

Elisabeth Köstinger
Bundesministerin für
Landwirtschaft, Regionen und Tourismus

Herrn
Mag. Wolfgang Sobotka
Präsident des Nationalrats
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2020-0.621.470

Ihr Zeichen: BKA - PDion
(PDion)3559/J-NR/2020

Wien, 25.11.2020

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Henrike Brandstötter, Kolleginnen und Kollegen haben am 25.09.2020 unter der Nr. **3559/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Werbeausgaben 2020“ gerichtet.

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

Zur 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.

Es wird auf die Beantwortungen der parlamentarischen Anfragen

- Nr. 476/J vom 8. Jänner 2020
- Nr. 1534/J vom 15. April 2020
- Nr. 1783/J vom 28. April 2020
- Nr. 2670/J vom 7. Juli 2020

verwiesen.

Darüber hinaus wurden bis 25. September 2020 folgende Inserate geschaltet:

Informationszweck/Sujet	Medium/Verlag	Monat	Kosten in Euro brutto
Entlastungspaket Land- und Forstwirtschaft	TopAgrar	Juli	2.806,14
Waldfonds Forstwirtschaft/Paket	Bauernjournal	Juli	6.237,10
Gemeindepaket	Public	Juli	2.670,96
Frisch zu mir	Kurier	Juli	5.890,50
Sichere Gastfreundschaft	Österreich	Juli	15.625,75
Frisch zu mir	krone.at	Juli	33.180,00
Frisch zu mir	Facebook, Instagram	Juli	3.780,00
Info Forstwirtschaft ,Info Landwirtschaft, Leitlinien Veranstaltungen, Lieblingsplatz Österreich, Ausschreibung, regionale Zutaten, Urlaub in Österreich	Facebook	Juli	6.305,70
Info Forstwirtschaft, Info Landwirtschaft, Leitlinien Veranstaltungen, Lieblingsplatz Österreich, Ausschreibung, regionale Zutaten, Urlaub in Österreich	Instagram	Juli	823,64
Waldfonds Forstwirtschaft/Paket	Blick ins Land	August	11.844,00
Waldfonds Forstwirtschaft/Paket	TopAgrar	August	2.863,40
Sichere Gastfreundschaft	Falstaff	August	6.769,80
Sichere Gastfreundschaft	Österreich	August	15.625,75
Frisch zu mir	Österreich	August	15.625,75
Frisch zu mir	KOBV / Gemeinsam stärker	August	1.650,60
Waldfonds Forstwirtschaft/Paket	Agrarkurier Burgenland	August	1.839,60
Sichere Gastfreundschaft	HEUTE	August	14.544,53
Sichere Gastfreundschaft	Hotel & Touristik	August	476,28
Sichere Gastfreundschaft	Hotel Gastro & Style	August	600,00
Gemeindepaket	Kommunal	August	15.177,77
Almregeln, regionale Lebensmittel, Info Pilze sammeln, Urlaub in Österreich	Facebook	August	4.342,16
Almregeln, regionale Lebensmittel, Info Pilze sammeln, Urlaub in Österreich	Instagram	August	831,64
Wasserschutz-Tipps, Wasseraktiv, Hochwasserschutz	BIORAMA	August	2.500,00
Waldfonds Forstwirtschaft/Paket	Blick ins Land	September	11.844,00
Waldfonds Forstwirtschaft/Paket	TopAgrar	September	2.863,40
Gemeindepaket	Public	September	2.670,96
Frisch zu mir + Investitionsprämie	NÖN	September	14.699,16
Das isst Österreich	Österreich	September	15.625,75
Frisch zu mir	Liezener Bezirksnachrichten	September	1.155,42
Waldfonds Forstwirtschaft/Paket	Waldmagazin	September	4.241,16
Frisch zu mir	HEUTE	September	14.544,53
Sichere Gastfreundschaft	Falstaff	September	2.815,20
Sicher durch die Krise	ExtraDienst	September	5.040,00
Tourismus	Rolling Pin	September	17.813,06
Sichere Gastfreundschaft	Rolling Pin	September	3.600,00
Sichere Gastfreundschaft	Rolling Pin	September	2.229,11
Sichere Gastfreundschaft	Hotel & Design	September	1.560,00
Genuss Region Österreich	KT1	September	6.999,00
Urlaub in Österreich, regionale Qualität, Nahversorgung	Kommunal	September	4.271,40

Info Forstwirtschaft, Info Landwirtschaft, Sichere Gastfreundschaft, Das isst Österreich, Genuss-Landkarte, regionale Lebensmittel	Facebook	September	6.609,02
Info Forstwirtschaft, Info Landwirtschaft, Sichere Gastfreundschaft, Das isst Österreich, Genuss-Landkarte, regionale Lebensmittel	Instagram	September	1.512,97

Zur Frage 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?

Es wird auf die Beantwortungen der parlamentarischen Anfragen

- Nr. 1534/J vom 15. April 2020
- Nr. 1783/J vom 28. April 2020
- Nr. 2670/J vom 7. Juli 2020
- Nr. 3158/J vom 21. August 2020

verwiesen.

Darüber hinaus sind abgerechnete Agenturleistungen bis 25. September 2020 der nachfolgenden Tabelle zu entnehmen:

Zweck/Leistung	Agentur	Part der Umsetzung	Vertragslaufzeit	Kosten in Euro brutto
Almregeln	APA-OTS Originaltext- Service GmbH	Videoservice	21.07.2020	4.992,00
Generation Blue – Bewusstseinsbildung von Jugendlichen zum Thema Wasser	bettertogether GmbH	Informationen zur Gewässerökologie, Aufklärung Entsorgung von Hygieneartikel	1.10.2019 – 30.09.2023	10.652,40
Organisation und Durchführung Danube Art Master 2020	Jugendplattform JUMP	Umsetzung in Österreich	13.03.2020 – 30.11.2020	4.900,00
Organisation und Durchführung Danube Day 2020 (digital)	Mediacontacta GmbH	Umsetzung des digitalen Konzepts	01.01.2020 – 31.07.2020	12.000,00

Zur 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?

Die Formatanpassungen erfolgen intern durch Mitarbeiterinnen bzw. Mitarbeiter des Bundesministeriums für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus.

Zur 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

Bei der Auswahl der Medien 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 für Öffentlichkeitsarbeit zuständigen Personen sind der Geschäfts- und Personaleinteilung zu entnehmen.

Elisabeth Köstinger

