

4673/AB
vom 17.02.2021 zu 4673/J (XXVII. GP)
Bundesministerium bmlrt.gv.at
 Landwirtschaft, Regionen
 und Tourismus

Elisabeth Köstinger
 Bundesministerin für
 Landwirtschaft, Regionen und Tourismus

Herrn
 Mag. Wolfgang Sobotka
 Präsident des Nationalrats
 Parlament
 1017 Wien

Geschäftszahl: 2020-0.839.801

Ihr Zeichen: BKA – PDion (PDion)
 4673/J-NR/2020

Wien, 17.02.2021

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Henrike Brandstötter, Kolleginnen und Kollegen haben am 17.12.2020 unter der Nr. **4673/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Lass dich testen“ gerichtet.

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

Eingangs darf angemerkt werden, dass über die Beantwortung der gestellten Fragen durch das Bundesministerium für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus hinaus auf die Beantwortung der parlamentarischen Anfrage Nr. 4675/J vom 17. Dezember 2020 durch den Bundeskanzler verwiesen wird.

Zu den Fragen 1, 3, 4 und 6:

- Wie hoch waren die Gesamtausgaben des Ministeriums bzw. der nachgeordneten Dienststellen für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit, die in direktem Zusammenhang mit den Massentests stehen?
- Wie hoch waren die Ausgaben Ihres Ministeriums für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit (inkl. Ausgaben für Agenturen) in Print- und Onlinemedien sowie audiovisuellen Medien, die nach § 2 MedKF-TG meldepflichtig sind, die in

direktem Zusammenhang mit den Massentests stehen? Bitte um Aufschlüsselung nach Medium, Datum, Ort der Veröffentlichung.

- Wie hoch waren die Ausgaben Ihres Ministeriums für Inserate, TV-Spots, Radio-Spots, Werbung in Sozialen Netzwerken sowie Search (Google), Medienkooperationen und Sponsored Content, die in direktem Zusammenhang mit den Massentests stehen? Bitte um Übermittlung des Mediaplans bzw. um Aufschlüsselung nach Titel, Medium, Datum, Kanal und Häufigkeit.
- Hat Ihr Ministerium im Zuge der Kampagne zur "Österreich testet" – Aktion "Influencer-Marketing" betrieben", d.h. Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit über Blogs, YouTube-, Instagram-, Facebook-Kanäle o.ä. Dritter, wo die Informationsarbeit in direktem Zusammenhang mit den Massentests steht?
 - a. Wenn ja, was, und welchem Umfang und auf welchen Kanälen?
 - b. Wenn ja, wie hoch waren die Ausgaben? Bitte um Aufschlüsselung nach Kosten, Anbieter_innen und Datum.
 - c. Wenn ja, wurde dafür die Leistung von Dienstleister_innen bzw. Agenturen in Anspruch genommen? Bitte um Aufschlüsselung nach Kosten, Agentur und Datum.
 - d. Wenn nein, weshalb wurden keine Dienstleister_innen bzw. Agenturen beauftragt und wer hat in diesem Fall dann welche Aufgaben übernommen?

Die von der Zentralstelle des Bundesministeriums für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus in Auftrag gegebenen Inserate bzw. Onlineschaltungen, die im direktem Zusammenhang mit den Massentests stehen, sind der nachfolgenden Tabelle zu entnehmen.

Medium	Veröffentlichungsdatum/Dauer	Abgerechnete Kosten in Euro brutto
Facebook*	Dezember 2020	4.219,02
Instagram*	Dezember 2020	1.180,44
Faktum	04.12.2020	6.300,00
Top Agrar	04.12.2020	280,80
Heute	10.12.2020	14.544,53
Österreichische Bauernzeitung	11.12.2020	306,00
Elite	11.12.2020	7.560,00

* Zum Zeitpunkt der Anfragebeantwortung wurde vom Bundesministerium für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus kein entsprechender Instagram-Account betrieben. Anzeigen können ohne Account geschalten werden. Diese erfolgten über den Facebook-Account „Bundesministerium für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus“.

Der Absender der in der Tabelle angeführten Inserate bzw. Onlineschaltungen war das Bundesministerium für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus.

