

 Bundeskanzleramt

# **Bericht gem. § 3 Abs. 5 COVID-19-FondsG**

des Bundeskanzleramts an den zuständigen Ausschuss des Nationalrats über das Kalenderjahr 2020 (März bis Dezember 2020) sowie Jänner 2021

Wien, 26. Februar 2021

# 1 COVID-19-FondsG-Berichterstattung

**Berichtszeitraum:** März bis Dezember 2020

## 1.1 UG 10 – BKA

<b>Titel</b>	<b>Informationskampagne der Bundesregierung</b>
<b>Mittel aus dem COVID-19-Krisenbewältigungsfonds</b>	25.804.000,00 Euro (für 2020)
<b>Beschreibung der Maßnahmen</b>	<p>Die Agentur Wavemaker wurde seitens des BKA beauftragt, die Infokampagne "COVID-19" durchzuführen. Seit 5.5.2020 erfolgt der Abruf der Inseratschaltungen über einen BBG-Rahmenvertrag (BBG GZ 5201.03611).</p> <p>Die ursprüngliche Kostenplanung für die Infokampagne der Bundesregierung sah einen Betrag von 19.504.000,00 Euro vor. Dieser Betrag wurde im Oktober 2020 um weitere 5.000.000,00 Euro und im Dezember 2020 um nochmals 1.300.000,00 Euro aufgestockt. Über den Gesamtbetrag von 25.804.000,00 Euro wurde mit dem BMF das Einvernehmen hergestellt. Die Beauftragungen waren abhängig von der aktuellen Situation und liefen in Teilaufträgen/Phasen. Die Budgetmittel dafür wurden aus dem COVID-19-Fonds des BMF abgerufen, zumal eine Bedeckung innerhalb der UG 10 auf Grund der Betragshöhe nicht möglich war. Die ersten beiden Schaltwellen wurden auf Grund der Dringlichkeit der Beauftragung aus Budgetmitteln der UG 10 zwischenfinanziert.</p>
<b>Materielle Auswirkungen</b>	<p>Die Mittel des COVID 19-Fonds wurden/werden für eine umfassende Informationsinitiative der österreichischen Bundesregierung (in Abstimmung mit dem Roten Kreuz) zur Situation rund um das Corona-Virus (COVID-19) eingesetzt, die im März 2020 gestartet wurde. Erklärtes Ziel dieser Initiative ist eine möglichst breitenwirksame und reichweitenstarke Kommunikation der von den Bürgerinnen und Bürgern zu setzenden Maßnahmen und der von ihnen einzuhaltenden Empfehlungen der Bundesregierung, um in Österreich eine Bewältigung der mit dem Virus verbundenen Krise erreichen zu können.</p> <p>Zur Erfüllung der genannten Ziele werden tagesaktuelle Medien unterschiedlicher Art (Print,- Online-, audiovisuelle Medien etc.), ergänzt um Spezialmedien für einzelne relevante Zielgruppen-Segmente für Schaltungen genutzt. Die Planung der einzelnen Schaltungen hat – jeweils in Abhängigkeit der sich aufgrund der schnellen Verbreitung des Virus laufend ändernden Situation – flexibel und stets auf Basis der in der konkreten Situation erforderlichen Inhalte zu erfolgen. Die Erarbeitung und Umsetzung der entsprechenden Schaltpläne, die rund um das Thema COVID ein laufendes Update der inhaltlichen Botschaften enthalten, erfolgt durch die Mediaagentur „Wavemaker“.</p> <p>Je nach Zielgruppe sind laufend unterschiedliche Aktivitäten in verschiedensten Medienformaten erfolgt (zB. Print, Online, Social</p>

	<p>Media, TV, Radio etc.). Generell wurden/werden 3 „Hauptzielgruppen“ unterschieden:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Österreichische Gesamtbevölkerung (Erw. 18+), breite Öffentlichkeit: Information über aktuelle Maßnahmen, Handlungsanweisungen und Aufruf zu verantwortungsvollem Handeln</li> <li>2. Ältere Risikogruppe (Erw. 60+), Erwachsenen ab ca. 60 Jahren: Maßnahmen zum Schutz vor Ansteckung und Vermittlung des insbesondere für sie bestehenden Risikos</li> <li>3. Junge, unbedarfte Erwachsene (Millenials 20 – 35 Jahre): Appell an die eigene Verantwortung und Unterstützung der Mitmenschen und Maßnahmen</li> </ol>
<b>Finanzielle Auswirkungen</b>	<p>Die Kosten für die Informationskampagne der Bundesregierung im Jahr 2020 lagen bei insgesamt 25.551.818,35 Euro. In diesem Betrag sind 472.454,64 Euro an Agenturhonorar der Agentur Wavemaker enthalten. Der Restbetrag von 252.181,65 Euro wurde nicht verausgabt.</p>

