

 Bundeskanzleramt

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

des Bundeskanzleramts an den zuständigen Ausschuss des Nationalrats über  
Juni 2022

Wien, 29. Juli 2022

# 1 COVID-19-FondsG-Berichterstattung

**Berichtszeitraum:** Juni 2022

## 1.1 UG 10 – BKA

<b>Titel</b>	<b>Informationskampagne der Bundesregierung</b>
<b>Mittel aus dem COVID-19-Krisenbewältigungsfonds</b>	<p>Am 19. Jänner 2022 wurde ein Antrag auf Mittelverwendungsüberschreitung (MVÜ) beim DB 10.01.03 in der Höhe von 6.200.000,00 Euro beim BMF eingebracht (Abruf von nicht verbrauchten, aber schon genehmigten Mitteln aus 2021 mit GZ 2022-0.030.610). Die Genehmigung der MVÜ gem. Art. V Z 4 lit a BFG 2022 erfolgte mit Schreiben vom 25. Februar 2022, GZ 2022-0.046.994, durch das BMF. Am 9. Mai 2022 wurde ein neuerlicher Antrag auf MVÜ beim DB 10.01.03 in der Höhe von 4.000.000,00 Euro beim BMF eingebracht. Die Genehmigung ist noch ausständig.</p>
<b>Beschreibung der Maßnahmen</b>	<p>Im Jahr 2020 wurde die Agentur Wavemaker seitens des BKA beauftragt, die Infokampagne "COVID-19" durchzuführen. Seit 5. Mai 2020 erfolgte 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. Nachdem das Österreichische Rote Kreuz und die Österreichische Bundesregierung die weitere Vorgangsweise in der Zusammenarbeit für die Impfkampagne „Initiative Österreich impft“ unter Einbeziehung der Finanzprokuratur vertraglich neu geregelt haben, liegt es nun am Bundeskanzleramt, die Beauftragung der – laut BBG-Ausschreibung gereichten – Kreativagentur(en) durchzuführen. Von der BBG wurden im 1. HJ 2021 zwei neue Rahmenvereinbarungen abgeschlossen. Eine für die Dienstleistungen einer Mediaagentur (GZ 5202.03733) sowie eine für Dienstleistungen einer Kreativagentur (GZ 5202.03685). Bei der Rahmenvereinbarung „Mediaagenturleistungen Bund“ ist die Agentur MediaCom die bestgereichte Agentur, bei der Rahmenvereinbarung „Kreativleistungen Bund“ die Agentur Jung von Matt. Anfang 2022 beendete die Agentur Jung von Matt auf eigenen Wunsch die Zusammenarbeit mit dem BKA. Deren Aufgaben werden nun von der in der Rahmenvereinbarung zweitgelisteten Agentur BBDO Wien übernommen.</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>

<p><b>Materielle Auswirkungen</b></p>	<p>Die Mittel des COVID 19-Fonds werden für eine umfassende Informationsinitiative der österreichischen Bundesregierung zur Situation rund um das Corona-Virus (COVID-19) eingesetzt, die im März 2020 gestartet wurde.</p> <p>Die ersten Phasen der Aufklärungskampagne „Schau auf dich, schau auf mich“ erfolgten vor dem Hintergrund einer Ausnahmesituation durch die rasante Verbreitung des Corona-Virus in Österreich und dem damit verbunden dringlichen Handlungsbedarf, die gesamte österreichische Bevölkerung gesundheitlich zu schützen. Erklärtes Ziel dieser Kampagne war daher eine möglichst breitenwirksame und reichweitenstarke Kommunikation.</p> <p>Weitere Phasen wurden – jeweils abhängig von der aktuellen Situation – immer entsprechend flexibel angepasst, um die relevanten Zielgruppen noch besser zu erreichen.</p> <p>Mit der Kampagne „Österreich impft“ war der Fokus weiterhin möglichst bereitenwirksam zunächst alle Bevölkerungsgruppen gleichermaßen zu erreichen. Anhand der Durchimpfungsraten wurde in weiteren Phasen flexibel auf unterschiedliche Informationsbedürfnisse in der Bevölkerung reagiert.</p> <p>2022 wurde diese Kampagne von „Gemeinsam Gemipft“ abgelöst, um hier gezielt die Personen zu erreichen, die noch keine Impfung in Anspruch genommen haben.</p>
<p><b>Finanzielle Auswirkungen</b></p>	<p>Die Kosten für die Informationskampagne der Bundesregierung im Juni 2022 lagen bei EUR 681.455,11. Weiters erfolgten Ausgaben in Höhe von EUR 2.554,81 für Server- bzw. technische Kosten.</p> <p>Im Berichtszeitraum ist kein Agenturhonorar angefallen.</p>

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

