

## 4696/J XXVII. GP

---

Eingelangt am 18.12.2020

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

# Anfrage

der Abgeordneten Mag. Gerald Loacker, Kolleginnen und Kollegen

an den Bundesminister für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz

betreffend Kosten Babyelefant-Werbespot

Die „**Schau auf dich, schau auf mich**“-Kampagne der Bundesregierung und des Roten Kreuzes soll seit Monaten für mehr Informationsbewusstsein über Covid-19 in der österreichischen Bevölkerung führen. Unter der Leitung von Martin Radjaby-Rasset wurde die Kampagne mit einem Budgetvolumen bis zu **19,5 Millionen Euro** gestartet. Bis zum Sommer waren Anfragebeantwortungen zufolge **sechs verschiedene Phasen** [1] dieser Kampagne durchlaufen worden, für die Inseratenschaltung zeigte sich die Firma wavemaker verantwortlich. Bisher waren weiters mindestens drei Kreativagenturen (Jung von Matt, Campaigning Bureau und Troin Agency) an der Kampagne „Schau auf dich, schau auf mich“ beteiligt. Nun hat die Regierung mit einem **Werbepot** [2] als Hinweis auf den „**Babyelefanten**“, der als Abstand zwischen Menschen eingehalten werden sollte, einen weiteren Imagefilm mit geringem Informationsgehalt kreiert. Der Spot vermittelt den Eindruck, die Regierung behandle die Bürgerinnen und Bürger wie nicht besonders aufgeweckte Kinder, denen man Dinge langsam und ganz einfach erklären muss. Über die bisherige Wirksamkeit der Kampagne seit dem Sommer beziehungsweise auch die finanzielle Abwicklung ist allerdings nichts weiter bekannt geworden.

[1] [https://www.parlament.gv.at/PAKT/VHG/XXVII/AB/AB\\_01333/index.shtml](https://www.parlament.gv.at/PAKT/VHG/XXVII/AB/AB_01333/index.shtml)

[2] <https://www.youtube.com/watch?v=EKIL4exsZrk>

Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher folgende

## Anfrage:

1. Wie hoch sind die bisherigen Ausgaben für die Kampagne „Schau auf dich, schau auf mich“?
  - a. Welche Agenturen waren in dieser Kampagne bisher involviert?
  - b. Auf welcher Basis wurden diese Aufträge vergeben?
  - c. Wie viel haben beteiligte Agenturen bisher für ihre Tätigkeit im Rahmen der „Schau auf dich, schau auf mich“-Kampagne erhalten?
2. Wie hoch ist das verbleibende eingeplante Budget für diese Kampagne?
  - a. In der wievielen Phase befindet sie sich aktuell? Bitte um Aufschlüsselung der bisherigen Phasen inklusive Zielgruppe, Monat der ersten Veröffentlichung, Nennung der beteiligten Agenturen und Inhalte der jeweiligen Phase
3. Wie hoch war das Budget für den Werbefilm Babylefant?
4. Welche Firmen waren in der Entwicklung, Gestaltung und Produktion des Spots involviert? Bitte um Aufschlüsselung inklusive der einzelnen Auftragssumme je Unternehmen
5. In welchen Medien wird das Video für welche Zielgruppen geschalten und wie hoch sind die Inseratekosten dafür? Bitte um Aufschlüsselung nach Ausstrahlungswoche, Medium und Kosten