

 Bundeskanzleramt

bundeskanzleramt.gv.at

Alexander Schallenberg
Bundeskanzler

Herrn
Mag. Wolfgang Sobotka
Präsident des Nationalrats
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2021-0.641.834

Wien, am 12. November 2021

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Herr, Kolleginnen und Kollegen haben am 14. September 2021 unter der Nr. **7799/J** eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Wo bleibt die Impfkampagne?“ an meinen Amtsvorgänger gerichtet.

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

Zu den Fragen 1, 7, 9 und 10:

1. *Wie viel hat die Kampagne „Österreich impft“ bisher gekostet? (Mit der Bitte um Aufschlüsselung nach Kosten pro Monat bzw. Angabe der Gesamtkosten im Zeitraum von Anfang 2020 bis zur Beantwortung dieser Anfrage)*
7. *Gab es eine Infokampagne zur Corona-Schutzimpfung von Seiten des Bundes in folgenden Monaten und wenn ja, in welcher Form und mit welchem Budget?*
 - a. Jänner 2021
 - b. Februar 2021
 - c. März 2021
 - d. April 2021
 - e. Mai 2021
 - f. Juni 2021

- g. Juli 2021*
 - h. August 2021*
 - i. September 2021*
9. *Welches Budget stand 2020 für Informationskampagnen zur Corona-Schutzimpfung zu Verfügung?*
10. *Welches Budget steht 2021 für Informationskampagnen zur Corona-Schutzimpfung zu Verfügung?*
- a. *Wie viel davon wurde davon jeweils im Jänner 2021, Feber 2021, März 2021, April 2021, Mai 2021, Juni 2021, Juli 2021, August 2021, September 2021 ausgegeben?*

Die Kampagne „Österreich impft“ läuft erst seit Jänner 2021. Seither sind nachfolgende, bis zum Stichtag 5. Oktober 2021 abgerechnete Kosten für Schaltungen im Zeitraum Jänner 2021 bis September 2021 angefallen:

Monat	Kosten in Euro (inkl. aller Abgaben, exkl. Storno)
Jänner 2021	3.260.876,35
Februar 2021	244.625,87
März 2021	1.426.387,55
April 2021	1.654.371,36
Mai 2021	2.424.977,65
Juni 2021	2.032.267,79
Juli 2021	523.817,51
August 2021	198.890,11
September 2021	1.388.562,68

Zu den Fragen 2 bis 6, 8, 15 und 16:

2. *Warum lief die Kampagne „Österreich impft“ im Juli 2021 aus?*
3. *Wurde nach dem Auslaufen der Kampagne „Österreich impft“ im Juli 2021 vom Bundeskanzleramt Info-Kampagnen zur Aufklärung zur Corona-Schutzimpfung geschalten?*
 - a. *Wenn ja, in welcher Form?*
 - b. *Wenn ja, wie viel Budget steht dafür bereit?*

- c. Wenn nein, warum nicht?
4. Seit 1. Juli sind die täglich verabreichten Impfdosen rapide zurückgegangen. Welche Schritte hat das Bundeskanzleramt, seit 1. Juli für die Impfkampagne zuständig, unternommen, um diesen Abwärtstrend zu stoppen?
- a. In welcher zeitlichen Abfolge wurden diese Schritte gesetzt? (Mit Bitte um Auflistung inkl. Datum)
5. Gerry Foitik, Bundesrettungskommandant des Roten Kreuzes, äußerte sich mit den Worten, es sei „schade, denn der Sommer hätte genutzt werden können, um gut aufzuklären, gut zu informieren und auch jene Menschen zu erreichen, die noch zögerlich sind“. Welche Schritte hat das Bundeskanzleramt im Zuge der Impfkampagne seit 1. Juli unternommen, um die von Herrn Foitik angesprochene Aufklärung zu erreichen?
- a. In welcher zeitlichen Abfolge wurden diese Schritte gesetzt? (Mit Bitte um Auflistung inkl. Datum)
6. Viele ExpertInnen heben die Bedeutung einer Impfquote von über 80% noch vor dem Herbst als wesentlichen Faktor im Kampf gegen die Corona-Pandemie hervor. Welche Schritte hat das Bundeskanzleramt im Zuge der Impfkampagne seit 1. Juli unternommen, um eine solche Impfquote bis Herbstbeginn zu erreichen?
- a. In welcher zeitlichen Abfolge wurden diese Schritte gesetzt? (Mit Bitte um Auflistung inkl. Datum)
8. Wer koordiniert die Informationskampagnen zur Corona-Schutzimpfung im Bundeskanzleramt?
15. Welche Konzepte und Strategien hat das Bundeskanzleramt, um der Impfung skeptisch gegenüberstehende Gruppen in der Bevölkerung gezielt zu erreichen?
16. Bei den Unter-35-Jährigen liegt die Quote derer, die zumindestens eine erste Teilimpfung erhalten haben, erst bei rund 59% (7.9.). Welche Konzepte und Strategien hat das Bundeskanzleramt, um jüngere Menschen gezielt anzusprechen?
- a. Warum wurde nicht bereits eine Kampagne gestartet, die gezielt jüngere Menschen ansprechen soll?
- b. Planen Sie eine Kampagne über Schulen und Jugendzentren, um gezielt Jugendliche und - vorausgesetzt eine Freigabe der Impfung für Unter-16-Jährige erfolgt - für Kinder?
- c. Wenn Sie keine explizite Kampagne für jüngere Menschen planen, warum nicht?

