

1342/J XXVII. GP

Eingelangt am 02.04.2020

Dieser Text wurde elektronisch übermittelt. Abweichungen vom Original sind möglich.

Anfrage

des Abgeordneten Christian Hafenecker, MA
und weiterer Abgeordneter
an den Bundeskanzler
betreffend Erhalt der Vielfalt im Bereich Print- und Onlinemedien in Zeiten des
Coronavirus

Die aktuelle, durch die Ausbreitung des Coronavirus verursachte Krisensituation ist mit schwerwiegenden ökonomischen Folgen verbunden, welche auch vor der österreichischen Medienlandschaft nicht halten machen. Neben den privaten Rundfunkveranstaltern treffen die Ausfälle bei den Werbeeinschaltungen auch die heimischen Print- und Onlinemedien schwer, stellen Inserate doch für zahlreiche Tages- und Wochenzeitschriften, Blogs und andere Onlineportale eine wesentliche Finanzierungsquelle dar. Durch diese Einbußen auf Einnahmenseite drohen vor allem kleineren und reichweiteschwächeren Medien Ausgabenkürzungen, welche Ausmaß und Qualität von deren Berichterstattung in aktuellem Ausmaß nicht mehr aufrechterhalten lassen, manche könnten sogar in ihrer Existenz gefährdet werden. Zum Erhalt der Vielfalt im Bereich der Print- und Onlinemedien sind daher von politischer Seite Maßnahmen zu deren Unterstützung geboten.

In diesem Zusammenhang stellen die unterfertigten Abgeordneten an den Herrn Bundeskanzler folgende

Anfrage

1. Sind seitens der Bundesregierung Hilfsmaßnahmen für Print- und Onlinemedien geplant?
2. Wenn ja, welche konkret und wann genau werden diese umgesetzt?
3. Falls nein, warum nicht?

4. Hat die Bundesregierung vor dem Hintergrund der aktuellen Krisensituation bereits Inseratenkampagnen in Print- oder Onlinemedien geschalten?
 - a) Wenn ja, wann und welche?
 - b) Wenn ja, durch wen und wie wurde diese Kampagnen jeweils abgewickelt?
 - c) Wenn ja, welche Kosten wurden für die Kampagnen jeweils budgetiert?
 - d) Wenn ja, welche Informationen wurden bei welchem Medium in welchem Zeitraum geschalten?
 - e) Wenn ja, wie viel wurde an welches Medium für die Schaltungen der Informationen bezahlt?
 - f) Wenn ja, welche konkrete Zielgruppe(n) sollte(n) durch die Schaltung dieser Kampagnen in welchem Medium jeweils erreicht werden?
 - g) Auf welche Personenzahl wurde(n) diese Zielgruppe(n) nach jeweiligem Medium geschätzt?
 - h) Was sind die geschätzten Kosten pro erreichter Person, aufgeschlüsselt nach Medium und Kampagne?
5. Wurden speziell zur Verbreitung der am 30. März 2020 von der Bundesregierung bekannt gegebenen, weiteren Maßnahmen zur Eindämmung des Coronavirus, beispielsweise der MNS-Maskenpflicht in Supermärkten, Inserate geschalten?
 - a) Wenn ja, wann und welche?
 - b) Wenn ja, durch wen und wie wurde diese Kampagnen jeweils abgewickelt?
 - c) Wenn ja, welche Kosten wurden für die Kampagnen jeweils budgetiert?
 - d) Wenn ja, welche Informationen wurden bei welchem Medium in welchem Zeitraum geschalten?
 - e) Wenn ja, wie viel wurde an welches Medium für die Schaltungen der Informationen bezahlt?
 - f) Wenn ja, welche konkrete Zielgruppe(n) sollte(n) durch die Schaltung dieser Kampagnen in welchem Medium jeweils erreicht werden?
 - g) Auf welche Personenzahl wurde(n) diese Zielgruppe(n) nach jeweiligem Medium geschätzt?
 - h) Was sind die geschätzten Kosten pro erreichter Person, aufgeschlüsselt nach Medium und Kampagne?
6. Plant die Bundesregierung Schaltungen von Informationskampagnen, beispielsweise zur aktuellen Krisensituation, in Print- oder Onlinemedien?
 - a) Wenn ja, welche?
 - b) Wenn ja, wann?
 - c) Wenn ja, durch wen und wie werden diese Kampagnen jeweils abgewickelt?
 - d) Wenn ja, welche Kosten wurden für die Kampagnen jeweils budgetiert?
 - e) Wenn ja, welche Informationen werden bei welchem Medium in welchem Zeitraum geschalten?

- f) Wenn ja, wie viel wurde bzw. wird an welches Medium für die Schaltungen der Informationen bezahlt
 - g) Wenn ja, welche konkrete Zielgruppe(n) sollte(n) durch die Schaltung der Kampagnen in welchem Medium jeweils erreicht werden?
 - h) Auf welche Personenzahl wurde(n) diese Zielgruppe(n) nach jeweiligem Medium geschätzt?
 - i) Was sind die geschätzten Kosten pro erreichter Person, aufgeschlüsselt nach Medium und Kampagne?
7. Nach welchen Kriterien (Reichweite, Ausrichtung oder Art der Berichterstattung, Zielgruppe, Kosten je erreichte Person, usw.) wurden Print-, Online-, oder sonstige Medien dafür ausgewählt Inseratenkampagnen zu schalten?
8. Wurden seitens der Bundesregierung selbständige Medien oder Plattformen, etwa Homepages, zur Bewerbung von Maßnahmen bzw. Informationen im Zuge aktuellen Krisen geschaffen?
- a) Wenn ja, welche?
 - b) Wenn ja, wann?
 - c) Wenn ja, durch wen erfolgte deren Abwicklung, von der Erstellung bis hin zum Contentmanagement?
 - d) Wenn ja, welche Kosten entstanden durch diese jeweils?
 - e) Wenn ja, nach welchen Aufwendungen gliederten sich diese konkret?
 - f) Wie viele Personen waren bzw. sind mit der Betreuung dieser beschäftigt?
 - g) Wurden externe Unternehmen Erstellung oder Betreuung dieser Medien bzw. Plattformen betraut?
 - h) Wenn ja, welche?
 - i) Was sind die geschätzten Kosten pro erreichter Person?
9. Werden Pläne für gewisse Steuererleichterungen, etwa hinsichtlich der Werbeabgabe, oder für Entlastungen im Bereich der Sozialversicherungsbeiträge gefasst?
- a) Falls ja, in welchem Ausmaß?
 - b) Wenn nein, warum nicht?
10. Ist eine Höherdotierung der Presseförderung beabsichtigt?
- a) Falls ja, wann?
 - b) Falls ja, in welcher Höhe?
 - c) Wenn nein, warum nicht?
11. Ist eine Ausweitung der Presseförderung, z.B. auch auf Onlinemedien, geplant?
- a) Falls ja, wann?
 - b) Falls ja, inwiefern?

- c) Falls ja, in welcher Höhe?
- d) Wenn nein, warum nicht?