

Alexander Schallenberg
Bundeskanzler

Herrn
Mag. Wolfgang Sobotka
Präsident des Nationalrats
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2021-0.707.210

Wien, am 3. Dezember 2021

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Dr. Scherak, MA, Kolleginnen und Kollegen haben am 8. Oktober 2021 unter der Nr. **8178/J** eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Inseratengeschäfte in Ihrem Ministerium“ an meinen Amtsvorgänger gerichtet.

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

Zu den Fragen 1 und 8:

1. *Welche Vereinbarungen hat Ihr Ministerium mit Medien oder mit Mediaagenturen über das Abdrucken von Inseraten geschlossen? Wir ersuchen um Auflistung aller Vereinbarungen der letzten fünf Jahre. Dabei ersuchen wir um Auflistung der einzelnen Vertragspartner, des Vertragswerts, des Vertragsdatums und des Vertragsinhalts.*
8. *Wie hoch waren die Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit (inkl. Ausgaben für Agenturen), die unter die Geringfügigkeits- oder Bagatellgrenze für das jeweilige Quartal von 5.000 Euro fallen, in den letzten 5 Jahren? Bitte um Aufschlüsselung nach Herausgeber, Medientyp, Medium, Datum, Ort der Veröffentlichung.*

Ich darf auf die Beantwortung der parlamentarischen Anfragen Nr. 13206/J vom 17. Mai 2017 durch den damaligen Bundeskanzler, Nr. 3422/J-BR vom 26. Jänner 2018, Nr. 2547/J vom 2. Jänner 2019, Nr. 463/J vom 8. Jänner 2020, Nr. 494/J und Nr. 495/J vom 10. Jänner 2020, Nr. 4782/J vom 4. Jänner 2021, Nr. 7253/J vom 7. Juli 2021 durch meinen Amtsvorgänger sowie der Nr. 7799/J vom 14. September 2021 verweisen.

Diese Beantwortungen beinhalten alle erfolgten Schaltungen der Jahre 2016 bis 2021 unabhängig von der Meldepflicht. Es wird darauf hingewiesen, dass es sich bei den auf der Website der KommAustria veröffentlichten Daten um kumulierte Summen für den gesamten Rechtsträger Bundeskanzleramt handelt.

Zu Frage 2:

2. *Nach welchen Kriterien wurde entschieden, ob die Vereinbarung mit einem Medium oder mit einer Mediaagentur geschlossen wurde?*

Grundsätzlich erfolgen die Beauftragungen der Inseratenschaltungen direkt über das Bundeskanzleramt ohne Zwischenschaltung einer Mediaagentur.

Die Umsetzung der COVID-19-Informationskampagne machte es notwendig, in diversen Kommunikationskanälen verstärkt über die Maßnahmen und Verhaltensweisen zu informieren. Infolge dieser außerordentlichen Situation mussten und müssen immer noch die Schaltungen kontinuierlich an die aktuellen Erfordernisse zeitlich flexibel angepasst werden. Bei der umfangreichen COVID-19-Informationskampagne der Bundesregierung wurden zur professionellen Begleitung und Umsetzung dieser Aktivitäten daher Mediaagenturen hinzugezogen. Dazu darf ich auf die Beantwortung der parlamentarischen Anfrage Nr. 7253/J vom 7. Juli 2021 durch meinen Amtsvorgänger verweisen.

Zu Frage 3:

3. *Nach welchen Kriterien wurde entschieden, in welchem Medium das Inserat gedruckt wurde?*

Bei der Auswahl der einzusetzenden Medien (TV, Radio, Print und Online) wurde auf folgende Punkte Augenmerk gelegt:

1. Effizienz & Effektivität in der Zielgruppenerreichung

- a. Grundsätzlich ist das oberste Ziel, die einzelnen Kampagnenbotschaften mit maximaler Reichweite in allen Zielgruppen-Segmenten zu erreichen.

- b. Der Planungsansatz der Medienagentur basiert darauf, welches Medium sich am besten eignet, um möglichst kosteneffizient und effektiv die Ziele der Kampagne und die definierten Zielgruppen zu erreichen.
- c. Gerade während der Krise hat sich die Mediennutzung teils drastisch geändert. Auch das wird in der Medienauswahl berücksichtigt und deshalb werden verstärkt Online-Maßnahmen eingesetzt.
- d. Dem Kommunikationsziel entsprechend werden auch gezielt Umfelder bespielt, die entweder der Information (ca. 40%) oder aber der Ablenkung und der Zerstreuung (ca. 60%) dienen.

2. Messbarkeit

- a. Grundsätzlich wird der Fokus auf Medien gelegt, die durch Marktstudien (TV: Teletest, Radio: Radiotest, Print: Mediaanalyse, ÖAK Online: ÖWA) oder agenceigene Tools (Online Adservermessungen, Trackings) messbare / valide Reichweiten generieren.
- b. Der Mix wird jeweils auf Basis Reichweite, Marktanteile und Kosten ermittelt.

3. Tagesaktuelles Erscheinen & Möglichkeit der kurzfristigen Botschaftsschaltung

- a. Um auf die laufenden Bekanntgaben neuer Maßnahmen so rasch wie möglich reagieren zu können, werden Medien bevorzugt, die das gewährleisten können.

Zu den Fragen 4 bis 6:

- 4. *Wurden bei diesen Vereinbarungen neben dem Abdruck von Inseraten auch noch weitere Leistungen der Medien - informell oder formell - vereinbart? Mit weiteren Leistungen sind etwa Rabatte in Naturalien oder Geld, Berichterstattung, sponsored content oder sonstige PR-Leistungen gemeint.*
- 5. *Können Sie ausschließen, dass während Ihrer Tätigkeit als Regierungsmitglied bei formellen oder informellen Vereinbarungen über Inserate noch weitere Leistungsverpflichtungen der Medien vereinbart wurden (also etwa Berichterstattung im Sinne des Auftraggebers, sponsored content, sonstige PR-Leistungen)?*
- 6. *Ist Ihnen während Ihrer Zeit als Regierungsmitglied ein Angebot unterbreitet worden, bei dem wohlwollende Berichterstattung Teil der Leistungsverpflichtung des Mediums gewesen wäre?*
 - a. *Wenn ja, welche(s)? Bitte um detaillierte Darlegung des jeweiligen Angebots.*

Es konnten in zahlreichen Fällen Rabattierungen erzielt werden. Die Gewährung von Rabatten und Nachlässen ist branchenüblich und wurde seitens der beauftragten Agenturen in

Anspruch genommen. Ich darf dazu auf die Beantwortung der parlamentarischen Anfrage Nr. 2884/J vom 16. Juli 2020 durch meinen Amtsvorgänger verweisen. Bei Inseratenschaltungen werden jeweils ausschließlich der Erscheinungstag, die Größe und Platzierung des Inserats innerhalb des Mediums vereinbart.

Zu Frage 7:

7. *Hatte ihr Ministerium Verträge mit MMag. Dr. Sophie Karmasin oder einem ihr wirtschaftlich zuzurechendem Unternehmen? Wenn ja bitte um Auflistung der Verträge, des Vertragswerts und des Vertragsinhalts.*

Seitens des Bundeskanzleramtes erfolgten keine Beauftragungen an MMag. Dr. Sophie Karmasin.

Zu Frage 9:

9. *Wieviel Mitarbeiter sind aktuell in Ihrem Ministerium für die Öffentlichkeitsarbeit, Werbungs- und Informationsarbeit zuständig?*

Dies ergibt sich aus der Geschäftseinteilung des Bundeskanzleramtes.

Alexander Schallenberg