Die Kampagne der Initiative „Österreich impft“ wurde im Sommer 2021 weder gestoppt noch wurde sie auslaufen gelassen oder ähnliches. Es hat sich im Sommer einzig die Schwerpunktsetzung der Aussteuerung der Informations- und Servicekampagne etwas gewandelt.

Seit März 2020 wurde – laufend bis zum heutigen Tag – über das Coronavirus und die dazu gehörigen Hygiene- und Sicherheitsmaßnahmen informiert, die häufigsten (medizinischen) Fragen dazu bestmöglich beantwortet und die Bevölkerung über die Sicherheit, Wirksamkeit und Wichtigkeit der Corona Schutzimpfung über massenmediale Kanäle (TV, Hörfunk, Print-sowie Online-Anzeigen, Social Media) als auch zielgruppenspezifisch (Nischen- bzw. Special-Interest-Medien, Regionalmedien, mehrsprachig über Community-Medien, persönliche Ansprachen über Webinare, Social Media, etc.) aufgeklärt.

Dabei wurde in einem ständigen Prozess unter Einbeziehung aller relevanter Stakeholder innerhalb der Bundesregierung sowie des Roten Kreuzes, gemeinsam mit externen Werbe- und Kommunikationsprofis sowie Expertinnen und Experten in der Mediaplanung zur bestmöglichen Erreichung einzelner Zielgruppen, immer versucht diejenigen Menschen zu erreichen, die zum jeweiligen Zeitpunkt ihre persönliche Impfentscheidung noch nicht getroffen haben, noch Fragen hatten oder der Impfung fragend bis skeptisch gegenüberstanden oder allgemein zögerlich waren. Hierzu wurden möglichst barrierefrei und niederschwellig medizinische Wirkungsweisen erklärt, allgemeine sowie individuelle Fragen beantwortet und Mythen oder Falschmeldungen aufgeklärt. Die Koordination dieses Abstimmungsprozesses zwischen den betroffenen Ministerien, dem Österreichischen Roten Kreuz sowie der Werbe- und Mediaagentur zur Informations- und Servicekampagne lag und liegt bei der Stabstelle Medien im Bundeskanzleramt.

Mit steigendem Impffortschritt in den höheren Altersgruppen wurde – besonders im Sommer 2021 – ein umso stärkerer Fokus auf jüngere Zielgruppen gelegt. Dementsprechend gab es bei diesen online- und social-media-affinen jungen Menschen einen stärkeren Fokus auf ebendiese Mediengattungen und es wurde versucht – analog zum möglichst niederschwelligen Impfangebot für die Bevölkerung („Impfstoff zu den Menschen bringen“) – die Informationen rund um die Corona Schutzimpfung möglichst nah zu den (jungen) Menschen zu bringen und sie dort abzuholen, wo sie sich häufig aufhalten. Hierzu gab es beispielsweise bereits eine Kooperation mit (Sport-)Influencerinnen und Influencern oder auch Unternehmen, die uns kostenlose Werbeflächen auf digitalen Partnerbörsen zur Verfügung gestellt haben. Die Umsetzung einer weiteren Zusammenarbeit mit Influencerinnen und Influencern zu einer eigenen Corona Modelinie („Stay negative“) und eine eigene Kampagne für das Club- und Nachtleben stehen zudem unmittelbar bevor.

