

---

**4037/J XXVII. GP**

---

**Eingelangt am 10.11.2020**

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

## **Anfrage**

**der Abgeordneten Henrike Brandstötter, Kolleginnen und Kollegen  
an den Bundeskanzler  
betreffend Inseratenausgaben Bundesregierung in Tageszeitungen**

Eine kürzlich veröffentlichte Studie des Medienhaus Wien mit dem Titel „Scheinbar transparent. Analyse der Medienkooperationen der österreichischen Bundesministerien mit österreichischen Tageszeitungen 2018/2019“ unterstreicht deutlich, wie absurd und marktverzerrend die jahrelange Praxis der üppigen Regierungsinserate für Boulevardmedien ist. Es ist weder nachvollziehbar, welche Kommunikationsziele die Regierung durch die Wahl der Medien bzw. die Art der Inserate verfolgt, noch gibt es transparente Richtlinien dafür. Es ist leider gelebte Praxis, dass die Regierung den Boulevard mit vielen Millionen in Form von Inserateschaltungen füttert. Das ist demokratiepolitisch verwerflich. Laut der Studie wurden 2018 und 2019 zwei Drittel der Gesamtausgaben für Regierungsinserate und Medienkooperationen an Kronen Zeitung, Österreich und Heute ausbezahlt. Ein Drittel an weitere 11 Medien. Es ist ein starker regionaler Fokus auf Wien festzustellen.

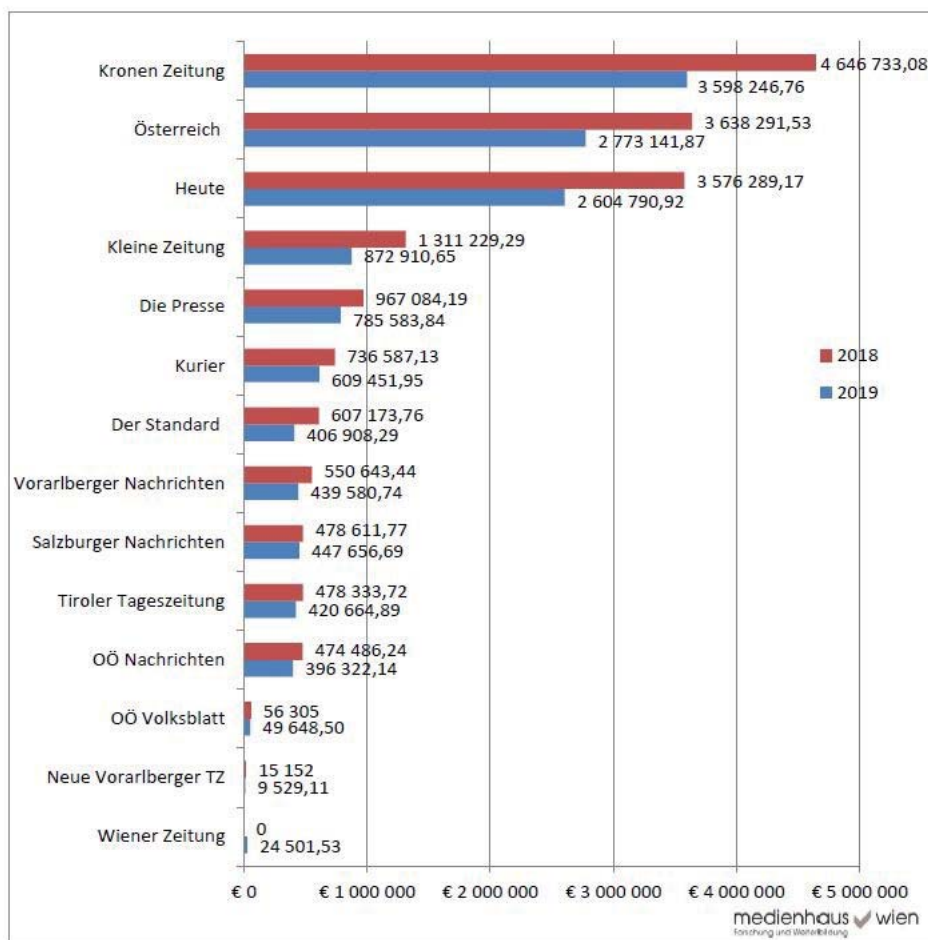


Abb. 2: Zahlungen von Ministerien an Tageszeitungen 2018 und 2019 laut Transparenzdatenbank.