## 1.2 UG 10 – BKA

<b>Titel</b>	<b>Druckkostenbeitrag</b>
<b>Mittel aus dem COVID-19-Krisenbewältigungsfonds</b>	9.746.000,00 Euro (für 2020)
<b>Beschreibung der Maßnahmen</b>	Im 4. COVID-19-Gesetz (BGBl. I Nr. 24/2020, § 12b) wurde die einmalige Zuerkennung eines Druckkostenbeitrages im Jahr 2020 in der Höhe von 3,25 Euro pro Exemplar der anhand des Jahres 2019 ermittelten durchschnittlichen Druckauflage an Medieninhaber von Tageszeitungen vorgesehen.
<b>Materielle Auswirkungen</b>	<p>Zur Abfederung der wirtschaftlichen Auswirkungen der COVID-19 Krisensituation auf die Einnahmensituation im Bereich der Printmedien wurde mit dem 4. COVID-19-Gesetz, BGBl. I Nr. 24/2020, als außerordentliche Fördermaßnahme die einmalige Zuerkennung eines Druckkostenbeitrages in der Höhe von 3,25 Euro pro Exemplar der durchschnittlichen Druckauflage an Medieninhaber von Tageszeitungen ermöglicht.</p> <p>Anzahl der Ansuchen: 18, gefördert 15, die Ansuchen für NEWS, TV Media und Der Sonntag - Kärntner Kirchenzeitung wurden abgelehnt, da es sich nicht um Tageszeitungen, sondern um Wochenzeitungen handelt und für diese gesonderte Förderungen vorgesehen waren.</p> <p>Jeder Förderwerber, der die gesetzlichen Fördervoraussetzungen erfüllt hat, erhielt einen nach den oben angeführten Kriterien berechneten Förderbetrag. Es handelt sich nicht um eine Projektförderung, es wurde keine Auswahl getroffen.</p>
<b>Finanzielle Auswirkungen</b>	Der Mehraufwand aus dem neu geschaffenen § 12b betrug 9.742.164,00 Euro im Jahr 2020. Der Restbetrag von 3.836,00 Euro wurde nicht verausgabt.

### 1.3 UG 10 – BKA

<b>Titel</b>	<b>Vertriebsförderung</b>
<b>Mittel aus dem COVID-19-Krisenbewältigungsfonds</b>	5.827.500,00 Euro (für 2020)
<b>Beschreibung der Maßnahmen</b>	Die Vertriebsförderung von Tages- und Wochenzeitungen wurde im § 17 Abs. 8a PresseFG 2004 neu geregelt. Demnach betrug diese im Jahr 2020 für Tageszeitungen 5.244.750,00 Euro (Erhöhung um 3.146.850,00 Euro) und für Wochenzeitungen 4.467.750,00 Euro (Erhöhung um 2.680.650,00 Euro).
<b>Materielle Auswirkungen</b>	<p>Zur Abfederung der wirtschaftlichen Auswirkungen der COVID-19 Krisensituation auf die Einnahmensituation im Bereich der Printmedien wurde mit dem 4. COVID-19-Gesetz, BGBl. I Nr. 24/2020, dem § 17 ein Abs. 8a angefügt, in dem die Erhöhung der Fördermittel für die Vertriebsförderung von Tageszeitungen auf insgesamt 5.244.750,00 Euro und für die Vertriebsförderung von Wochenzeitungen auf insgesamt 4.467.750,00 Euro festgelegt wurde.</p> <p>Somit standen aus dem COVID-19 Fonds - zusätzlich zu dem im Bundesfinanzgesetz 2020 für die Vertriebsförderung vorgesehenen Betrag - 5.827.500,00 Euro für die Vertriebsförderung gemäß dem Abschnitt II PresseFG 2004 zur Verfügung. Davon entfielen auf die Tageszeitungen 3.146.850,00 Euro und auf die Wochenzeitungen 2.680.650,00 Euro.</p> <p>Die Voraussetzungen für die Zuerkennung der Vertriebsförderung blieben unverändert. Jeder Förderwerber, der die gesetzlichen Fördervoraussetzungen erfüllt hat, erhielt einen nach dem im Presseförderungsgesetz festgelegten Modus berechneten Förderbetrag. Es handelt sich nicht um eine Projektförderung, es wurde keine Auswahl getroffen.</p> <p>Anzahl der Ansuchen: 46 gesamt, davon 12 für Tageszeitungen und 34 für Wochenzeitungen; ein Ansuchen um Förderung einer Tageszeitung wurde mangels Erfüllung der Fördervoraussetzung des § 2 Abs. 1 Z 2 PresseFG 2004 abgelehnt.</p>
<b>Finanzielle Auswirkungen</b>	Der Mehraufwand aus der Neufestsetzung der Vertriebsförderung betrug 5.827.500,00 Euro im Jahr 2020.

