

Univ.-Prof. Dr. Martin Kocher  
Bundesminister

Stubenring 1, 1010 Wien

Herrn  
Präsidenten des Nationalrates  
Mag. Wolfgang Sobotka  
Parlament  
1017 Wien

Geschäftszahl: 2024-0.167.645

Ihr Zeichen: BKA - PDion (PDion)17933/J-NR/2024

Wien, am 26. April 2024

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Katharina Kucharowits und weitere haben am 28.02.2024 unter der **Nr. 17933/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend **Dreijähriges Mädchen als TikTok- und Instagramstar der Österreich Werbung** gerichtet.

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

Da es sich bei der gegenständlichen Kampagne um eine Marketingmaßnahme der Österreich Werbung (ÖW) handelt, wurde diese um eine Stellungnahme ersucht, die in der nachstehenden Beantwortung wiedergegeben ist.

#### Zur Frage 1

- *Seit wann setzt "Österreich Werbung" auf Influencer:innen-Marketing?*
  - *Wie viele Kampagnen im Netz haben mittels Influencer:innen bereits stattgefunden?*

Die ÖW setzt seit rund zehn Jahren auf Influencerinnen- und Influencer- bzw. Bloggerinnen- und Blogger-Marketing und arbeitet dabei themen- und kampagnenabhängig mit lokalen Social-Influencerinnen und Influencern vorwiegend aus den betroffenen Auslandsmärkten zusammen. Im Fokus steht dabei die Entstehung authentischen und glaub-

würdigen Contents, um die Vielfalt des Urlaubslandes Österreich durch persönliche Erlebnisse darzustellen.

In den vergangenen Jahren wurde eine Vielzahl von Influencerinnen- und Influencer-Kampagnen mit erwachsenen Influencerinnen und Influencern erfolgreich umgesetzt, die mehrheitlich international stattgefunden haben. Aufgrund der Vielfalt und Verteilung der Projekte auf die verschiedenen Zielmärkte der ÖW wäre eine Ermittlung der genauen Anzahl der Aktivitäten weltweit in den letzten Jahren nur unter erheblichem Ressourcenaufwand möglich. Es kann jedoch festgehalten werden, dass von September 2023 bis März 2024 weltweit 24 Influencerinnen- und Influencer-Aktivitäten geplant wurden.

#### **Zur Frage 2**

- *Wie kam es zur Kampagne: "Austria's Youngest Ski Instructor"?*

"Skinachwuchs" stellt ein bedeutsames Thema für die zukünftige Entwicklung des österreichischen Wintertourismus und somit auch für die ÖW dar. In der letzten Winterkampagne der ÖW wurde dieses Thema auch als ein strategischer Contentsschwerpunkt definiert und wurden auch entsprechende Marketingmaßnahmen kommuniziert.

Zielsetzung der Kampagne "Austria's Youngest Ski Instructor" war zu zeigen, wie einfach Skifahren erlernt werden kann. Durch die authentische Darstellung eines „kinderleichten“ Skierlebnisses will die ÖW die Begeisterung für den Wintersport bereits in jungen Jahren fördern.

#### **Zur Frage 3**

- *Wieso entschied man sich im Kontext des Influencer:innen-Marketings für ein dreijähriges Kleinkind, gerade unter dem Aspekt des Schutzes von Kindern im Internet und in den Sozialen Medien?*

Im konkreten Fall handelte es sich nicht um Influencerinnen- und Influencer-Marketing.

#### **Zur Frage 4**

- *Wie viel hat die gesamte Werbekampagne gekostet? (Bitte um genaue Auflistung der einzelnen Kostenpunkte.)*

Die Gesamtkosten der Kampagne beliefen sich auf € 285.000, wobei rund € 200.000 für die Mediaauspielung in neun Zielmärkten der ÖW - Deutschland, Schweiz, Großbritannien, Tschechien, Polen, Niederlande, Belgien, Schweden und Dänemark - aufgewendet

wurde. Ein geringerer Teil wurde für Konzeption, Produktion, Agenturleistungen und Honorare aufgewendet.

Die Gesamtreichweite der erfolgreichen Kampagne betrug 117 Mio. Videoviews auf den Social-Media-Kanälen TikTok, Instagram und YouTube, es gab 1 Mio. Clicks auf weiterführende Informationen und 240.000 Interaktionen (Likes, Kommentare) auf den Social-Media-Kanälen.

#### **Zu den Fragen 5 bis 9**

- *Wie hoch fiel das Honorar für das dreijährige Mädchen aus?*
  - *Wie kam man zu diesem Betrag? Wurde sich hier an anderen, ähnlichen Arbeitsverhältnissen orientiert?*
- *Wurde zwischen der Österreich Werbung und den Erziehungsberechtigten des dreijährigen Mädchens ein Arbeitsvertrag aufgesetzt?*
  - *Wenn ja, nennen Sie bitte die wichtigsten Eckpunkte des aufgesetzten Vertrags.*
  - *Wenn nein, wieso nicht?*
- *Wie viele Drehtage wurden für die Werbekampagne "Austria's Youngest Ski Instructor" in Anspruch genommen?*
- *Wurden Ruhezeiten während der Dreharbeiten für die Dreijährige eingehalten?*
  - *Wenn ja, wie sahen diese Ruhezeiten genau aus?*
  - *Wenn nein, wieso nicht?*
- *Wurde ein Kinderschutzkonzept im Vorfeld erarbeitet?*
  - *Wenn ja, von wem?*
  - *Wenn nein, warum nicht?*
  - *Welche Inhalte hat das Kinderschutzkonzept?*
  - *Wurden Inhalte des Kinderschutzkonzeptes veröffentlicht?*

Die ÖW beschäftigt im Rahmen ihrer Marketing-Aktivitäten in keinem Fall selbst Kinder, sondern greift dabei gegebenenfalls auf die Expertise von professionellen Dienstleistungsunternehmen im Marketingbereich und auf Agenturen zurück.

Die von der ÖW beauftragte Kreativagentur Wien Nord Serviceplan hat nach Ausschreibung die Firma Soviso mit der Produktion beauftragt. Das Honorar der Kreativagentur belief sich auf insgesamt € 10.750,00 inklusive Vermittlungsprovision und Produktionszuschlag. Es gibt weder ein direktes Vertragsverhältnis zwischen der ÖW und den Erziehungsberechtigten des dreijährigen Kindes, noch ein direktes Vertragsverhältnis zwischen

der ÖW und der Model-Agentur, weshalb der ÖW die konkrete Aufgliederung des Honorars nicht bekannt ist.

Die Verantwortung für die Produktion und den Ablauf des zweitägigen Drehs lag vollumfänglich bei der Kreativagentur. Es wurden alle gesetzlichen Bestimmungen eingehalten, um den Schutz des Kindes zu garantieren.

Die Erarbeitung eines eigenen Kinderschutzkonzeptes ist nicht zwingend vorgesehen. Um die Sicherheit und das Wohlbefinden des Kindes während des Drehs zu gewährleisten, wurden alle notwendigen Maßnahmen ergriffen, um einen sicheren und geschützten Rahmen für das Kind zu schaffen.

Univ.-Prof. Dr. Martin Kocher

Elektronisch gefertigt

