

Anfrage

der Abgeordneten **Henrike Brandstötter, Dipl.-Ing. Karin Doppelbauer,**
Kolleginnen und Kollegen

an den **Bundesminister für Finanzen**

betreffend **Familienbonus Plus Werbung**

Die Regierung ist der größte Werbekunde des Landes und stellt dies wieder einmal mit einer reichlich sonderbaren Werbung unter Beweis. Der Finanzminister bewirbt etwas, das es schon seit 2019 gibt, nämlich einen Steuerfreibetrag, der damals den Kinderfreibetrag abgelöst hat. Nun wurde dieser Freibetrag erhöht. Jedoch müssen Bürgerinnen und Bürger nichts gesondert dafür tun, die Erhöhung wird automatisch berücksichtigt. Das steht auch so auf der Website: "Wenn Sie den Familienbonus Plus im Rahmen der Lohnverrechnung bei Ihrem Arbeitgeber beantragt haben, erfolgt eine automatische Berücksichtigung mit dem erhöhten monatlichen Betrag. Bei Beantragung im Rahmen der Arbeitnehmerveranlagung wird ab dem Veranlagungsjahr 2022 der erhöhte Betrag herangezogen."

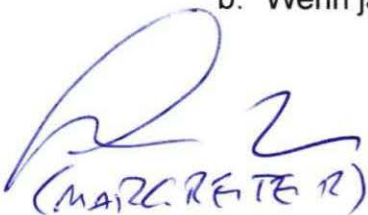
(<https://www.bmf.gv.at/public/informationen/familienbonusplus.html>)



Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher folgende

Anfrage:

1. Welche messbaren Ziele verfolgen sie mit der oben angesprochenen Kampagnen?
2. Welches genaue Informationsbedürfnis soll durch das Inserat bzw. die Kampagne befriedigt werden?
3. Wer hat wann die Familienbonus Plus Kampagne bei wem beauftragt?
 - a. Welche Agentur verantwortet die Sujets?
 - b. Welche Agentur erstellt den Mediaplan nach welchen Kriterien und bucht die Sujets ein?
 - c. Wer verantwortete die Kampagne innerhalb des Ministeriums?
 - d. Waren weitere externe Dienstleister_innen betraut oder eingebunden?
 - i. Wenn ja, welche und wer hat diese wann beauftragt?
 - ii. Wie hoch waren die jeweiligen Budgets und die aus den Aufträgen bis dato resultierenden Rechnungen?
 - e. War die Abteilung I/4: Informationsinitiativen, Mediaplanung und -budget im Bundeskanzleramt in die Mediaplanung eingebunden?
 - i. Wenn ja, was waren ihre Aufgaben?
 - ii. Wenn nein, weshalb nicht?
4. Wie viele der Inserate, Banner, Spots etc fielen und fallen unter die Bagatellgrenze und wie hoch sind die Gesamtkosten dafür?
5. Wann wurden die Inserate, Banner, Spots etc und weiteren Werbeformen im vom Start der Kampagne bis zur Beantwortung der Anfrage wo geschaltet?
 - a. Wie lange läuft diese Welle mit diesen Sujets noch?
6. Um wieviel wurde seit Kampagnenstart bis zur Beantwortung der Anfrage auf Plattformen und in Suchmaschinen (FB, Tik Tok, Google, Twitter etc) geworben?
 - a. Wie hoch waren die Ausgaben für die einzelnen Plattformen in diesem Zeitraum?
7. In wie vielen und welchen Printmedien wurde die Kampagne auf Basis welcher Kriterien geschaltet?
8. Gibt es weitere Produkte der Kampagne, wie Flyer oä?
 - a. Wenn ja, welche, in welcher Auflage und wohin werden diese wie distribuiert?
9. Wird es weitere Kampagnen bzw. Wellen dieser Familienbonus-Kampagne geben?
 - a. Wenn ja, wann?
 - b. Wenn ja, welche Budgets sind dafür in welcher Höhe veranschlagt?


(MARGARETE R.)




Hogor


(BRANDSTETER)


S. Schmal
(SCHMAL)