## 1.4 UG 10 – BKA

<b>Titel</b>	<b>COVID-Sonderförderung („Medienhilfspaket“) gemäß § 12c PresseFG 2004</b>
<b>Mittel aus dem COVID-19-Krisenbewältigungsfonds</b>	3.000.000,00 Euro (für 2020)
<b>Beschreibung der Maßnahmen</b>	Mit Bundesgesetz vom 25.7.2020, BGBl. I Nr. 82/2020, § 12c PresseFG, wurde eine einmalige Unterstützung für Medieninhaber von Wochenzeitungen (Kauf und gratis), Zeitschriften, Regionalzeitschriften und Online-Zeitungen und Zeitschriften geschaffen.
<b>Materielle Auswirkungen</b>	<p>Zur Abfederung der wirtschaftlichen Auswirkungen der COVID-19 Krisensituation auf die Einnahmensituation wurde mit Bundesgesetz vom 24. Juli 2020, BGBl. I Nr. 82/2020, für das Jahr 2020 eine einmalige und außerordentliche Förderung für Medieninhaber von (Gratis- und Kauf-) Wochenzeitungen, Kaufzeitschriften, Regionalzeitungen und Onlinezeitungen und -zeitschriften geschaffen.</p> <p>Die Förderbeträge waren im Verhältnis der in den Monaten März bis Juni 2020 für die inhaltliche Gestaltung, die Herstellung und den Vertrieb oder die Verbreitung der betreffenden Medien entstandenen direkten und indirekten Personalkosten zueinander zu errechnen. Bereits zuerkannte COVID-Sonderförderungsbeträge gemäß dem Presseförderungsgesetz waren abzuziehen, die Förderung war mit 200.000,00 Euro pro Medieninhaber bzw. Medienverbund gedeckelt.</p> <p>Jeder Förderwerber, der die gesetzlichen Fördervoraussetzungen erfüllt hat, erhielt einen nach den oben angeführten Kriterien berechneten Förderbetrag. Es handelt sich nicht um eine Projektförderung, es wurde keine Auswahl getroffen.</p> <p>Anzahl der Ansuchen: 120, gefördert 88</p>
<b>Finanzielle Auswirkungen</b>	Der Mehraufwand aus dem neu geschaffenen § 12c betrug 3.000.000,00 Euro im Jahr 2020.

## 1.5 UG 25 – damals BMAFJ zuständig, jetzt BKA (Familie und Jugend)

<b>Titel</b>	<b>Familienbeihilfe, Kinderbonus C-19</b>
<b>Mittel aus dem COVID-19-Krisenbewältigungsfonds</b>	678.000.000,00 Euro (für 2020) Wie im Bericht über die finanziellen Auswirkungen festgehalten ist, wurden die Mittel für die Auszahlung des Kinderbonus verwendet. Der Kinderbonus wurde im September 2020 für 1.878.748 Kinder ausgezahlt.
<b>Beschreibung der Maßnahmen</b>	Die durch die COVID-19-bedingte, außergewöhnlich schwierige Lebenssituation hat auch Familien vor besondere Herausforderungen gestellt. Daher war es erforderlich, Familien zusätzlich finanziell zu fördern, um deren Kaufkraft zu erhöhen und damit auch positive Effekte für die Wirtschaft zu erzielen.
<b>Materielle Auswirkungen</b>	Kriterien für den Mitteleinsatz bzw. die Auswahl der Zielgruppe: Der Kinderbonus in Höhe von 360 Euro gelangte gemeinsam mit der Familienbeihilfe für den September 2020 zur Auszahlung. Er wurde für jedes Kind gewährt, für das im September 2020 Anspruch auf die Familienbeihilfe bestand, um eine besonders breite Wirkung zu erreichen. Die gemeinsame Auszahlung des Kinderbonus mit der Familienbeihilfe erfolgte automationsunterstützt durch die Finanzverwaltung, wodurch im Sinne der Verwaltungsökonomie keine Antragstellung erforderlich war.
<b>Finanzielle Auswirkungen</b>	Im Jahr 2020 wurden 665.348.105,06 Euro ausbezahlt. Der Restbetrag von 12.651.894,94 Euro wurde nicht verausgabt.



