1528/J
vom 15.04.2020 (XXVII. GP)

Anfrage

der Abgeordneten Henrike Brandstötter, Kolleginnen und Kollegen

an den Bundesminister für Finanzen

betreffend Ausgaben des Ministeriums für Inserate während der Corona Krise

Die momentane Corona-Krise betrifft auch den österreichischen Medienstandort stark. Umsatzrückgänge durch sinkende Werbeeinnahmen sind in der Branche weit verbreitet. Die österreichische Regierung hat darauf mit einer nicht nachvollziehbaren Einmalzahlung an österreichische Tageszeitungen, bemessen an der Druckauflage, reagiert und damit in erster Linie das Segment des Boulevards bevorzugt. Anstatt die Presseförderung zu erhöhen, mit sinnvollen Kriterien zu versehen und digitale Medien sowie Monatszeitungen und Qualitätsjournalismus zu fördern, führt die neue Regierung auch während der Corona-Krise die verfehlte Medienpolitik der letzten Jahre fort. Das üppige Inseratenvolumen aus öffentlicher Hand ist nur während der Zeit der Übergangsregierung gesunken. Jetzt wäre es an der Zeit, die vorhandenen Werbebudgets entweder in sinnvolle Informationskampagnen in allen seriösen Medien zu investieren oder das Geld im Sinne der Steuerzahler_innen zu sparen, da das Budget durch die Krise schon genug belastet wird.

Zusätzlich wurde bekannt, dass die Kampagne der Bundesregierung gemeinsam mit dem Österreichischen Roten Kreuz: "Schau auf dich, schau auf mich" vom der Campaigning Bureau Kampagnenberatungs GmbH umgesetzt wurde. Auftraggeber ist das Rote Kreuz.

Im Sinne der Nachvollziehbarkeit und Transparenz hinsichtlich der Verwendung öffentlicher Mittel durch das Bundesministerium ist es notwendig, Aufschluss über das Volumen der vergebenen Inserate und die begünstigten Medien zu erlangen - gerade dann, wenn es das Anliegen der Bundesregierung sein sollte, Menschen sinnvoll über die Corona-Krise zu informieren und ausgewogen in allen Medien zu informieren.

Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher folgende

Anfrage:

Wie hoch waren die Gesamtausgaben des Ministeriums, bzw. der nachgeordneten Dienststellen für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit im Zeitraum zwischen 1. März und 15. April 2020 insgesamt?

a. Wie hoch waren die Gesamtausgaben des Ministeriums, bzw. der nachgeordneten Dienststellen für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit im Zeitraum zwischen 1. März und 15. April 2020, die in direktem Zusammenhang mit der Informationsarbeit in Bezug auf die Corona-Krise stehen?

1. Wie hoch waren die Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit (inkl. Ausgaben für Agenturen) in Print- und Onlinemedien sowie audiovisuellen Medien, die nach § 2 MedKF-TG meldepflichtig sind, im Zeitraum zwischen 1. März und 15. April 2020 ? Bitte um Aufschlüsselung nach Medium, Datum, Ort der Veröffentlichung.

   a. Wie hoch waren die Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit (inkl. Ausgaben für Agenturen) in Print- und Onlinemedien

sowie audiovisuellen Medien, die nach § 2 MedKF-TG meldepflichtig sind, im Zeitraum zwischen 1. März und 15. April 2020, die in direktem Zusammenhang mit der Informationsarbeit in Bezug auf die Corona-Krise stehen? Bitte um Aufschlüsselung nach Medium, Datum, Ort der Veröffentlichung.

