

 Bundeskanzleramt

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

des Bundeskanzleramts an den zuständigen Ausschuss des Nationalrats über
Jänner 2022

Wien, 28. Februar 2022

1 COVID-19-FondsG-Berichterstattung

Berichtszeitraum: Jänner 2022

1.1 UG 10 – BKA

Titel	Informationskampagne der Bundesregierung
Mittel aus dem COVID-19-Krisenbewältigungsfonds	29.200.000,00 Euro
Beschreibung der Maßnahmen	<p>Im Jahr 2020 wurde die Agentur Wavemaker seitens des BKA beauftragt, die Infokampagne "COVID-19" durchzuführen. Seit 5. Mai 2020 erfolgt der Abruf der Inseratschaltungen über einen BBG-Rahmenvertrag (BBG GZ 5201.03611).</p> <p>Im Jahr 2021 wurde die Kampagne zur weiteren Eindämmung der COVID-19 Pandemie in Österreich weitergeführt. Den Zuschlag für die Fortführung der Informationskampagne erhielt die Agentur MediaCom (BBG-Rahmenvereinbarung GZ 5202.03733).</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> <p>Im September 2021 hat das BMF neuerlich 7.500.000,00 Euro aus dem COVID-19 Fonds für die Fortsetzung der Informationskampagne genehmigt (BMF GZ 2021-0.418.844). Im November 2021 wurden vom BMF nochmals 7.500.000,00 Euro zusätzlich genehmigt (BMF GZ 2021- 0733.980).</p>
Materielle Auswirkungen	<p>Die Mittel des COVID 19-Fonds 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</p>

	<p>durch die Mediaagentur Wavemaker bzw. nunmehr durch die Agentur MediaCom.</p> <p>Je nach Zielgruppe sind laufend unterschiedliche Aktivitäten in verschiedensten Medienformaten erfolgt (zB. Print, Online, Social Media, TV, Radio etc.). Generell werden drei „Hauptzielgruppen“ unterschieden:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Österreichische Gesamtbevölkerung (Erw. 18+), breite Öffentlichkeit: Information über aktuelle Maßnahmen, Handlungsanweisungen und Aufruf zu verantwortungsvollem Handeln 2. Ältere Risikogruppe (Erw. 60+), Erwachsenen ab ca. 60 Jahren: Maßnahmen zum Schutz vor Ansteckung und Vermittlung des insbesondere für sie bestehenden Risikos 3. Junge, unbedarfte Erwachsene (Millenials 20 – 35 Jahre): Appell an die eigene Verantwortung und Unterstützung der Mitmenschen und Maßnahmen
Finanzielle Auswirkungen	<p>Die Kosten für die Informationskampagne der Bundesregierung im Jänner 2022 lagen bei 287.202,00 Euro. In diesem Betrag ist ein Agenturhonorar in der Höhe von 86.688,00 Euro enthalten.</p>

Bundeskanzleramt
Ballhausplatz 2, 1010 Wien
www.bundeskanzleramt.gv.at

