert?*
 - a. *Wenn ja, bitte um Übermittlung.*
 - b. *Wenn nein, warum nicht?*
10. *Wurden von Agenturen vorgelegte Schaltpläne seit 1.1.2020 bis heute geändert?*
 - a. *Wenn ja, welche? (Bitte um Bekanntgabe der genauen Änderungen sowie Begründungen)*
 - b. *Wenn nein, warum hat diese Praxis aufgehört?*
11. *Gibt es lückenlose Dokumentationen über die eingereichten Schaltpläne aller Medienkampagnen seit 1.1.2020 bis heute?*

- a. Wenn ja, bitte um Übermittlung dieser sowie veranlasster Änderungen, falls es welche gab.*
- b. Wenn nein, warum nicht?*

Ich verweise auf die Beantwortung der parlamentarischen Anfrage Nr. 17838/J vom 15. Februar 2024 durch den Bundeskanzler.

Zudem hat die Sektion Frauenangelegenheiten und Gleichstellung im Bundeskanzleramt in Umsetzung des Ministerratsvortrags 59/16 sowie Ministerratsvortrags 38/20 betreffend Gewalt gegen Frauen umfassende Maßnahmen gesetzt, zu denen unter anderem folgende Medienkampagnen zählen:

Um das Hilfsangebot der Gewaltschutzzentren, der Frauenhelpline und des Polizeinotrufes weiter bekanntzumachen, wurde in den Jahren 2021, 2022 und 2023 anlässlich der „16 Tage gegen Gewalt“ - unter budgetärer Abwicklung durch die Sektion I im Bundeskanzleramt in den Jahren 2022 und 2023 - jeweils eine umfassende Medienkampagne umgesetzt.

Inhaltlich lag der Fokus auf Gewalt durch den (Ex-)Partner. Ziel war es, möglichst viele Betroffene sowie das Bezugssystem von Opfern und die breite Öffentlichkeit zu erreichen, um eine weitere Sensibilisierung gegen Gewalt an Frauen sowie für das bestehende Unterstützungsangebot zu schaffen und in weiterer Folge die Inanspruchnahme zu erhöhen. Die inhaltliche Verantwortung und damit die Konzeption für die Sujets der Medienkampagne lag in der Sektion für Frauenangelegenheiten und Gleichstellung.

Auch im Jahr 2020 gab es zahlreiche Medienschalungen während der Corona-Krise zur Frauenhelpline. Diese wurden durch die Sektion I im Bundeskanzleramt als Teil der Gesamtkampagne der Bundesregierung „schau auf dich, schau auf mich“ umgesetzt.

Die Information und Sensibilisierung der Allgemeinheit betreffend das Thema Gewalt gegen Frauen sowie die Bekanntmachung von Unterstützungsangeboten entspricht zudem der Umsetzung der Istanbul-Konvention.

MMag. Dr. Susanne Raab

