

2889/AB
vom 16.09.2020 zu 2884/J (XXVII. GP)

 Bundeskanzleramt

bundeskanzleramt.gv.at

Sebastian Kurz
 Bundeskanzler

Herrn
 Mag. Wolfgang Sobotka
 Präsident des Nationalrats
 Parlament
 1017 Wien

Geschäftszahl: 2020-0.455.032

Wien, am 16. September 2020

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Kainz, Kolleginnen und Kollegen haben am 16. Juli 2020 unter der Nr. **2884/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Werbe- und Marketingdienstleistungen der Wavemaker GmbH“ gerichtet.

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

Zu den Fragen 1, 2, 5 bis 7:

1. *Wieso wurde am 27. Mai 2020 ein weitere Verträge in Höhe von insgesamt € 1.618.009,27 an die Wavemaker GmbH vergeben?*
 - a.) *Welche Leistungen wurden dabei vereinbart?*
 - b.) *Wann wurden die Verhandlungen aufgenommen?*
 - c.) *Gab es andere Anbieter, die in Frage gekommen sind?*
 - d.) *Wenn ja, welche?*
 - e.) *Wenn nein, warum hat man nicht auch andere Angebote eingeholt?*
2. *Wieso wurde am 9. Juli 2020 ein weiterer Vertrag in Höhe von € 1.754.323,00 an die Wavemaker GmbH vergeben?*
 - a.) *Welche Leistungen wurden dabei vereinbart?*
 - b.) *Wann wurden die Verhandlungen aufgenommen?*

- c.) *Gab es andere Anbieter, die in Frage gekommen sind?*
 - d.) *Wenn ja, welche?*
 - e.) *Wenn nein, warum hat man nicht auch andere Angebote eingeholt?*
5. *Gab es für Phase 7 und 8 Angebote von anderen Werbe- und Marketingdienstleistern?*
- a.) *Wenn ja, von welchen Firmen?*
 - b.) *Warum wurde der Auftrag an die Wavemaker GmbH und nicht an eine andere Firma erteilt?*
6. *Nach welchen Kriterien wurde genau die Wavemaker GmbH mit der Corona Aufklärungskampagne der Bundesregierung beauftragt?*
7. *Nach welchem Gesetz erfolgte die Ausschreibung für die Werbekampagne?*

Mit Wirksamkeit von 18. März 2020 bis 30. Juni 2020 wurde mit der Wavemaker GmbH ein Rahmenvertrag abgeschlossen. Ich habe mich dazu bereits mehrfach geäußert und verweise daher auf die Beantwortungen der parlamentarischen Anfragen Nr. 1328/J vom 27. März 2020, Nr. 1342/J vom 2. April 2020, Nr. 1571/J vom 20. April 2020, Nr. 1610/J vom 22. April 2020, Nr. 1784/J vom 28. April 2020, Nr. 1974/J vom 13. Mai 2020 und jüngst Nr. 2684/J vom 7. Juli 2020.

Mit Juli 2020 wurde ein Rahmenvertrag mit der Bundesbeschaffung GmbH (BBG) über Mediaagenturleistungen und Mediaschaltungen, GZ: 5201.03611, abgeschlossen. Alle Leistungen seit Juli 2020 werden aus diesem BBG-Rahmenvertrag abgerufen, wodurch auch für die Phasen 7 und 8 keine weiteren Angebote einzuholen waren.

Im Übrigen erfolgten die Ausschreibungen immer entsprechend den einschlägigen Bestimmungen des Bundesvergabegesetzes i.d.g.F.

Zu Frage 3:

3. *Welche Kosten sind de facto in Phase 7 entstanden? (Bitte um detaillierte Kostenaufstellung)*

In den 11 auflagenstärksten Tageszeitungen (Die Presse, Heute, Kleine Zeitung, Kronen Zeitung, Kurier, Österreich, OÖ Nachrichten, Salzburger Nachrichten, Der Standard, Tiroler Tageszeitung, Vorarlberger Nachrichten) erfolgten im Zeitraum 4. bis 22. Juni 2020 Schaltungen in Höhe von 658.013,55 Euro.