Zu den Fragen 2, 9 und 11 bis 13:

- So Ihr Ministerium nicht Hauptverantwortlich für die Kampagne war:
 - a. Hat Ihr Ministerium einen Anteil der Kosten getragen und wenn ja, in welcher Höhe?
 - b. Hat Ihr Ministerium über eine eventuelle Kostenübernahme hinaus noch etwas zur Kampagne beigetragen und wenn ja, was und in welchem Umfang?
- Ist Ihnen bewusst, dass in der Kampagne teilweise falsche Daten als Testmöglichkeit angegeben wurden und ganzseitige Inserate in Bundesländerzeitungen zu einem Zeitpunkt erschienen, als die Testungen schon vorbei waren?
 - a. Wenn ja, was werden Sie unternehmen, damit solche Schnitzer nicht mehr passieren?
 - b. Wenn nein, wohin sollen wir Belege schicken?
- Wie wurde sichergestellt, dass die Informationen zu den Massentests auch in Österreich lebende Menschen mit Migrationshintergrund erreichen?
 - a. Bitte um Aufschlüsselung dieser Kampagnen bzw. dieses Kampagnenteils nach Medium, Kosten, Umfang und Datum.
 - b. Wieviel Prozent des Gesamtbudgets wurden für die Zielgruppenansprache von Menschen mit Migrationshintergrund verwendet? Bitte um Übermittlung entsprechender Belege.
 - c. Wurde hierfür eine Agentur beauftragt?
 - i. Wenn ja, welche und zu welchen Konditionen?
- Wie wurde sichergestellt, dass die Informationen zu den Massentests auch junge Menschen erreichen?
 - a. Bitte um Aufschlüsselung dieser Kampagnen bzw. dieses Kampagnenteils nach Medium, Kosten, Umfang und Datum.
 - b. Wieviel Prozent des Gesamtbudgets wurden für die Zielgruppenansprache von jungen Menschen verwendet? Bitte um Übermittlung entsprechender Belege.
 - c. Wurde hierfür eine Agentur beauftragt?
 - i. Wenn ja, welche und zu welchen Konditionen?
- Der Absender auf den Inseraten lautete "Die Bundesregierung". Damit ist nicht klar, welches Ministerium Auftraggeber_in ist. Was wollen Sie unternehmen, damit zukünftig auch für die Opposition klar ersichtlich ist, wer Auftraggeber_in von Kampagnen ist?

Es darf auf die Beantwortung der parlamentarischen Anfrage Nr. 4675/J vom 17. Dezember 2020 durch den Bundeskanzler verwiesen werden.

Zu den Fragen 5, 7 und 8:

- Gab es Aufteilungen der Ausgaben zwischen dem Ministerium und weiteren Partner_innen, etwa NGOs?
 - a. Wenn ja, welche Aufgaben wurden weshalb wie zwischen wem aufgeteilt?
 - b. Wenn ja, wer hat weshalb welche Kosten übernommen?
- Beauftragt Ihr Ministerium eine_n Dienstleister_in bzw. Agentur, der oder die sich um die einzelnen Sujets bzw. die Formatanpassungen für die einzelnen Vorgaben der Medienpartner_innen im Rahmen der Kampagne zu "Österreich testet" kümmert?
 - a. Wenn ja, wen bzw. welche und zu welchen Konditionen?
 - i. Gibt es eine (Agentur)provision?
 1. Wenn ja, wie hoch ist diese und wer bezahlt sie?
 - b. Wenn nein, wer macht die Formatanpassungen und wer beauftragt diese?
- Wurde eine Mediaagentur für das Buchen der Kampagne beauftragt?
 - a. Wenn ja, um welche handelt es sich?
 - b. Wenn ja, zu welchen Konditionen wurde diese beauftragt?
 - c. Wenn ja, wer hat diese beauftragt?
 - d. Wenn nein, weshalb nicht und wer hat diese Aufgabe stattdessen übernommen?

Nein.

Zur Frage 10:

- Welche Zielgruppen wollte man mit der Kampagne vorrangig erreichen, wie wurde dies gewährleistet und wie wurde eine Erfolgsmessung durchgeführt?

Für eine möglichst effektive wie auch umfassende Informationsarbeit ist es maßgeblich, über verschiedene Zielgruppen (z. B. Landwirtinnen und Landwirte) sowie unterschiedliche Kanäle und Medien möglichst viele Rezipientinnen und Rezipienten zu erreichen.

Elisabeth Köstinger

