
4158/J XXVII. GP

Eingelangt am 16.11.2020

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

Anfrage

des Abgeordneten Christian Hafenecker, MA

und weiterer Abgeordneter

an den Bundeskanzler

betreffend Werbeschaltungen in Tageszeitungen rund um die Verordnung des zweiten Lockdowns

Nachdem die Bundesregierung am 31. Oktober 2020 die Verordnung eines zweiten Lockdowns zur Ausbreitung des Coronavirus bekanntgegeben hat, wurden in den darauffolgenden Tagen Inserate in diversen Tageszeitungen zur Ankündigung desselben geschaltet, wie exemplarisch etwa am 01. November 2020 in bzw. auf der Titelseite der „Kronenzeitung“:



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

Diese Inseratschaltungen sind sowohl hinsichtlich der Kosten als auch deren Zwecks zu hinterfragen, da ein derart brisantes Thema wie die Verhängung eines Lockdowns ohnehin prominente sowie großflächige Berichterstattung hervorruft und eine darüber hinaus gehende Information der Bevölkerung via Werbeeinschaltung vollkommen überflüssig macht.

In diesem Zusammenhang stellen die unterfertigten Abgeordneten an den Bundeskanzler folgende

Anfrage

1. Wann wurden die Werbeeinschaltungen rund um die Verordnung des zweiten Lockdowns gebucht?
 - a. Nach welchen Kriterien wurden welche Medien für die Inserierung ausgewählt?
 - b. Welche Personen waren für diese Auswahl zuständig?
 - c. Auf welche Höhe belaufen sich die Gesamtkosten für diese Werbeschaltungen, gliedert nach Medien?
 - d. Werden diese aus dem von Ihnen in der Anfrage 1571/J vom 19. Juni 2020 mit 19,5 Millionen Euro bezifferten Budget für das gesamte Informationsvorhaben der Bundesregierung bezahlt?
 - e. Falls nein, warum nicht?
 - f. Wenn nein, wurde dieses Budgetvolumen bereits zuvor aufgebraucht?
 - g. Falls nein, unter welchem Budgetposten wurde diese Kampagne verbucht?

2. Wann wurde seitens des Bundeskanzleramtes bzw. der Bundesregierung die Buchung der betreffenden Werbeeinschaltungen in Auftrag gegeben?
 - a. Wann erfolgten die konkreten Buchungen bei den jeweiligen Medien?
 - b. Von wem wurden diese konkret durchgeführt?
 - c. Auf welche Laufzeit und Inseratfrequenz wurden die damit verbundenen Verträge abgeschlossen?
 - d. Von wem wurden die betreffenden Sujets erstellt?
 - e. Auf welche Höhe beliefen sich die dafür aufgewendeten Kosten?
 - f. Wann wurden diese Sujets den betreffenden Medien jeweils übermittelt?

3. Plant die Bundesregierung weitere Werbeschaltungen in Zusammenhang mit der Coronakrise?
 - a. Wenn ja, zu welchen Zeitpunkten?
 - b. Wenn ja, welche Kosten werden dafür veranschlagt?
 - c. Wenn ja, welche Medien werden für diese warum ausgewählt?