

Dr. Wolfgang Mückstein
Bundesminister

Herrn
Mag. Wolfgang Sobotka
Präsident des Nationalrates
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2021-0.609.175

Wien, 8.9.2021

Sehr geehrter Herr Präsident!

Ich beantworte die an mich gerichtete schriftliche parlamentarische **Anfrage Nr. 7373/J der Abgeordneten Mag. Gerhard Kaniak, Dr.ⁱⁿ Dagmar Belakowitsch, Peter Wurm und weiterer Abgeordneter betreffend #lassunsimpfen** wie folgt:

Ich schicke voraus, dass sich die gegenständliche parlamentarische Anfrage in erster Linie auf Fragen des *Vollzugs durch Krankenversicherungsträger* bezieht. Ungeachtet der Tatsache, dass dieser an sich nicht Gegenstand des Interpellationsrechts nach Art. 52 B-VG ist, habe ich in vorliegender Angelegenheit eine Stellungnahme der Österreichischen Gesundheitskasse (ÖGK) eingeholt. Diese Stellungnahme habe ich der Beantwortung zu Grunde gelegt.

Frage 1:

- *Wie hoch belaufen sich die Kosten dieser Kampagne?*

In der Sitzung des Verwaltungsrats der Österreichischen Gesundheitskasse (ÖGK) vom 16. Februar 2021 wurde die Durchführung dieser Kampagne mit einem Gesamtkostenrahmen von 950.000,- Euro einstimmig beschlossen.

Frage 2:

- *Wie schlüsseln sich diese Kosten auf?*

Die Österreichische Gesundheitskasse (ÖGK) teilte mit, dass die genehmigten Kosten auf Mediabudget, Kreativleistungen, Konzeption des Videos, Retouche, Lithographie, Songrechte sowie Produktion von Video, Song, Radiospot, Fotos und digitaler Werbemittel entfallen.

Frage 3:

- *Welche Unternehmen waren in der Ausgestaltung der Bild- und Videomaterialien zuständig?*

Nach Information der Österreichischen Gesundheitskasse (ÖGK) wurde die Lowe GGK Werbeagentur GmbH mit der Gesamtkonzeption der Kampagne sowie mit dem Erwerb der dazugehörigen Rechte beauftragt. Die Beauftragung erfolgte durch Abrufe aus einer bestehenden Rahmenvereinbarung. Die Lowe GGK Werbeagentur GmbH hat, basierend auf der erwähnten Rahmenvereinbarung, die Möglichkeit, sich zur Leistungserbringung unterschiedlichster Auftragnehmer:innen und Subunternehmer:innen zu bedienen.

Frage 4:

- *Welche Kosten sind in diesem Zusammenhang mit den jeweiligen Unternehmen angefallen?*

Der Äußerung der Österreichischen Gesundheitskasse (ÖGK) zufolge sind insgesamt Kosten in der Höhe von 929.182,26 Euro entstanden (für Gesamtkonzeption und Medienleistungen). Von einer genauen Zuordnung dieser Kosten zu den jeweiligen Unternehmen nehme ich jedoch Abstand, weil es sich dabei um sensible und vertrauliche Daten (Geschäfts- und Betriebsgeheimnisse) des vorgenannten Krankenversicherungsträgers und seiner Vertragspartner:innen handelt, denen meiner Einschätzung nach kein überwiegendes Interesse der anfragenden Abgeordneten gegenübersteht.

Frage 5:

- *Welche Werbekosten sind dabei für welches Medium (Rundfunk, TV, Printmedien etc.) angefallen?*

Die Österreichische Gesundheitskasse (ÖGK) teilte folgende Zahlen mit:

Hörfunk: 129.704,05 Euro

TV: 329.930,71 Euro (hier liegt die finale Abrechnung noch nicht vor)

Online: 90.000,- Euro

Fragen 6 bis 8:

- *Haben Sie bzw. Ihr Ministerium diese Werbekampagne angeregt?*
- *Wenn ja, auf welcher Grundlage?*
- *Wenn nein, wer hat diese Werbekampagne in Auftrag gegeben?*

Weder ich noch mein Ressort haben diese Werbekampagne angeregt. Auftraggeber der Kampagne war die ÖGK, welche im Rahmen der ihr von Gesetzes wegen eingeräumten Selbstverwaltung den zur Frage 1 angeführten Beschluss gefasst hat.

Fragen 9 und 10:

- *Welche Mittel wurden für diese Werbekampagne aufgewendet?*
- *Wer hat diese Mitteln bereitgestellt?*

Es wurden Mittel aus dem Budget der Österreichischen Gesundheitskasse (ÖGK) auf Grundlage des zur Frage 1 angeführten Beschlusses des Verwaltungsrates der ÖGK aufgewendet.

Fragen 11 und 12:

- *Gibt es Studien und/oder Statistiken zum Werbeerfolg dieser Kampagne?*
- *Wenn ja, welche?*

Nach Mitteilung der Österreichischen Gesundheitskasse (ÖGK) wurde der Gesamtauftritt laufend gemessen und wird eine Gesamtevaluierung vorgenommen. Die durchschnittliche Sessionzeit auf der Kampagnen-Landingpage liegt bei 78 Sekunden. Das bedeutet, dass die User:innen im Durchschnitt 78 Sekunden die Inhalte der Seite angesehen haben und nicht sofort wieder die Seite verlassen haben. Darüber hinaus wurden von Seiten der ÖGK folgende Daten bekanntgegeben:

Online (Zeitraum 25. Mai 2021 bis 4. Juli 2021):

Nettoreichweite (= Zahl der erreichten Einzelpersonen):	2.785.344 (37,79 %)
Total Impressions:	6.072.646
Total Klicks:	21.340
Total Views:	1.260.510

TV (Zeitraum 31. Mai 2021 bis 11. Juli 2021):

Nettoreichweite in der Zielgruppe 18 - 60 Jahre:	3.410.090 (68,6 %)
Gross Rating Point (GRP):	597,6

Hörfunk (Zeitraum 24. Mai 2021 bis 27. Juni 2021):

Nettoreichweite:	3.531.000 (68,5 % in der Zielgruppe)
Gross Rating Point (GRP):	1.076

Frage 13:

- *Wie bewerten Sie bzw. Ihr Ministerium den Werbeerfolg dieser Kampagne?*

Subjektive Bewertungen jeglicher Art (so auch die Interpretation von zur Verfügung gestellten Daten) sind jedenfalls nicht vom Umfang des Interpellationsrechts im Sinne des Art. 52 B-VG („*Geschäftsführung der Bundesregierung*“) umfasst, weshalb ich von einer inhaltlichen Beantwortung dieser Frage Abstand nehme.

Mit freundlichen Grüßen

Dr. Wolfgang Mückstein

