

## **Anfrage**

**der Abgeordneten Henrike Brandstötter, Kolleginnen und Kollegen  
an den Bundeskanzler  
betreffend Kampagne #gemeinsamgeimpft**

Die Bundesregierung hat seit dem Beginn der Covid19-Pandemie unterschiedlichste Kampagnen mit verschiedenen Partner\_innen und diversen Agenturen und Dienstleister\_innen geschaltet. Nun gibt es seit einigen Wochen eine weitere Kampagne unter dem Motto #Gemeinsamgeimpft. Zu sehen bzw. zu hören ist diese im ORF, im Privat-TV, im Hörfunk sowie in überregionalen Print- und Online-Medien. Nachdem es in den vergangenen zwei Jahren eine Vielzahl unterschiedlichster Kampagnen gab, wirft auch die aktuelle einige Fragen auf.

Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher folgende

### **Anfrage:**

1. Wie hoch waren die Gesamtausgaben des BKA bzw. der nachgeordneten Dienststellen für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit, die in direktem Zusammenhang mit dieser Kampagne stehen?
2. Waren noch weitere Ministerien in die Erstellung sowie Verbreitung der Kampagne involviert?
  - a. Wenn ja, welche?
  - b. Wie hoch war der Anteil der Kosten der jeweiligen, mitverantwortlichen Ministerien?
  - c. Gab es abseits von monetären Beiträgen durch andere Ministerien noch weitere Mitarbeit an dieser Kampagne?
    - i. Wenn ja, welche und in welchem Ausmaß?
3. Wie hoch waren die Ausgaben des Bundeskanzleramts für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit (inkl. Ausgaben für Agenturen) in Print- und Onlinemedien sowie audiovisuellen Medien, die nach § 2 MedKF-TG meldepflichtig sind, die in direktem Zusammenhang mit dieser Kampagne stehen? Bitte um Aufschlüsselung nach Medium, Datum, Ort der Veröffentlichung.
4. Wie hoch waren die Ausgaben des Bundeskanzleramts für Inserate, TV-Spots, Radio-Spots, Werbung in Sozialen Netzwerken sowie Search (Google), Medienkooperationen und Sponsored Content, die in direktem Zusammenhang mit dieser Kampagne stehen? Bitte um Übermittlung des Mediaplans bzw. um Aufschlüsselung nach Titel, Medium, Datum, Kanal und Häufigkeit.

5. Gab es Aufteilungen der Ausgaben zwischen dem Bundeskanzleramt und weiteren Partner\_innen, etwa NGOs?
  - a. Wenn ja, welche Aufgaben wurden wann, weshalb und wie zwischen wem aufgeteilt?
  - b. Wenn ja, wer hat weshalb welche Kosten übernommen?
6. Hat das BKA im Zuge der #GemeinsamGeimpft-Kampagne "Influencer-Marketing" betrieben", d.h. Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit über Blogs, YouTube-, Instagram-, Facebook-Kanäle o.ä. Dritter betrieben, wo die Informationsarbeit in direktem Zusammenhang mit den Impfungen steht?
  - a. Wenn ja, was, und welchem Umfang und auf welchen Kanälen?
  - b. Wenn ja, wie hoch waren die Ausgaben? Bitte um Aufschlüsselung nach Kosten, Anbieter\_innen und Datum.
  - c. Wenn ja, wurde dafür die Leistung von Dienstleister\_innen bzw. Agenturen in Anspruch genommen? Bitte um Aufschlüsselung nach Kosten, Agentur und Datum.
  - d. Wenn nein, weshalb wurden keine Dienstleister\_innen bzw. Agenturen beauftragt und wer hat in diesem Fall dann welche Aufgaben übernommen?
7. Beauftragt das Bundeskanzleramts eine\_n Dienstleister\_in bzw. Agentur, der oder die sich um die einzelnen Sujets bzw. die Formatanpassungen für die einzelnen Vorgaben der Medienpartner\_innen im Rahmen der Kampagne zu "#GemeinsamGeimpft" kümmert?
  - a. Wenn ja, wen bzw. welche und zu welchen Konditionen?
    - i. Gibt es eine (Agentur)provision?
      1. Wenn ja, wie hoch ist diese und wer bezahlt sie?
  - b. Wenn nein, wer macht die Formatanpassungen und wer beauftragt diese?
8. Wurde eine Mediaagentur für das Buchen der Kampagne beauftragt?
  - a. Wenn ja, um welche handelt es sich?
  - b. Wenn ja, zu welchen Konditionen wurde diese beauftragt?
  - c. Wenn ja, wer hat diese beauftragt?
  - d. Wenn nein, weshalb nicht und wer hat diese Aufgabe stattdessen übernommen?
9. Was sind die Ziele der Kampagne?
  - a. Wie werden diese gemessen?
10. Welche Zielgruppen will man mit der Kampagne vorrangig erreichen?
  - a. Wie und weshalb wurden diese Zielgruppen definiert?
  - b. Wie werden Erfolgsmessung durchgeführt?

11. Kann man bereits einen signifikanten Zuwachs an Erstimpfungen seit dem Schalten der Kampagne beobachten?
- Wenn ja, gestaltet sich dieser?
  - Wenn nein, warum nicht?
12. Wie wurde sichergestellt, dass die Informationen zu den Impfungen auch in Österreich lebende Menschen mit Migrationshintergrund erreichen?
- Bitte um Aufschlüsselung dieser Kampagnen bzw. dieses Kampagnenteils nach Medium, Kosten, Umfang und Datum.
  - Wieviel Prozent des Gesamtbudgets wurden für die Zielgruppenansprache von Menschen mit Migrationshintergrund verwendet? Bitte um Übermittlung entsprechender Belege.
  - Wurde hierfür eine Agentur beauftragt?
    - Wenn ja, welche und zu welchen Konditionen?
13. Wie wurde sichergestellt, dass die Informationen zu den Impfungen auch junge Menschen erreichen?
- Bitte um Aufschlüsselung dieser Kampagnen bzw. dieses Kampagnenteils nach Medium, Kosten, Umfang und Datum.
  - Wieviel Prozent des Gesamtbudgets wurden für die Zielgruppenansprache von jungen Menschen verwendet? Bitte um Übermittlung entsprechender Belege.
  - Wurde hierfür eine Agentur beauftragt?
    - Wenn ja, welche und zu welchen Konditionen?




(BRANDSTÄTTER)



Hoyer



Seidinger



(WERNER)