In Wochenzeitungen, sonstigen Tageszeitungen und Magazinen (profil, Neues Volksblatt, NÖN, Die ganze Woche, RMA, Der Sonntag, KirchenBlatt Vorarlberg, KirchenZeitung Diözese Linz, martinus – Kirchenzeitung der Diözese Eisenstadt, Rupertusblatt, Sonntag – Kärntner Kirchenzeitung, Sonntagsblatt für Stmk, TIPS, Tiroler Sonntag, News, trend, tv, media, Österreichische BauernZeitung, Servus in Stadt & Land, tele, Gesund & Leben, Weekend Magazin) erfolgten im Zeitraum 7. bis 28. Juni 2020 Schaltungen in Höhe von 377.590,15 Euro.

Darüber hinaus verweise ich auf die Beantwortung der parlamentarischen Anfrage Nr. 2684/J vom 7. September 2020.

Zu Frage 4:

4. *Welche Kosten sind de facto in Phase 8 entstanden? (Bitte um detaillierte Kostenaufstellung)*

Die Kosten für Phase 8 (Reisen in Corona-Zeiten) setzten sich wie folgt zusammen:

Im Zeitraum 10. bis 26. Juli 2020 erfolgten in den 11 auflagenstärksten Tageszeitungen (Die Presse, Heute, Kleine Zeitung, Kronen Zeitung, Kurier, Österreich, OÖ Nachrichten, Salzburger Nachrichten, Der Standard, Tiroler Tageszeitung, Vorarlberger Nachrichten) Schaltungen in Höhe von 843.707,78 Euro.

Für den Zeitraum 11. Juli bis 28. August 2020 sind in Wochenzeitungen, sonst. Tageszeitungen und Magazinen (Biorama, Die ganze Woche, Falstaff-Magazin, Falter, gesund&fit, Madonna, netdoktor, Neues Volksblatt, News, NÖN, Obegg Best of Südsteiermark, profil, Reise Lust, RMA, Seitenblicke, Servus in Stadt & Land – Österreich, tele, TIPS, trend – Premium, tv media, Weekend Magazin – Gesamtkombi, WOMAN) Schaltungen in Höhe von 456.345,32 Euro gebucht.

Für Juli 2020 wurden Onlineschaltungen (derstandard.at, diepresse.com, falter.at, kleinezeitung.at, kurier.at, nachrichten.at, ORF Network, tt.com, vol.at, Xaxis xPage, YOC Network, Goldbach Audience Network, IP Network, Iaola1.tv, P7S1P4 Network, PurPr Media Network, Spotify, Xaxis aSpot, Xaxis vSpot) in Höhe von insgesamt 472.254,46 Euro (inkl. Serverkosten) gebucht.

Die Kosten für gebuchte Spots im privaten Hörfunk (Kronehit National, RMS Austria Singespots, RMS Austria Top Kombi) für den Zeitraum 10. Juli bis 31. Juli 2020 betragen 330.545,14 Euro.

Zu Frage 8:

8. *Sind weitere Phasen der Corona Aufklärungskampagne geplant?*

„Schau auf dich, schau auf mich. So schützen wir uns“ ist das Motto der aktuellen Informationskampagne der Bundesregierung und des Roten Kreuzes für ganz Österreich. Die Kampagne wurde aufgrund des enormen Informationsbedürfnisses in der österreichischen Bevölkerung initiiert und informiert über Tageszeitungen, in Radio und Fernsehen sowie online und in den sozialen Medien über Aktuelles rund um das Coronavirus. Darüber hinaus werden ausführliche aktuelle Informationen auf der Seite oesterreich.gv.at zur Verfügung gestellt. Die Kampagne „Schau auf dich, schau auf mich“ dient dazu, das Risikobewusstsein in der Bevölkerung zu erhöhen, Zielgruppen spezifisch anzusprechen und eine weitere Ausbreitung des Coronavirus durch eine breitenwirksame Informationsaufbereitung zu verhindern. Dazu werden konkrete Tipps, Handlungsanweisungen und Informationen zielgruppenorientiert, mehrsprachig und auf allen Kanälen unter die Bevölkerung gebracht. Stand heute haben die Maßnahmen der österreichischen Bundesregierung zur Eindämmung des Coronavirus, insbesondere aufgrund der vorbildlichen Haltung der Bürgerinnen und Bürger in Österreich, Wirkung gezeigt. Dennoch lässt sich derzeit nur schwer voraussagen, wie das neuartige Virus sich weiter entwickeln wird und wie groß das Informationsbedürfnis in der Bevölkerung in Zukunft sein wird. Im Falle eines neuerlichen Anstieges der Anzahl der Corona-Infizierten im Herbst, werden der Bevölkerung selbstverständlich alle notwendigen Maßnahmen und Verhaltensweisen laufend über diverse Kommunikationskanäle kommuniziert werden. Die Bundesregierung wird dem Informationsbedürfnis der Bürgerinnen und Bürger weiterhin gewissenhaft nachkommen und die Dauer und Art der Informationsmaßnahmen rund um das Coronavirus daher den weiteren Entwicklungen entsprechend anpassen.

