

AA

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: 2020-0.620.102

. November 2020

Sehr geehrter Herr Präsident!

Die Abgeordneten zum Nationalrat Brandstötter, Kolleginnen und Kollegen haben am 25. September 2020 unter der **Nr. 3557/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend Werbeausgaben 2020 gerichtet.

Diese Anfrage beantworte ich wie folgt:

Zu Frage 1:

- *Welche Kampagnen wurden mit dem angegebenen Budget von Ihrem Ministerium bzw. der nachgeordneten Dienststellen für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit ausgehend im Jahr 2020 umgesetzt? Bitte um Auflistung nach Monat, genutzten Medien und Beträgen.*

Im Zeitraum 1. Jänner 2020 bis zum Tag der Anfragestellung wurden folgende Kampagnen in meinem Ressort umgesetzt und abgerechnet:

| Medium | Betrag € (brutto) | Monat (abgerechnet) |
|---------------------------------------|-------------------|---------------------|
| Kampagne „VSK – Motorrad 2020“ | | |
| Tageszeitungen | | |
| Oberösterreichische Nachrichten | 12.182,94 | Juni 2020 |
| Tiroler Tageszeitung | 11.077,50 | Juni 2020 |
| Vorarlberger Nachrichten | 13.315,68 | Juli 2020 |
| Salzburger Nachrichten | 9.205,87 | Juni 2020 |
| Wochenzeitungen | | |
| Kleine Zeitung | 13.736,16 | Juni 2020 |
| Magazine | | |
| Motorrad Magazin | 6.226,80 | Juli 2020 |

| | | |
|---|-----------|----------------|
| Kosmo | 9.979,20 | Juli 2020 |
| Autotouring | 12.542,04 | Juli 2020 |
| online | | |
| Krone.at | 3686,40 | Juni 2020 |
| Krone.at | 19.353,60 | Juli 2020 |
| oe24.at | 12.000,00 | September 2020 |
| willhaben.at | 5.000,00 | Juni 2020 |
| heute.at | 2.115,00 | Juni 2020 |
| heute.at | 9.869,98 | Juni 2020 |
| | | |
| Kampagne „Raus aus dem Öl 2020“ | | |
| Tageszeitungen | | |
| Kronen Zeitung | 27.843,61 | Juli 2020 |
| Österreich | 19.942,75 | August 2020 |
| Heute | 13.834,62 | August 2020 |
| Kurier | 7.778,68 | August 2020 |
| Oberösterreichische Nachrichten | 12.182,94 | Juli 2020 |
| Tiroler Tageszeitung | 11.077,50 | Juli 2020 |
| Vorarlberger Nachrichten | 13.315,68 | August 2020 |
| die Presse | 7.728,87 | Juli 2020 |
| der Standard | 6.851,26 | Juli 2020 |
| Salzburger Nachrichten | 9.205,87 | Juli 2020 |
| Wochenzeitungen | | |
| RMA | 33.972,75 | August 2020 |
| Kleine Zeitung | 13.736,16 | Juli 2020 |
| Magazine | | |
| Südwind | 3.496,50 | September 2020 |
| Der österreichische Installateur | 5.355,00 | September 2020 |
| Gewinn | 7.560,00 | September 2020 |
| online/Podcast | | |
| Missing Link - Podcasts | 21.000,00 | September 2020 |
| Südwind.online | 180,00 | September 2020 |
| willhaben.at | 6.000,00 | August 2020 |
| Krone.at | 23.040,00 | August 2020 |
| Heute.at | 11.984,98 | August 2020 |
| oe24.at | 12.000,00 | September 2020 |
| Standard.at | 2.999,99 | August 2020 |
| Presse.com | 6.210,00 | August 2020 |
| | | |
| Kampagne „Österreich radelt 2020“ | | |
| Wochenzeitungen | | |
| Falter | 4.851,00 | September 2020 |
| | | |
| Kampagne „Sicherheit am Schulweg 2020“ - VSF | | |
| Tageszeitungen | | |
| Heute | 8.190,00 | September 2020 |
| | | |

Folgende Kampagnen wurde seitens des Österreichischen Patentamtes umgesetzt:

| Medium | Betrag in € (brutto) | Monat (abgerechnet) |
|---|----------------------|---------------------|
| Kampagne „#bistdupatent“ | | |
| Facebook | 240,78 | Jänner 2020 |
| Facebook | 639,89 | Februar 2020 |
| | | |
| Staatspreisträger*innen von morgen | | |
| Facebook | 773,32 | April 2020 |
| Facebook | 1.038,14 | Mai 2020 |
| Linkedin (Verlängerung der Einreichfrist) | 312,22 | April 2020 |
| Linkedin (Verlängerung der Einreichfrist) | 378,77 | Mai 2020 |

Zu den Fragen 2:

