

4724/J XXVII. GP

Eingelangt am 21.12.2020

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

Anfrage

**der Abgeordneten Henrike Brandstötter, Kolleginnen und Kollegen
an den Bundeskanzler
betreffend Werbespot Babyelefant**

Als Symbol für den Mindestabstand als Maßnahme gegen die Ausbreitung des Sars-Cov-2-Virus wurde als Symbol ein Babyelefant entwickelt. Im Rahmen der "Schau auf dich, schau auf mich"-Kampagne wird der besagte Babyelefant nun in Szene gesetzt: Die Regierung wirbt weiterhin gemeinsam mit dem Roten Kreuz mit Hilfe eines Spots, der motivieren soll, sich an die Maßnahmen zu halten. Eingesetzt wurde hierfür ein als Babyelefant verkleidetes Kind, welches angestrengt bemüht ist, die Menschen auseinander und auf Abstand zu halten. Der Spot wurde unter anderem auf dem Youtube-Kanal des Bundeskanzleramts veröffentlicht, verantwortlich für die Kampagne ist die Agentur Jung van Matt (<https://www.diepresse.com/5911784/werbespot-der-regierung-der-babyelefant-ist-jetzt-ein-kind>).

Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher folgende

Anfrage:

1. Wie hoch waren jeweils die Gesamtausgaben des Ministeriums bzw. der nachgeordneten Dienststellen für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit, für die Babyelefant-Kampagne?
2. Der Spot wurde mit dem Song "All I can do" von Ben Kendrick untermalt. Wie hoch waren die Ausgaben für die Lizenzierung des Songs?
3. So Ihr Ministerium nicht hauptverantwortlich für die beiden Kampagne war:
 - a. Hat Ihr Ministerium einen Anteil der Kosten getragen und wenn ja, in welcher Höhe?
 - b. Hat Ihr Ministerium über eine eventuelle Kostenübernahme hinaus noch etwas zur Kampagne beigetragen?
 - i. Wenn ja, was und in welchem Umfang?

4. Wie hoch waren die Ausgaben Ihres Ministeriums für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit (inkl. Ausgaben für Agenturen) in Onlinemedien sowie audiovisuellen Medien für die Babyelefant-Kampagne? Bitte um Aufschlüsselung nach Medium, Datum, Ort der Veröffentlichung.
5. Wie hoch waren die Ausgaben Ihres Ministeriums für TV-Spots, Werbung in Sozialen Netzwerken sowie Search (Google), Medienkooperationen und Sponsored Content für die Babyelefant-Kampagne? Bitte um Übermittlung des Mediaplans bzw. um Aufschlüsselung nach Titel, Medium, Datum, Kanal und Häufigkeit.
6. Gab es Aufteilungen der Ausgaben zwischen dem Ministerium und dem Roten Kreuz? Bitte um Aufschlüsselung nach Kampagne.
 - a. Wenn ja, welche Aufgaben wurden weshalb wie zwischen wem aufgeteilt?
 - b. Wenn ja, wer hat weshalb welche Kosten übernommen?
7. Beauftragt Ihr Ministerium eine_n Dienstleister_in bzw. Agentur, der oder die sich um die einzelnen Sujets bzw. die Formatanpassungen für die einzelnen Vorgaben der Medienpartner_innen im Rahmen der Babyelefant-Kampagne kümmert?
 - a. Wenn ja, wen bzw. welche und zu welchen Konditionen?
 - i. Gibt es eine (Agentur)provision?
 1. Wenn ja, wie hoch ist diese und wer bezahlt sie?
 - b. Wenn nein, wer macht die Formatanpassungen und wer beauftragt diese?
8. Wurde eine Mediaagentur für das Buchen der Kampagne beauftragt?
 - a. Wenn ja, um welche handelt es sich?
 - b. Wenn ja, zu welchen Konditionen wurde diese beauftragt?
 - c. Wenn ja, wer hat diese beauftragt?
 - d. Wenn nein, weshalb nicht und wer hat diese Aufgabe stattdessen übernommen?
9. Welche Zielgruppen wollte man mit der Kampagne vorrangig erreichen, wie wurde dies gewährleistet und wie wurde eine Erfolgsmessung durchgeführt?