2. Wie hoch waren die Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit (inkl. Ausgaben für Agenturen), die in nicht-periodischen Druckwerken erschienen sind und somit nicht unter die Meldepflicht gemäß § 2 MedKF-TG fallen, im Zeitraum zwischen 1. März und 15. April 2020 ? Bitte um Aufschlüsselung nach Herausgeber, Medientyp, Medium, Datum, Ort der Veröffentlichung.
    a. Wie hoch waren die Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit (inkl. Ausgaben für Agenturen), die in nicht-periodischen Druckwerken erschienen sind und somit nicht unter die Meldepflicht gemäß § 2 MedKF-TG fallen, im Zeitraum zwischen 1. März und 15. April 2020, die in direktem Zusammenhang mit der Informationsarbeit in Bezug auf die Corona-Krise stehen? Bitte um Aufschlüsselung nach Herausgeber, Medientyp, Medium, Datum, Ort der Veröffentlichung.
3. Wie hoch waren die Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit (inkl. Ausgaben für Agenturen), die unter die Geringfügigkeits- oder Bagatellgrenze von 5.000 Euro für den angeführten Zeitraum fallen? Bitte um Aufschlüsselung nach Herausgeber, Medientyp, Medium, Datum, Ort der Veröffentlichung.
    a. Wie hoch waren die Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit (inkl. Ausgaben für Agenturen), die unter die Geringfügigkeits- oder Bagatellgrenze von 5.000 Euro für den angeführten Zeitraum fallen, die in direktem Zusammenhang mit der Informationsarbeit in Bezug auf die Corona-Krise stehen? Bitte um Aufschlüsselung nach Herausgeber, Medientyp, Medium, Datum, Ort der Veröffentlichung.
4. Wie hoch waren die Ausgaben des Ministeriums für Medienkooperationen und Sponsored Content im Zeitraum zwischen 1. März und 15. April 2020? Bitte um Aufschlüsselung nach Titel, Medium und Datum.
    a. Wie hoch waren die Ausgaben des Ministeriums für Medienkooperationen und Sponsored Content im Zeitraum zwischen 1. März und 15. April 2020, die in direktem Zusammenhang mit der Informationsarbeit in Bezug auf die Corona-Krise stehen? Bitte um Aufschlüsselung nach Titel, Medium und Datum.
5. Beauftragt ihr Ministerium eine Agentur, die sich um die einzelnen Sujets bzw. die Formatanpassungen für die einzelnen Vorgaben der Medienpartner im Rahmen der "Schau auf dich, schau auf mich" Kampagne kümmert?
    a. Wenn ja, welche und zu welchen Konditionen?
        i. Gibt es eine Agenturprovision?
            1. Wenn ja, wie hoch ist diese und wer zahlt sie?
    b. Wenn nein, wer macht die Formatanpassungen und wer beauftragt diese?
6. Wie hoch waren die Gesamtkosten des Ministeriums für Sponsored Posts in Sozialen Medien im Zeitraum zwischen 1. März und 15. April 2020? Bitte um Aufschlüsselung nach Kanal.
    a. Wie hoch waren die Gesamtkosten des Ministeriums für Sponsored Posts in Sozialen Medien im Zeitraum zwischen 1. März und 15. April 2020, die

in direktem Zusammenhang mit der Informationsarbeit in Bezug auf die Corona-Krise stehen? Bitte um Aufschlüsselung nach Kanal.

7. Hat das Ministerium im Zeitraum zwischen 1. März und 15. April 2020 sogenanntes "Influencer-Marketing," d.h. Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit über Blogs, YouTube-, Instagram-, Facebook-Kanäle o.ä. Dritter, das in direktem Zusammenhang mit der Informationsarbeit in Bezug auf die Corona-Krise steht, betrieben?
   a) Wenn ja, wie hoch waren die Ausgaben? Bitte um Aufschlüsselung nach Kosten, Anbieter und Datum.
   b) Wenn ja, wurde dafür die Leistung von Agenturen in Anspruch genommen? Bitte um Aufschlüsselung nach Kosten, Agentur und Datum.

8. Nach welchen Kriterien werden Print- und Onlinemedien, sowie audiovisuelle Medien, Blogs und Social Media für Inserate bzw. andere Werbung des Ministeriums während der Corona-Krise ausgewählt?
   a) Gibt es je nach Medientyp unterschiedliche Kriterien? Wenn ja, bitte um Aufschlüsselung der Kriterien nach Medientyp.

REPUBLIK ÖSTERREICH Parlamentsdirektion SIEGEL	**Unterzeichner**	Parlamentsdirektion
	Datum/Zeit-UTC	2020-04-15T16:21:46+02:00
	Prüfinformation	Informationen zur Prüfung des elektronischen Siegels und des Ausdrucks finden Sie unter: https://www.parlament.gv.at/siegel
Hinweis	Dieses Dokument wurde elektronisch besiegelt.	