

Mag. (FH) Christine Aschbacher
Bundesministerin

christine.aschbacher@bmafj.gv.at
+43 1 53 115-0
Untere Donaustraße 13-15, 1020 Wien

Herrn
Präsidenten des Nationalrates
Mag. Wolfgang Sobotka
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2020-0.146.358

Wien, am 06. März 2020

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Mag.^a Karin Greiner, Genossinnen und Genossen haben am 08. Jänner 2020 unter der Nr. **478/J** an meinen Amtsvorgänger, Bundesminister für Arbeit, Soziales, Gesundheit und Konsumentenschutz, eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Werbe- und Informationsausgaben zwischen 03.Juni 2019 und 07. Jänner 2020“ gerichtet.

Ich darf darauf hinweisen, dass die Angelegenheiten aus dem Bereich Arbeit mit dem Inkrafttreten der Bundesministeriengesetz-Novelle 2020, BGBl. I Nr. 8/2020 in meinen Zuständigkeitsbereich übergegangen sind und beantworte die Anfrage für den Bereich Arbeit wie folgt:

Zu Frage 1:

- *Auf welche Höhe beliefen sich die Gesamtausgaben ihres Ressorts zwischen dem 03. Juni 2019 und dem 07. Jänner 2020 für Werbe- bzw. Informationskampagnen?*

Auf die Beantwortung der Parlamentarischen Anfrage Nr. 472/J wird verwiesen.

Zu Frage 2:

- *Welche einzelnen Kampagnen bestehend aus welchen Schaltungen wurden im o.g. Zeitraum gebucht bzw. durchgeführt?
Um eine Auflistung mit folgenden Angaben wird gebeten*
 - Durchführende Agentur*
 - Kampagne*

- iii) Maßnahmen (konkrete Werbemittel, Schaltungen und Frequenz)
 iv) Periodische, nicht-periodische oder elektronische Medien
 v) MedienanbieterInnen/Medium
 vi) Zeitraum der Schaltung
 vii) Kosten der einzelnen Schaltung (gesamt, netto-netto bzw. CPC/CPV/CPM)
 viii) Rabatte

Durchführende Agentur	ARGE Unique Werbe Ges.m.b.H. und bettertogether GmbH
Kampagne	Kommunikationsarbeit „Ausbildung bis 18“
Maßnahme	Webseite samt Adaptierungen für Koordinationsstellen, Folder Mutationen und Übersetzungen; Sujets Drucksorten für Koordinierungsstellen, Digital Marketing über Google Ads
Medium	Webseite; Folder
Zeitraum der Schaltung	Keine/r
Kosten der einzelnen Schaltung	monatlich EUR 300,- für Google Ads
Rabatte	Seitens des BMAFJ werden im Sinne der Wirtschaftlichkeit, Sparsamkeit und Zweckmäßigkeit selbstverständlich alle Vergünstigungsmöglichkeiten, Rabatte o. ä. ausgeschöpft. Es wird jedoch um Verständnis ersucht, dass diese Vertragsdetails Geschäftsgeheimnisse darstellen, die nicht bekannt gegeben werden dürfen.

Durchführende Agentur	Dr. Richard
Kampagne	„EUropa im Burgenland“ (ESF)
Maßnahme	Branding eines Buses der Linie G1 im Total Look
Medium	Bus
Zeitraum der Schaltung	09.04.2019 – 09.05.2019
Kosten	8.832,00
Rabatte	s.o.

Durchführende Agentur	Vorarlberger Verkehrsbund	ÖBB Werbung	ÖBB Werbung
Kampagne	„EUropa in Vorarlberg“ (ESF)		
Maßnahme	Schaltung in Fahrgastinformationsschirme - 5 Sekunden mit zwei Bildern	Schaltung in City Lights an drei Standorten (1*Feldkirch, 2*Rankweil)	Schaltung in Rail Screen Stationen an zwei Standorten (Dornbirn, Bregenz)
Medium	Busse	City Lights	Rail Screens
Zeitraum der Schaltung	02.05. – 16.5.2019	17.04.2019 - 16.05.2019	03.05.2019 - 16.05.2019
Kosten	705,60	1.118,63	1.664,41
Rabatte	s.o.	s.o.	s.o.

Zur Kampagne Dienstleistungsscheck wurden von der Agentur UM Panmedia im Zeitraum 21.10.-17.11.2019 für den Bereich Arbeit in folgenden elektronischen Medien Schaltungen als Werbemittel getätigt:

www.derstandard.at	Kosten: EUR 7 758,94
www.gusto.at	Kosten: EUR 1 561,97
www.kleinezeitung.at	Kosten: EUR 6 025,31
www.krone.at	Kosten: EUR 8 923,46
www.lustaufsleben.at	Kosten: EUR 569,54
www.salzburg24.at	Kosten: EUR 2 680,20
www.sn.at	Kosten: EUR 1 542,60
www.tt.com	Kosten: EUR 2 313,36
www.vol.at	Kosten: EUR 2 313,36
www.woman.at	Kosten: EUR 1 585,19

Darüber hinaus wird auf die Anfrage 472/J verwiesen.

Zu Frage 3:

Hat Ihr Ressort im O.g. Zeitraum eigens Medien herausgegeben?

a) Wenn ja, in welcher Form?

b) Wenn ja, wie hoch waren die Ausgaben dafür, aufgeschlüsselt nach Art des Mediums?

Im Bereich des ESF wurden im Zeitraum 3.6.2019 bis 31.12.2019 zwei Ausgaben des periodisch erscheinenden Magazins „ESF insight“ mit einer Auflage von je 1000 Stück und Gesamtkosten von je EUR 7.980,- herausgegeben.

Zu Frage 4:

- *Wurden externe Agenturen mit der Bearbeitung bzw. Erstellung dieser Kampagnen betraut?*
- a) *Wenn ja, wie hoch waren die Gesamtkosten dafür im o.g. Zeitraum?*
- b) *Wenn ja, wurden die Agenturen mittels Ausschreibungen ermittelt?*
- c) *Welche Agenturen wurden jeweils in welcher Höhe beauftragt?*

Mit der Kampagne für „Ausbildung bis 18“ wurden externe Agenturen betraut:

- a) Die Gesamtkosten (exklusive Werbeschaltungen) betragen im o.g. Zeitraum EUR 73.358,40
- b) Die Agenturen wurden mittels Ausschreibungen ermittelt.
- c) Es wurden die Agenturen ARGE Unique Werbe Ges.m.b.H. und bettertogether GmbH (Bietergemeinschaft) mit einem Auftragswert in Höhe von EUR 76.568,40 (inkl. der zu Jahresbeginn 2020 ausgezahlten EUR 9.612) beauftragt.

In Hinblick auf den ESF wird auf die Beantwortung der Frage 2 verwiesen. Alle Aufträge wurden gemäß Bundesvergabegesetz mit Direktvergaben ermittelt.

Zu Frage 5:

- *Wie viele Personen in Ihrem Ressorts waren mit der Erstellung, Bearbeitung und Schaltung von Werbe-, bzw. Informationskampagnen in welchem Stundenausmaß jeweils betraut?*

Genauere Stundenzahlen können nicht angegeben werden können, weil MitarbeiterInnen meines Ressorts nicht ausschließlich mit nur einer Materie befasst sind und zudem keine Aufzeichnungen darüber vorliegen.

Zu Frage 6:

- *Wurden im O.g. Zeitraum Ausgaben für Medientrainings oder dergleichen verzeichnet?*

Nein.



Mag.^a (FH) Christine Aschbacher

