

Mag. Alexander Schallenberg
Bundesminister

Minoritenplatz 8, 1010 Wien, Österreich

Herrn
Mag. Wolfgang Sobotka
Präsident des Nationalrates
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2020-0.271.514

Wien, am 26. Juni 2020

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Dietmar Keck, Kolleginnen und Kollegen haben am 28. April 2020 unter der Zl. 1775/J-NR/2020 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 nach den mir vorliegenden Informationen 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?*

Im Bundesministerium für europäische und internationale Angelegenheiten (BMEIA) wurden im Zeitraum 1. Jänner bis 15. März 2020 Euro 39.248,- sowie im Zeitraum 16. März bis 25. April 2020 Euro 322.842,- für Öffentlichkeits- und Informationsarbeit aufgewendet.

Zu den Fragen 2 und 3:

- *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).*
- *Wie hoch waren die Ausgaben des Ministeriums für Werbung, Inserate, Öffentlichkeits- und Informationsarbeit in diversen online Medien (inkl. TV und Radio) 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 (Medieninhaber).*

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

Zu Frage 4:

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

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 Bundesgesetz über die Transparenz von Medienkooperationen sowie von Werbeaufträgen und Förderungen an Medieninhaber eines periodischen Mediums (MedKF-TG), BGBl. I Nr. 125/2011 idgF. Welche Sachinformation dabei in welcher Weise und an welchen Adressatenkreis 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?*

Es wurden keine Werbeagenturen beauftragt.

Mag. Alexander Schallenberg

