

## **Anfrage**

**der Abgeordneten Henrike Brandstötter, Kolleginnen und Kollegen  
an den Bundesminister für Inneres  
betreffend Werbeausgaben 2020**

Am 15. September wurden die Medientransparenzdaten der ersten beiden Quartale des Jahres 2020 veröffentlicht: [https://www.rtr.at/de/m/veroeffentl\\_medkftg\\_daten\\_2019\\_20200612114549](https://www.rtr.at/de/m/veroeffentl_medkftg_daten_2019_20200612114549). Sie zeigen, dass die öffentliche Hand im zweiten Quartal dieses Jahres rund 59 Millionen Euro für Werbung in verschiedenen Medien ausgegeben hat. Auffällig ist, dass bis dato rund 9 Millionen mehr ausgegeben wurde, als im Jahr zuvor. Das Bundeskanzleramt investierte sogar das Zehnfache des Vorjahres; nämlich ganze 6,7 Millionen Euro im zweiten Quartal 2020 (im selben Zeitraum 2019 waren es 700.000 Euro). Ein großer Teil der Ausgaben der öffentlichen Hand ging in gewohnter Manier an Boulevardmedien: 7,3 Millionen Euro an die "Kronen Zeitung", 3,6 Millionen erhielt "Österreich", 3,9 Millionen gab man in der "Heute" aus und weitere 6,9 Millionen erhielt ORF. Zusätzlich bekamen die Boulevardmedien im Frühjahr 2020 auch noch Corona-Sonderförderungen, wie den Druckkostenzuschuss (in der Höhe von 9,7 Mio), der sich an der anachronistischen Druckauflage bemisst.

In den Monaten, die vom Coronavirus und dem damit zusammenhängenden Informationsbedarf geprägt waren, gab die Bundesregierung insgesamt 13,9 Millionen Euro aus, deutlich mehr als in den Jahren davor.

Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher folgende

### **Anfrage:**

1. Welche Kampagnen wurden mit dem angegebenen Budget von Ihrem Ministerium bzw. der nachgeordneten Dienststellen für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit ausgehend im Jahr 2020 umgesetzt? Bitte um Auflistung nach Monat, genutzten Medien und Beträgen.
2. Gab es zur Umsetzung dieser Kampagnen Verträge zwischen Ihrem Ministerium bzw. der nachgeordneten Dienststellen für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit mit einer oder mehreren (Media)agenturen?
  - a. Wenn ja, mit welchen?
  - b. Wenn ja, welche Kampagnen wurden mit welcher (Media)agentur umgesetzt?
  - c. Wenn ja, welcher Part der Umsetzung wurde von der/den Agentur/en übernommen?
  - d. Wenn ja, bitte um Angabe der jeweiligen Vertragslaufzeiten.
  - e. Wenn ja, bitte um Angabe der darin investierten Beträge.
  - f. Wenn ja, gibt es Agenturprovisionen?

- i. Wenn ja, wie hoch ist diese und wer zahlt sie?
3. Beauftragt ihr Ministerium eine Agentur, die sich um die einzelnen Sujets bzw. die Formatanpassungen für die einzelnen Vorgaben der Medienpartner kümmert?
- a. Wenn ja, welche und zu welchen Konditionen?
- i. Gibt es eine Agenturprovision?
- b. Wenn nein, wer macht die Formatanpassungen und wer beauftragt diese?
4. Wer ist in ihrem Ministerium für die Wahl der Medien, in welchen Werbung geschaltet wird, verantwortlich?
- a. Nach welchen Kriterien werden die Medien ausgewählt?
- b. Unterscheiden sich diese Kriterien je nach Medientyp? Wenn ja, bitte um Aufschlüsselung der Kriterien nach Medientyp.



The image shows several handwritten signatures and initials in grey ink. At the top left, there are the initials 'RL'. To the right of these is a signature that appears to be 'Fretz'. Below the 'RL' initials is a large, stylized signature consisting of many vertical, wavy lines. To the right of this is another large, cursive signature that is difficult to decipher but appears to contain the word 'Kowalski' at the end.

