
14364/J XXVII. GP

Eingelangt am 01.03.2023

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

Anfrage

**der Abgeordneten Henrike Brandstötter, Kolleginnen und Kollegen
an den Bundesminister für Finanzen**

**betreffend Heiter weiter statt "Ciao ohne Au": Die Kampagne zur teilweise
Abschaffung der Kalten Progression**

Am 12.10.2022 wurde im Parlament die Abschaffung eines Teiles der Kalten Progression beschlossen. Anfang des Jahres 2023 bewirbt der Finanzminister nun den Inhalt dieses Beschlusses über verschiedenste Kanäle mit einer offensichtlich breit angelegten Kampagne und lässt darin wissen: "Ciao ohne Au". Diese Kampagne überrascht, da die Tarife automatisch angehoben werden und dies auch automatisch in der Lohnabrechnung sichtbar gemacht wird. Vonseiten der Bürger:innen sind keine weiteren Schritte notwendig. Wenn die Vorteile der teilweisen Abschaffung der kalten Progression für Bürger:innen ohnehin automatisch zu tragen kommen, stellt sich die Frage, welche Ziele der Finanzminister mit dieser Informationskampagne verfolgt und was er damit erreichen will.

Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher folgende

Anfrage:

1. Wer hat wann die Kampagne bei wem beauftragt?
 - a. Welche Agentur verantwortet die Sujets?
 - b. Welche Agentur bucht die Sujets ein?
 - c. Wer verantwortete die Kampagne innerhalb des Ministeriums?
 - d. Waren weitere externe Dienstleister:innen betraut oder eingebunden und wenn ja, welche und wer hat diese beauftragt?
 - e. War die Abteilung I/4: Informationsinitiativen, Mediaplanung und -budget in die Kampagnenplanung und/oder Mediaplanung eingebunden?
 - i. Wenn ja, was war die Aufgabe?
 - ii. Wenn nein, weshalb nicht?
2. Wie viele der Inserate, Banner, Spots etc. fielen und fallen unter die Bagatellgrenze und wie hoch sind die Gesamtkosten dafür?

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

3. Wenn es sich bei der oder den beauftragten Agenturen nicht um Agenturen aus dem Kreis jener handelt, die den Pitch für die beiden Etats (180 Mio. Media sowie 30 Mio Kreation) im Frühjahr 2021 für sich entscheiden haben: Weshalb wurde nicht auf diese Dienstleister:innen zurückgegriffen?
4. Wann wurden die ersten Inserate, Banner und weiteren Werbeformen wo geschaltet?
 - a. Wie lange ist die Schaltung noch geplant?
5. In wie vielen und welchen Printmedien wurde und wird die Kampagne auf Basis welcher Kriterien geschaltet? (bitte um gesonderte Auflistung pro Medium)
6. In wie vielen und welchen weiteren Medien und auf welchen weiteren Plattformen gab und wird es Inserate, Banner, Spots etc dieser Kampagne zur teilweisen Abschaffung der Kalten Progression geben? Bitte um genaue Auflistung.
7. Wie hoch ist der Etat, der für diese Kampagne veranschlagt wurde? Bitte um genaue Angabe der Posten.
8. Wie hoch ist das Bruttobudget der Kampagne und aus welchem Topf stammt es?
9. So das Bruttobudget über 150.000 EUR liegt: Wurde im Vorfeld eine Bedarfsanalyse erstellt?
 - a. Wenn ja, wie lauteten die Fragestellungen und was waren die Ergebnisse der Analyse?
 - b. Wenn nein, weshalb
10. So das Bruttobudget über 750.000 EUR liegt: Ist zusätzlich eine nachträgliche Wirkungsanalyse geplant?
 - a. Wenn nein, weshalb nicht?
11. Wie definieren Sie den Informationsgehalt dieser Kampagne?
12. Welche konkreten Ziele wollen sie mit dieser Kampagne erreichen?
 - a. Wie werden diese gemessen?
 - b. Welche Kennwerte sollen erreicht werden?