Zu den Fragen 9 und 10:

9. *In welchen Medien wurde die von der Wavemaker GmbH entwickelte Kampagne geschalten? (Bitte um genaue Auflistung)*
10. *Wurden auch Werbungen in TV- und Radiostationen geschalten?*
 - a.) *Wenn ja, bitte um getrennte Darstellung der Kosten je TV- und Radiostation.*

PRINT	
Verlag	Medium
AHVV Verlags GmbH	Heute
ALPHA plus Agentur GmbH	Bum Magazine - Magazin in Serbokroatischer Sprache Gazete Bum - Stadtmagazin in türkischer Sprache
Anzeigen und Marketing Kleine Zeitung GmbH & Co KG	Kleine Zeitung
ÄrzteVerlag GmbH	Gesund & Leben Gesamtausgabe
Biber Verlagsgesellschaft mbH	biber biber Newcomer
Delice Werbe Agentur	Brücke Köprü
Demirören Media International GmbH	Hürriyet Österreich
Die Ganze Woche GmbH	Die ganze Woche
Die Presse Verlags-Gesellschaft m.b.H. & Co KG	Die Presse
Europa Journal - Haber Avrupa	Europa Journal - Haber Avrupa
Falter Zeitschriften Gesellschaft mbH	Falter
Home Town Media GmbH	Metropole
insider Wirtschaftskompetenz GmbH	Insider
Kooperation Kirchenzeitungen - Verein zur Förderung der Kirchenpresse	Der Sonntag - Die Zeitung der Erzdiözese Wien KirchenBlatt Vorarlberg KirchenZeitung Diözese Linz (Oberösterreich) martinus - Kirchenzeitung der Diözese Eisenstadt (Burgenland) Rupertusblatt - Wochenzeitung der Erzdiözese Salzburg Sonntag - Kärntner Kirchenzeitung Sonntagsblatt für Steiermark Tiroler Sonntag
Lebensart Verlags GmbH	Lebensart
LOBAN GmbH & Co KG	hello familii
Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag GmbH & Co. KG	Krone Kurier
Mediengruppe "Österreich" GmbH	cooking gesund&fit Madonna oe24 & Österreich

	Österreich & oe24 Reise Lust Seitenblicke
MG Mediengruppe GmbH	Faktum
netdoktor.at GmbH	Netdoktor
Neue Welt Verlag GesmbH	Yeni Vatan Gazetesi
Niederösterreichisches Pressehaus Druck- und Verlagsgesellschaft mbH	NÖN
Oberösterreichische Media Data Vertriebs- und Verlags GmbH	Neues Volksblatt
Österreichischer Agrarverlag Druck- und Verlags GmbH	Österreichische BauernZeitung Gesamtausgabe
Österreichischer Kommunal-Verlag GmbH	Kommunal
profil Redaktion GmbH	profil
Red Bull Media House GmbH	Servus in Stadt & Land – Österreich
Regionalmedien Austria AG	RMA RegionalmedienAustria
Russmedia GmbH	Vorarlberger Nachr./NEUE Vorarlberger Nachrichten Wann & Wo
Salzburger Nachrichten Verlagsgesellschaft m.b.H. & Co. KG	Salzburger Nachrichten
Schlüsselverlag J.S. Moser GmbH	Tiroler Tageszeitung Tiroler TZ am Sonntag
STANDARD Verlagsgesellschaft m.b.H.	Standard
tele-Zeitschriftenverlagsgesellschaft mbH & Co. KG	tele
Tips Zeitungs GmbH & Co KG	TIPS
Twist Zeitschriften Verlag GmbH	Kosmo
VGN Medien Holding GmbH	News trend trend - Premium tv media
Weekend Magazin GmbH	Weekend Magazin – Gesamtkombi Weekend Österreich macht Ferien
Wimmer Medien GmbH & Co. KG	OÖ Nachrichten