## 1.6 UG 25 – damals BMAFJ jetzt BKA (Familie und Jugend)

<b>Titel</b>	<b>Familienkrisenfonds</b>
<b>Mittel aus dem COVID-19-Krisenbewältigungsfonds</b>	17.000.000,00 Euro (für 2020)
<b>Beschreibung der Maßnahmen</b>	Es wurden Familien mit Kindern, die bereits per 28.2.2020 AMS-Leistungen (Arbeitslosengeld, Notstandshilfe) bezogen haben mit einer einmaligen Zuwendung pro Kind im Jahr 2020 unterstützt. Auch für selbstständig erwerbstätige Personen, die Leistungen aus der WKO im Zusammenhang mit der Corona-Krise bezogen haben.
<b>Materielle Auswirkungen</b>	Diese Maßnahme wurde geschaffen um auch jene einkommensschwachen Familien, die keine Zuwendungen aus dem Corona-Familienhärtefonds erhalten konnten, zu unterstützen.  Kriterien für den Mitteleinsatz bzw. für die Auswahl der Zielgruppe:  Die Mittel wurden entsprechend der erlassenen Richtlinie (100 Euro pro Kind) vergeben.
<b>Finanzielle Auswirkungen</b>	Im Jahr 2020 wurden 16.598.400,00 Euro ausbezahlt. Der Restbetrag von 401.600,00 Euro wurde nicht verausgabt.

## 1.7 UG 25 – damals BMAFJ jetzt BKA (Familie und Jugend)

<b>Titel</b>	<b>Abwicklungskosten Familienhärteausgleich C-19</b>
<b>Mittel aus dem COVID-19-Krisenbewältigungsfonds</b>	8.625.000,00 Euro (für 2020)
<b>Beschreibung der Maßnahmen</b>	Kosten für die Umsetzung der Auszahlungen aus dem Familienhärteausgleichsfonds
<b>Materielle Auswirkungen</b>	Infrastrukturkosten unter Bedachtnahme auf den Grundsatz der Sparsamkeit, Wirtschaftlichkeit und Zweckmäßigkeit.
<b>Finanzielle Auswirkungen</b>	<p>Miete Hintere Zollamtsstraße 167.943,15 Euro</p> <p>BHAG-Abwicklungskosten 1.205.966,37 Euro (Hinweis: Hier sind sowohl Zahlungen der UG 20 als auch der UG 25 enthalten. Die UG 25 betreffen Zahlungen in der Höhe von 75.288,02 EUR)</p> <p>Werkleistungen (ADV) 3.220.307,01 Euro</p> <p>BRZ-Unterstützungsleistungen 1.496.213,89 Euro</p> <p>Bezüge und ähnliches (Leiharbeitskräfte) 469.150,40 Euro</p> <p>Im Jahr 2020 wurden Abwicklungskosten von insgesamt 6.559.580,82 Euro ausbezahlt. Der Restbetrag von 2.065.419,18 Euro wurde nicht verausgabt. Bei den BHAG Kosten handelt es sich um Abwicklungskosten im Bereich des Familienhärtefonds, Familienkrisenfonds und Sonderbetreuungszeit (Bericht zur Sonderbetreuungszeit ergeht auf Grund der BMG Novelle 2021 idV BGBl I 30/2021 durch das BMA).</p>