- *Gab es zur Umsetzung dieser Kampagnen Verträge zwischen Ihrem Ministerium bzw. der nachgeordneten Dienststellen für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit mit einer oder mehreren (Media)agenturen?*
- a. *Wenn ja, mit welchen?*
 - b. *Wenn ja, welche Kampagnen wurden mit welcher (Media)agentur umgesetzt?*
 - c. *Wenn ja, welcher Part der Umsetzung wurde von der/den Agentur/en übernommen?*
 - d. *Wenn ja, bitte um Angabe der jeweiligen Vertragslaufzeiten.*
 - e. *Wenn ja, bitte um Angabe der darin investierten Beträge.*
 - f. *Wenn ja, gibt es Agenturprovisionen?*
 - i. *Wenn ja, wie hoch ist diese und wer zahlt sie?*

Seitens des BMK wurden für folgende oben angeführt Kampagnen Agenturleistungen in Anspruch genommen:

- Für die Kampagne „Österreich radelt 2020“ wurde die Agentur „beyond.ag“ beauftragt. Der Umfang der Leistungen belief sich auf Kreativleistungen (Kreation) und den Gesamtbetrag von € 29.760,00 (brutto). Leistungszeitraum war Juli bis August 2020.
- Für die Kampagne „VSK Motorrad 2020“ wurde die Agentur „beyond ag.“ beauftragt. Der Umfang der Leistungen belief sich auf Kreativleistungen (Kreation) und den Gesamtbetrag von € 8.448,00. (brutto). Leistungszeitraum war Mai 2020.

Seitens des Österreichischen Patentamtes folgende oben angeführten Kampagnen Agenturleistungen in Anspruch genommen:

- Für die Kampagne „#bistDuPatent“ wurde die Agentur BRFI – Büro für Interaktion (TOMAN) beauftragt. Der Umfang der Leistungen belief sich auf einen Gesamtbetrag von € 10.080,00. Leistungszeitraum war Oktober 2019 bis Jänner 2020.
- Für den Staatspreis Patent 2020 wurden Leistungen der Agentur message Marketing & Communications GmbH in Anspruch genommen. Die Leistung ist Teil des gesamten Grafikpaketes, der Betrag für die einzelnen Sujets können nicht extra ausgewiesen werden. Leistungszeitraum war Jänner bis November 2020)

Es wurde in keinem der Fälle eine Agenturprovision bezahlt.

Zu Frage 3:

- *Beauftragt Ihr Ministerium eine Agentur, die sich um die einzelnen Sujets bzw. die Formatanpassungen für die einzelnen Vorgaben der Medienpartner kümmert?*
 - a. *Wenn ja, welche und zu welchen Konditionen?*
 - i. *Gibt es eine Agenturprovision?*
 - b. *Wenn nein, wer macht die Formatanpassungen und wer beauftragt diese?*

Ja, aber nur bei Bedarf, wenn Aufgaben intern durch die Kommunikationsabteilung nicht abgedeckt werden können. Es wird in diesem Fall eine der Agenturen ausgewählt, mit denen das Bundeministerium einen Rahmenvertrag abgeschlossen hat. Wenn keine Agentur dafür beauftragt wird, ist grundsätzlich die Kommunikationsabteilung zuständig und kümmert sich sowohl um Sujets als auch Formatanpassungen.

Seitens des Österreichischen Patentamtes als nachgeordnete Dienststelle wird der Großteil der Sujets im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit ebenfalls intern erstellt und entsprechend angepasst. Es werden daher auch keine Agenturprovisionen berechnet. Die Beauftragung der Formatanpassungen erfolgt durch die Abteilung Externe und interne Kommunikation und Dokumentation des Österreichischen Patentamtes.

Zu Frage 4:

- *Wer ist in Ihrem Ministerium für die Wahl der Medien, in welchen Werbung geschaltet wird, verantwortlich?*
 - a. *Nach welchen Kriterien werden die Medien ausgewählt?*
 - b. *Unterscheiden sich diese Kriterien je nach Medientyp? Wenn ja, bitte um Aufschlüsselung der Kriterien nach Medientyp.*

Verantwortlich für die Auswahl der Medien ist die Kommunikationsabteilung des BMK in Abstimmung mit den zuständigen Fachabteilungen sowie den für Kommunikation zuständigen Mitarbeiter_innen in meinem Kabinett. Die Medien werden in erster Linie nach den Kriterien Reichweite und Zielgruppe ausgewählt. Zentrales Auswahlkriterium ist aber stets, welche Zielgruppe erreicht werden soll.

Beim Österreichischen Patentamt erfolgt die Auswahl nach Rücksprache mit der Amtsleitung des Österreichischen Patentamtes durch die Abteilung Externe und interne Kommunikation und Dokumentation. Auch hier werden die Medien zielgruppenspezifisch ausgewählt.

Leonore Gewessler, BA

