

15121/J XXVII. GP

Eingelangt am 24.05.2023

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

Anfrage

der Abgeordneten Henrike Brandstötter, Kolleginnen und Kollegen

an den Bundesminister für Finanzen

betreffend Weshalb sind Ihre Kampagnenerfolge so schwer messbar?

"Ciao ohne Au" hieß es auf allen Kanälen, als das Bundesministerium ein aufwändige Kampagne zur teilweisen Abschaffung der Kalten Progression startete. Allerdings werden die Tarife automatisch angehoben und auch automatisch in der Lohnabrechnung sichtbar gemacht. Vonseiten der Bürger:innen sind keine weiteren Schritte notwendig. Daher stellte sich die Frage, welche Ziele der Finanzminister mit dieser Informationskampagne verfolgt und was er damit erreichen will. Daher gab es dazu auch parlamentarische Anfragen. In einer Anfrage-Beantwortung (14224/J) teilte der Finanzminister mit, dass die Kampagne "Ciao ohne Au" von 30. Jänner 2023 bis 5. März lief. Interessanterweise gab es jedoch weit über diesen Zeitraum hinaus Inserate, wie etwa dieses in der Ausgabe der Tageszeitung "Der Standard" vom 13. Mai 2023 zeigt:



Weiters schreibt der Finanzminister in seiner Beantwortung, dass die Beauftragung für ebendiese Kampagne am 11. bzw. 12. Jänner 2023 erfolgte. Der Zeitraum zwischen Beauftragung der Kampagne (12.01. bzw. 13.01.2023) und ersten Schaltungen (ab 30. Jänner 2023) erscheint knapp bemessen. In 10 Werktagen eine Kampagne zu entwickeln, vom Kunden freigeben zu lassen, zu produzieren, für verschiedene Medien und Mediengattungen zu adaptieren und einzubuchen, ist kaum möglich. Überdies

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

kostet die Kampagne lt. Angabe des Finanzministers bis dato 1.409.799,38 Euro. Bei dieser Summe sollte besondere Ernsthaftheit an den Tag gelegt werden.

Darüber hinaus lässt der Finanzminister in der Anfragebeantwortung wissen, dass zum Zeitpunkt der Beantwortung (28. April 2023) noch keine Auswertungen hinsichtlich der geschalteten Onlinemaßnahmen seitens der Mediaagentur vorlagen.

Ob diese auch tatsächlich an den Tag gelegt wurde, daran wachsen Zweifel. So wurde zwar lt. Anfragebeantwortung (14364/J) im Vorfeld eine wirkungsorientierte Folgenabschätzung erstellt, aber keine Wirkungsfolgenanalyse im Nachhinein. Dazu meint der Finanzminister, dass die Messbarkeit von Kommunikationsmaßnahmen grundsätzlich ein komplexes Thema sei, bei dem selbst mit großem Kostenaufwand der Erfolg schwer messbar sei. Das ist in sich nicht logisch und wirft weitere Fragen auf.

Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher folgende

Anfrage:

1. Wann wurde die Kampagne von wem beauftragt? Erst am 12. bzw. 13. Jänner 2023 oder doch schon früher?
 - a. Wenn früher, wann genau?
2. Was waren die Ergebnisse der von Ihnen in einer Anfragebeantwortung erwähnten Folgenabschätzung im Vorfeld? Bitte um Übermittlung ebendieser.
3. Wie waren die Zugriffszahlen auf den Entlastungsrechner (<https://onlinerechner.haude.at/BMF-Brutto-Netto-Rechner/>) aufgeschlüsselt nach Monaten?
4. Wer hat den Entlastungsrechner konzipiert und wie hoch waren die Kosten – von der Konzeption bis zur Implementierung – aufgeschlüsselt nach einzelnen Positionen?
5. Weiters schreiben Sie, dass eine detaillierte Auswertung hinsichtlich der geschalteten Online-Maßnahmen seitens der Mediaagentur noch ausständig ist. Sind diese Zahlen mittlerweile eingetroffen?
 - a. Wenn ja, bitte um Übermittlung ebendieser.
 - b. Wenn nein, weshalb wurde diese bisher nicht übermittelt?
6. Weshalb wurde die Kampagne weit über den von Ihnen angegebenen Kampagnenzeitraum hinaus geschalten?
 - a. Wie gestaltet sich daher der nunmehrige Kampagnenplan inkl. der gesamten Bruttokosten?
7. Überdies finden Sie, dass die Erfolge von Kommunikationsmaßnahmen schwer messbar sind. Das Parlament hingegen hat erst kürzlich ein Medientransparenz-Paket beschlossen, wo ua für jede Kampagne ab einer Million Euro Budget sowohl ein Transparenzbericht als auch eine Wirkungsanalyse durchzuführen ist. Die Wirkungsanalyse soll klar definierte Ziele und Indikatoren zur Beurteilung der Zielerreichung darlegen. Sind Sie also

der Meinung, dass das diese Teile des Medientransparenzpaketes wegen angeblich schwerer Messbarkeit sinnlos sind?

- a. Und wenn ja, weshalb?
- b. Wenn ja, wie würden Sie Erfolge stattdessen messen?