## 2 COVID-19-FondsG-Berichterstattung

**Berichtszeitraum:** Jänner 2021

## 2.1 UG 10 – BKA

<b>Titel</b>	<b>Informationskampagne der Bundesregierung</b>
<b>Mittel aus dem COVID-19-Krisenbewältigungsfonds</b>	21.700.000,00 Euro (für 2021)
<b>Beschreibung der Maßnahmen</b>	<p>Im Vorjahr wurde die Agentur Wavemaker seitens des BKA beauftragt, die Infokampagne "COVID-19" durchzuführen. Seit 5.5.2020 erfolgt der Abruf der Inseratschaltungen über einen BBG-Rahmenvertrag (BBG GZ 5201.03611).</p> <p>Aufgrund der Erfahrungswerte aus 2020 wurde für die Informationskampagne der Bundesregierung im Jahr 2021 ein Betrag von 21.700.000,00 Euro aus dem COVID-19-Fonds des BMF abgerufen, zumal eine Bedeckung innerhalb der UG 10 auf Grund der Betragshöhe nicht möglich war. Die Beauftragungen sind abhängig von der aktuellen Situation und laufen in Teilaufträgen/Phasen.</p>
<b>Materielle Auswirkungen</b>	<p>Die Mittel des COVID 19-Fonds wurden/werden für eine umfassende Informationsinitiative der österreichischen Bundesregierung (in Abstimmung mit dem Roten Kreuz) zur Situation rund um das Corona-Virus (COVID-19) eingesetzt, die im März 2020 gestartet wurde. Erklärtes Ziel dieser Initiative ist eine möglichst breitenwirksame und reichweitenstarke Kommunikation der von den Bürgerinnen und Bürgern zu setzenden Maßnahmen und der von ihnen einzuhaltenden Empfehlungen der Bundesregierung, um in Österreich eine Bewältigung der mit dem Virus verbundenen Krise erreichen zu können.</p> <p>Zur Erfüllung der genannten Ziele werden tagesaktuelle Medien unterschiedlicher Art (Print,- Online-, audiovisuelle Medien etc.), ergänzt um Spezialmedien für einzelne relevante Zielgruppen-Segmente für Schaltungen genutzt. Die Planung der einzelnen Schaltungen hat – jeweils in Abhängigkeit der sich aufgrund der schnellen Verbreitung des Virus laufend ändernden Situation – flexibel und stets auf Basis der in der konkreten Situation erforderlichen Inhalte zu erfolgen. Die Erarbeitung und Umsetzung der entsprechenden Schaltpläne, die rund um das Thema COVID ein laufendes Update der inhaltlichen Botschaften enthalten, erfolgt durch die Mediaagentur „Wavemaker“.</p> <p>Je nach Zielgruppe sind laufend unterschiedliche Aktivitäten in verschiedensten Medienformaten erfolgt (zB. Print, Online, Social Media, TV, Radio etc.). Generell wurden/werden 3 „Hauptzielgruppen“ unterschieden:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Österreichische Gesamtbevölkerung (Erw. 18+), breite Öffentlichkeit: Information über aktuelle Maßnahmen,</li> </ol>

	<p>Handlungsanweisungen und Aufruf zu verantwortungsvollem Handeln</p> <p>2. Ältere Risikogruppe (Erw. 60+), Erwachsenen ab ca. 60 Jahren: Maßnahmen zum Schutz vor Ansteckung und Vermittlung des insbesondere für sie bestehenden Risikos</p> <p>3. Junge, unbedarfte Erwachsene (Millenials 20 – 35 Jahre): Appell an die eigene Verantwortung und Unterstützung der Mitmenschen und Maßnahmen</p>
<b>Finanzielle Auswirkungen</b>	<p>Die Kosten für die Informationskampagne der Bundesregierung im Jänner 2021 lagen bei 1.272.681,87 Euro. In diesem Betrag sind 5.509,63 Euro an Agenturhonorar der Agentur Wavemaker enthalten.</p>

## 2.2 UG 25 – damals BMAFJ jetzt BKA (Familie und Jugend)

<b>Titel</b>	<b>Familiehärteausgleichsfonds C-19</b>
<b>Mittel aus dem COVID-19-Krisenbewältigungsfonds</b>	50.000.000,00 Euro (für 2021)
<b>Beschreibung der Maßnahmen</b>	Die finanziellen Mittel werden für die Unterstützung von Familien mit Familienbeihilfenbezug verwendet, die durch die Corona-Krise nach dem 28.2.2020 finanzielle Nachteile durch Arbeitsplatzverlust, Kurzarbeit oder Gewerbebeschränkungen erlitten haben.
<b>Materielle Auswirkungen</b>	<p>Diese Maßnahme wurde als Begleitmaßnahme zu den Corona-bedingten Erwerbseinschränkungen geschaffen, um Familien mit Kindern mit einer einmaligen Zuwendung zu unterstützen.</p> <p>Kriterien für den Mitteleinsatz bzw. die Auswahl der Zielgruppe: Die Mittel werden entsprechend der erlassenen Richtlinie vergeben.</p>
<b>Finanzielle Auswirkungen</b>	Im Jänner 2021 wurden 14.389.694,52 Euro ausbezahlt.

**Bundeskanzleramt**  
Ballhausplatz 2, 1010 Wien  
[www.bundeskanzleramt.gv.at](http://www.bundeskanzleramt.gv.at)