Woman GmbH & Co KG	WOMAN
SloMedia - Slovenski medijski center - Slowenisches Medienzentrum GmbH	Novice
Biorama GmbH	Biorama
Falstaff Verlags GmbH	Falstaff-Magazin
Weiss & Lameraner Media Group GmbH	Obegg Best of Südsteiermark

DIGITAL	
Vermarkter	Medium
A.Digital Errichtungs-u. Beteiligung GmbH	oe24.tv
Docfinder	docfinder.at
Falter Verlagsgesellschaft mbH	falter.at
Goldbach Audience Austria GmbH	Channel Lifestyle Goldbach Audience Network heute.at
GroupM OG	Xaxis aSpot Xaxis vSpot Xaxis xPage Xaxis xPure
Htppool Online Marketing GmbH	Spotify
IP Österreich GmbH	IP Network
Krone Multimedia GmbH & Co KG	krone.at krone.tv
News Networld	News Network
oe24 GmbH	oe24 Network oe24.at
ORF-Enterprise GmbH & Co. KG	ORF Network ORF TV Thek ORF.at
ProSiebenSat.1 PULS 4 GmbH	P7S1P4 Network
Purpur Media	nachrichten.at

	PurPur Media Network salzburg.com
Radio Marketing Service GmbH Austria	Webradio
RMA Media Services GmbH	meinbezirk.at
Russmedia GmbH	Russmedia Network tt.com vol.at
Sportradar Media Services	laola1.tv
STANDARD Verlagsgesellschaft m.b.H.	derstandard.at
styria digital one	diepresse.com kleinezeitung.at SDO Network
Telekurier Online Medien GmbH&CoKG	Kurier Network kurier.at
Twist Zeitschriften Verlag GmbH	kosmo.at
United Internet Media	gmx.at
willhaben internet service	willhaben.at
YOC	YOC Network

Hörfunk	
Vermarkter	Sender
Kronehit Radio Betriebs GmbH	KRONEHit National
Mein Kinderradio Limited	Mein Kinderradio Limited
Radio Marketing Service GmbH Austria	RMS Austria Singlespots RMS Austria Top Kombi
OOH Gewista Werbegesellschaft mbH	Screens
GroupM OG	Screens
Infoscreen Austria Gesellschaft für Stadtinformationsanlagen GmbH	Screens
Zugkraft Vermarktungs GmbH	Screens

TV	
Sendergruppe	Sender
A.Digital Errichtungs-u. Beteiligung GmbH	OE24 TV
IP Österreich GmbH	NTV R9 RTL RTL2 VOX
ProSiebenSat.1 PULS 4 GmbH	ATV ATV2 Café Puls KABEL1 KABEL1 Doku PRO7 PRO7 Maxx Puls 4 SAT 1

Vermarkter/Medium	Kosten in Euro
Kronehit Radio Betriebs GmbH	141.015,38
KRONEHit National	141.015,38

Mein Kinderradio Limited	10.345,86
Mein Kinderradio Limited	10.345,86
Radio Marketing Service GmbH Austria	1.399.779,43
RMS Austria Singespots	390.059,04
RMS Austria Top Kombi	1.009.720,39
TV	
A.Digital Errichtungs-u. Beteiligung GmbH	42.538,28
OE24 TV	42.538,28
IP Österreich GmbH	326.483,42
NTV	5.451,88
R9	8.068,34
RTL	152.069,36
RTL2	43.909,31
VOX	116.984,53
ProSiebenSat.1 PULS 4 GmbH	1.164.357,82
ATV	151.589,63
ATV2	66.246,28
Café Puls	56.779,55
KABEL1	99.700,47
KABEL1 Doku	97,02
PRO7	367.310,91
PRO7 Maxx	32.694,64
PULS 4	208.379,53
SAT 1	181.559,81

Zu Frage 11:

11. Im Anzeigenverkauf gibt es eine Vielzahl von Rabatten bzw. Nachlässen. Nimmt die Wavemaker GmbH auch Rabatte bzw. Nachlässe in Anspruch?
- Falls ja, welche Rabatte wurden im Rahmen der Phase 1 der Aufklärungskampagne in Anspruch genommen? (Bitte um genaue Auflistung)
 - Falls ja, welche Rabatte wurden im Rahmen der Phase 2 der Aufklärungskampagne in Anspruch genommen? (Bitte um genaue Auflistung)
 - Falls ja, welche Rabatte wurden im Rahmen der Phase 3 der Aufklärungskampagne in Anspruch genommen? (Bitte um genaue Auflistung)
 - Falls ja, welche Rabatte wurden im Rahmen der Phase 4 der Aufklärungskampagne in Anspruch genommen? (Bitte um genaue Auflistung)
 - Falls ja, welche Rabatte wurden im Rahmen der Phase 5 der Aufklärungskampagne in Anspruch genommen? (Bitte um genaue Auflistung)
 - Falls ja, welche Rabatte wurden im Rahmen der Phase 6 der Aufklärungskampagne in Anspruch genommen? (Bitte um genaue Auflistung)
 - Falls ja, welche Rabatte wurden im Rahmen der Phase 7 der Aufklärungskampagne in Anspruch genommen? (Bitte um genaue Auflistung)

- h.) Falls ja, welche Rabatte wurden im Rahmen der Phase 8 der Aufklärungskampagne in Anspruch genommen? (Bitte um genaue Auflistung)*

Selbstverständlich werden Rabatte und Preisnachlässe seitens der Wavemaker GmbH in Anspruch genommen. Diese können jedoch von Medium zu Medium unterschiedlich sein und sind von einer Vielzahl von Faktoren abhängig (Reichweite, Schalttermin, Format des Inserats, Häufigkeit der Schaltung usw.). Die Rabatte und Nachlässe werden dem Kunden in der Regel weitergegeben.

Ich ersuche um Verständnis, dass zum Schutz des Geschäftsgeheimnisses und aus Gründen des Datenschutzes von einer detaillierten Aufstellung der tatsächlich gewährten Rabatte Abstand genommen werden muss.

Zu den Fragen 12 bis 15

12. *Wieso wurde am 16. Juni 2020 ein Auftrag an die Wavemaker GmbH Mediaagentur, die MediaCom - die Kommunikationsagentur GmbH und die UM PanMedia Kommunikationsberatung und Mediaeinkauf GmbH vergeben?*
 - a.) *Wann wurden die Verhandlungen aufgenommen?*
 - b.) *Gab es andere Anbieter, die in Frage gekommen sind?*
 - c.) *Wenn ja, welche?*
 - d.) *Auf welchen Zeitraum wurde der Vertrag geschlossen?*
 - e.) *Nach welchen Kriterien werden die einzelnen Aufträge im Rahmen dieser Vereinbarung zwischen den unterschiedlichen Unternehmen aufgeteilt und wer ist für die Aufteilung zuständig?*
13. *Wurde der aktuelle Medienauftrag in Höhe von € 25.000.000,00 im Ministerrat besprochen?*
 - a.) *Wenn ja, in welcher Sitzung?*
 - b.) *Wenn nein, welche Gremien des Bundes oder welches Ministerium entscheidet über derartige Großaufträge der Republik?*
14. *Gegenstand des Vertrages sind Media-Agenturleistungen inklusive Mediaschaltungen in Angelegenheiten der allgemeinen Regierungspolitik. Welche Firma wird konkret welche Angelegenheiten übernehmen? (Bitte um Auflistung)*
15. *Wie werden die € 25.000.000,00 konkret unter den Unternehmen verrechnet?*

Dabei handelt es sich um den im Juli 2020 abgeschlossenen BBG-Rahmenvertrag.

Darüber hinaus ersuche ich um Verständnis, dass diese Fragen zu Geschäftstätigkeiten der Bundesbeschaffung GmbH nach den Bestimmungen des Bundesministeriengesetzes 1986 in der nunmehr geltenden Fassung, BGBl. I Nr. 8/2020, nicht Gegenstand meines Vollzugsbereiches sind und somit von mir nicht beantwortet werden können.

Sebastian Kurz