Mögliche zukünftige Ereignisse, wie zum Beispiel die Zulassung von Corona Impfstoffen für Kinder unter 12 Jahren (nicht wie in der Anfrage fälschlicherweise behauptet „für Unter-16-Jährige“ für die bereits mehrere Impfstoffe zugelassen und deren Gebrauch vom Nationalen

Impfremium bereits seit mehreren Monaten empfohlen wird) werden in diesem ständigen Prozess natürlich immer bestmöglich antizipiert und die Planungen und Vorbereitungen der Informationskampagne entsprechend danach ausgerichtet.

Zu den Fragen 11 bis 13:

11. *Wie hoch waren die Ausgaben für Berater und Agenturen für das Bundeskanzler im Jahr 2020? (Mit der Bitte um Auflistung nach Berater / Agentur und Kosten)*
12. *Wie sind die Ausgaben für Berater und Agenturen für das Bundeskanzler im Jahr 2021? (Mit der Bitte um Auflistung nach Berater / Agentur und bisher angefallenen Kosten bzw. voraussichtliche Gesamtkosten)*
13. *Welche Berater oder Agenturen wurden bisher im Zuge von Informationskampagnen zur Corona-Schutzimpfung beschäftigt und wie hoch sind bzw. waren die Kosten dafür? (Mit der Bitte um Aufschlüsselung nach Berater / Agentur und der jeweiligen Kosten im Jahr 2020, 2021 sowie die voraussichtlichen Gesamtkosten)*

Ich darf auf die Beantwortung der parlamentarischen Anfrage Nr. 7253/J vom 7. September 2021 durch meinen Amtsvorgänger verweisen sowie die Berichte des Bundeskanzleramts über die Verwendung von Mitteln des COVID-19-Krisenbewältigungsfonds gem. § 3 Abs. 5 COVID-19-FondsG, welche auf der Website des Parlaments abrufbar sind.

Zu Frage 14:

14. *Laut Recherchen von Ö1 soll eine Kommunikationsagentur im Herbst eine neue Kampagne zu Corona-Schutzimpfung liefern. Ist das zutreffend?*
 - a. *Wenn ja, welche Kommunikationsagentur ist dafür zuständig?*
 - b. *Wenn ja, welche Kosten wird diese Kampagne verursachen?*
 - c. *Wenn ja, welche Kosten fallen für die Kommunikationsagentur an?*
 - d. *Wenn ja, wurde dieser Auftrag öffentlich ausgeschrieben?*
 - e. *Wenn ja, wann soll die neue Kampagne starten?*

Nachdem dem Bundeskanzleramt die genannten Recherchen nicht bekannt sind, kann diese Frage nicht beantwortet werden.

Zu den Fragen 17 und 18:

17. *Warum ist das Rote Kreuz nicht mehr für die Kampagne zur Corona-Schutzimpfung zuständig?*

18. Warum ist das Rote Kreuz nicht für die Kampagne zur Corona-Schutzimpfung zuständig geblieben, bis eine neue Kampagne durch das Bundeskanzleramt ausgearbeitet und startbereit ist?

Das Rote Kreuz steht seit Ausbruch der Pandemie im März 2020 laufend bis heute im Zuge der Informations- und Servicekampagne in sehr engem Austausch und Abstimmung mit der Bundesregierung. Die seit März 2020 aufgetretenen Veränderungen in der Zusammenarbeit zwischen Rotem Kreuz und Bundesregierung wurden jeweils unter Zuziehung der fachlichen Expertise der Finanzprokuratur vertraglich festgehalten.

Zu Frage 19:

19. Wie viel Geld bekam das Rote Kreuz für die Umsetzung der Kampagne „Österreich impft“?

Es erfolgten keine Zahlungen an das Österreichische Rote Kreuz.

Zu den Fragen 20 und 21:

20. Welche gesundheitlichen und wirtschaftlichen Folgen sind durch die niedrige Impfquote und daraus möglicherweise notwendige Maßnahmen und Einschränkungen zu erwarten?

a. Welche Schritte haben Sie unternommen, um diese Folgen zu minimieren?

21. Gibt es Ihrerseits Planungen, Strategien oder Konzepte für Impfanreize?

a. Wenn ja, wie könnten diese aussehen?

b. Wenn ja, ab wann könnten diese starten?

c. Wenn ja, mit welchen Kosten wird gerechnet?

d. Wenn nein, warum nicht?

Ich ersuche um Verständnis, dass diese Fragen nach den Bestimmungen des Bundesministeriengesetzes 1986 in der nunmehr geltenden Fassung, BGBl. I Nr. 30/2021, nicht Gegenstand meines Vollzugsbereiches sind und somit nicht beantwortet werden können.

Alexander Schallenberg

