

---

**7800/J XXVII. GP**

---

**Eingelangt am 14.09.2021**

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

## **Anfrage**

### **der Abgeordneten Henrike Brandstötter, Kolleginnen und Kollegen an den Bundeskanzler betreffend Inseratenstopp**

Im März 2020 musste es schnell gehen. Man brauchte eine Kampagne, die über Covid-19 informiert. Das Rote Kreuz hatte eine ebensolche zur Hand, man startete daher die Kampagne „Schau auf mich, auf dich!“. Gemeinsam wurde bis Juli 2021 um 47,23 Millionen Euro kampagnisiert. Auf dem Weg dahin vergaß man auf Menschen ohne Deutsch als Muttersprache als potentielle Zielgruppe, hatte verunsicherte Frauen nicht im Blick und hielt Fake News verbreitenden Covid-Leugnern nichts entgegen. Die Bundesregierung vergaß aber auch darauf, die Kampagne nach den ersten Schreckwochen auszuschreiben. Stattdessen wurde etwa ein Kind in ein Elefantenkostüm gezwängt.

Im Frühjahr 2021 startet dann die „Österreich impft“-Kampagne. Kein Beispiel nahm man sich weiterhin an Dänemark, wo 73% der Menschen vollständig geimpft sind. Auf der Website der dänischen Gesundheitsbehörde gibt es leicht verständliche Aufklärungsvideos mit Untertiteln in neun Sprachen, die sich gut in Sozialen Medien teilen lassen.

Hierzulande wurden stattdessen Rahmenverträge ausgeschrieben: 180 Millionen Euro können in den kommenden vier Jahren für Media, also dem Buchen von Werbungen in TV, Radio, Print, Online und Out-of-home, ausgegeben werden, weitere 30 Millionen Euro für deren Kreation. Bundeskanzler Kurz befand überdies, dass das Inserate-Füllhorn „Hilfe für in der Krise in Not geratene Medien“ sei.

Im Juli 2021 wurde die Zusammenarbeit zwischen dem Bundeskanzleramt und dem Roten Kreuz offensichtlich beendet

(<https://www.derstandard.at/story/2000129357234/rotes-kreuz-kritisiert-vorlaeufiges-einschlafen-der-impfkampagne>) und an ihre Stelle trat – nichts. Es gab und gibt aktuell schlicht und einfach keine Kampagne, um auf den letzten Metern impfunwillige bzw. noch nicht ausreichend informierte Menschen zu überzeugen.

Zugleich gibt jedoch absurd hohe Rahmenverträge, wo pro Woche eine Million Euro ausgegeben werden darf. Seit Mai 2021 steht fest, dass Jung von Matt Erstgereichte beim 30 Mio-Etat ist. Die Werbeagentur hat auch für das Rote Kreuz die Covid-Kampagnen der Bundesregierung gemacht. Trotz einer gewissen Vorerfahrung und Kenntnisse der Stakeholder passiert jedoch auch hier anscheinend nichts.

Die renommierte Virologin Univ.-Prof. Dr. Dorothee, Leiterin des Instituts für Virologie an der Medizinischen Universität Innsbruck, erklärt wiederholt: (..) brauchen wir noch eine Million Immunisierte, damit wir einen Gesamtschutz haben, damit wir die

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

Pandemie wie in England oder Dänemark für beendet erklären können." (<https://kurier.at/politik/inland/von-laer-zu-pandemie-ende-zehn-prozent-fehlen-noch-auf-gesamtschutz/401733579>)

Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher folgende

### Anfrage:

1. Wie viele Kampagnen rund um Covid-19 gab es seitens der Bundesregierung?
  - a. Bitte um Auflistung der einzelnen Kampagnen, deren Etats, Themen bzw. Inhalte sowie Zeiträume und Zielgruppen seit März 2020 bis heute, Stichtag, 14. September.
2. War eine bzw. waren mehrere Impfkampagnen für den Sommer geplant?
  - a. Wenn ja, welche? Wann? In welcher Form?
  - b. Wenn nein, weshalb nicht?
  - c. Wenn ja, weshalb wurden diese nicht umgesetzt?
  - d. Wenn ja, welche Mediaagentur war mit dem Buchen der Kampagne beauftragt?
3. Welche dieser Kampagnen wurde vom 1. Juli 2021 bis 14. September 2021 geschaltet? Bitte um Übermittlung der Mediapläne.
  - a. Welche Mediaagentur war damit beauftragt und wie hoch war das Honorar?
4. Werden aktuell Impfkampagnen konzipiert?
  - a. Wenn ja, welche? Ab wann werden diese ausgerollt? In welcher Form?
  - b. Wenn ja, welche Mediaagentur ist damit beauftragt?
  - c. Wenn nein, weshalb nicht?
5. Mehr Impfungen sind ganz offensichtlich der einzige Weg, wie Österreich aus der Krise kommt. Zugleich sind die Imp fzahlen rückgängig. Was gedenken Sie zu tun, um mehr Bürgerinnen und Bürger in Österreich für die Impfung zu motivieren?
  - a. Bitte erläutern Sie die konkreten nächsten Schritte.
  - b. Wie viel Budget aus welchem Topf für welche Kampagnen für welchen Zeitraum wurden dafür veranschlagt?