
8243/J XXVII. GP

Eingelangt am 14.10.2021

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

Anfrage

**der Abgeordneten Henrike Brandstötter, Kolleginnen und Kollegen
an den Bundesminister für Finanzen
betreffend Unzulässige Werbung für eine noch nicht beschlossene
Steuerreform**

Das Bekanntwerden des letzten großen Skandals rund um Inserate und damit verbundene, mögliche Korruption ist noch nicht einmal eine Woche her, schon fällt die Bundesregierung in dieser Thematik erneut negativ auf: Das Finanzministerium wirbt schon seit geraumer Zeit mit „Jetzt kommt Österreichs großes Entlastungspaket“. Die Kritik an dieser Vorgehensweise ist groß: Zum Zeitpunkt, als die ersten Inserate geschaltet wurden, waren die Eckpunkte der Steuerreform zwar schon präsentiert, aber noch gar nicht durch das Parlament beschlossen. Des weiteren wurden einmal mehr Gesetze missachtet. Im Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz steht § 3a Abs. 1 MedKF-TG: "Entgeltliche Veröffentlichungen, die keinen konkreten Bezug zur Deckung eines Informationsbedürfnisses aufweisen und ausschließlich oder teilweise lediglich der Vermarktung der Tätigkeit des Rechtsträgers dienen, sind unzulässig."

Es gibt drei Gründe, weshalb und wofür Inserate geschaltet werden dürfen:

1. Sachinformation
2. Information über rechtliche Bedingungen und Sachverhalte
3. Informationen über Handlungs- und Verhaltensweisen

Dass Österreicherinnen und Österreicher über Steuerreformen informiert werden sollen – und zwar darüber, was die Reform für sie persönlich bedeutet – ist gar nicht in Frage zu stellen. Ob dieses Sujet aber eine tatsächliche, vor allem aber gehaltvolle Information für die Rezipient_innen darstellt, ist in höchstem Maße anzuzweifeln, sie entsprechen keinem der drei oben genannten Gründe.



Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher folgende

Anfrage:

1. Wer hat wann die Kampagne bei wem beauftragt?
 - a. Welche Agentur verantwortet die Sujets?
 - b. Welche Agentur bucht die Sujets ein?
 - c. Wer verantwortete die Kampagne innerhalb des Ministeriums?
 - d. Waren weitere externe Dienstleister_innen betraut oder eingebunden und wenn ja, welche und wer hat diese beauftragt?
 - e. War die Abteilung I/4: Informationsinitiativen, Mediaplanung und -budget im Bundeskanzleramt in die Mediaplanung eingebunden?
 - i. Wenn ja, was war die Aufgabe?
 - ii. Wenn nein, weshalb nicht?
2. Wie viele der Inserate, Banner, Spots etc fielen und fallen unter die Bagatellgrenze und wie hoch sind die Gesamtkosten dafür?
3. Wenn es sich bei den oder der beauftragten Agentur_en nicht um die Agentur bzw. Agenturen aus dem Kreis jener handelt, die den Pitch für die beiden Etats (180 Mio Media sowie 30 Mio Kreation) im Frühjahr 2021 für sich entscheiden haben: Weshalb wurde nicht auf diese Dienstleister_innen zurückgegriffen?
4. Wann wurden die ersten Inserate, Banner und weiteren Werbeformen wo geschaltet?
 - a. Wie lange ist die Schaltung noch geplant?
5. In wie vielen und welchen Printmedien wurde sie auf Basis welcher Kriterien geschaltet?
6. In wie vielen und welchen weiteren Medien und auf welchen weiteren Plattformen gab es Inserate, Banner, Spots etc zu der Steuerreform? Bitte um genaue Auflistung.

7. Wie hoch ist der Etat, der für diese Kampagne veranschlagt wurde? Bitte um genaue Angabe der Posten.
8. Woher stammt das Budget für die Kampagne? Welches Ministerium bezahlt die Rechnungen aus welchem Topf?
9. Wie definieren Sie den Informationsgehalt dieses Inserats?