Die Regierung bringt immer gerne als Argument für die eingeschränkte Auswahl an nur wenigen Medien vor, dass deren Reichweite eben größer wäre. Dieses Argument ist nicht nachvollziehbar, denn das Erreichen eines/einer Lesers/Leserin kostet die Regierung und somit den bzw. die Steuerzahler\_in in der „Zeitung“ Österreich 5,15 Euro pro Person. Im Vergleich dazu belaufen sich die Kosten in den Salzburger Nachrichten auf 1,9 Euro pro Leser\_in. Das bedeutet, der Regierung ist das Erreichen der Leser\_innen bestimmter Medien besonders viel wert. Die Studie beweist überdies, dass die Regierungsbuchungen de facto die größte staatliche Fördermaßnahme für Tageszeitungen ist und deshalb den Markt und den Wettbewerb wesentlich beeinflussen. Überdies sind die Schaltungen an keine Richtlinien gebunden und werden auch nicht evaluiert. Die Studie kommt zu einem eindeutigen Schluss: "Generell kann festgestellt werden: Die Inseratenstreuung durch die Ministerien auf die verschiedenen Medientitel erfolgt nach unklaren inhaltlichen Kriterien, die Werbepläne sind aber auch mit den Erhebungsdaten zur Mediennutzung der ÖsterreicherInnen oft überhaupt nicht in Einklang zu bringen." (Seite 41)

Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher folgende

### Anfrage:

1. Gibt es einen Prozess, nachdem entschieden wird, welches Medium wann und wie viel Inseratenvolumen erhält?
  - a. Wenn ja, wie sieht dieser Prozess aus?

- b. Wenn nein, weshalb nicht?
- 2. Wie erklären Sie sich die überproportionale Bevorzugung bei der Vergabe von Inseraten an die drei oben genannten Boulevard-Medien Kronen Zeitung, Österreich und Heute?
  - a. Welche konkreten Ziele werden mit diesem Schaltungs-Schwerpunkt verfolgt?
- 3. Wird darüber hinaus auf eine regionale Verteilung der Inserate über alle Bundesländer geachtet?
  - a. Wenn ja, nach welchen Kriterien erfolgt jeweilige Buchung und gibt es eine Ausgewogenheit unter den Bundesländern?
  - b. Wenn nein, warum nicht?
- 4. Nach welchen Kriterien werden Inserate geschaltet?
  - a. Wer ist im BKA dafür zuständig?
- 5. Gibt es Unterstützung durch eine externe Mediaagentur?
  - a. Wenn ja, welche? Wann wurde diese von wem beauftragt und wie sieht die Vergütung derselbigen aus?
  - b. Wenn nein, weshalb nicht?
- 6. Weshalb gibt es keine sinnvolle Datenaufbereitung auf der Transparenzseite der RTR?
  - a. Was spricht gegen eine Aufbereitung der Daten mit Querschnittsdaten und sinnvollen Summen?
  - b. Gibt es Überlegungen oder konkrete Maßnahmen, um die Daten besser aufzubereiten?
- 7. Spielen die Kosten pro Leser\_in in der Vergabe der Inserate eine Rolle?
  - a. Wenn ja, inwiefern wird diese berücksichtigt?
  - b. Wenn ja, wie kann es zu so hohen Unterschieden zwischen den Medien kommen?
  - c. Wenn nein, warum nicht?
- 8. Wieso gibt es keine schriftlich festgelegten, transparenten Ziele, die mit den geschalteten Inseraten verfolgt werden?