

## **Anfrage**

**der Abgeordneten Henrike Brandstötter, Kolleginnen und Kollegen  
an den Bundesminister für Finanzen**

**betreffend Folgeanfrage zur Anfrage 8243/J: Unzulässige Werbung für eine  
noch nicht beschlossene Steuerreform**

Im Oktober 2021 wurde die Steuerreform als "Größtes Entlastungspaket in der 2. Republik" in vielen verschiedenen Medien und auf vielen verschiedenen Plattformen beworben – obwohl diese zu diesem Zeitpunkt noch gar nicht vom Parlament beschlossen war. In der Anfragebeantwortung der ursprünglichen Anfrage sind einige bemerkenswerte Antworten zu finden, die ein weiteres Nachfragen notwendig machen.

So wurde etwa die nicht beschlossene Reform in äußerst vielen, unterschiedlichen Medien geworben, nicht aber zum Beispiel im Wochenmagazin News oder in der Wochenzeitung Falter. Auffällig ist außerdem, dass auf [express.at](https://www.express.at) für 6.303,60 Euro geworben wurde, im Standard zum Vergleich „nur“ für 12.479,98 Euro. Allerdings ist definitiv davon auszugehen ist, dass der Standard viel mehr als die doppelte Online-Reichweite / Unique User / Page Impressions hat ([derstandard.at](https://www.derstandard.at) war im Q4 2020 mit 38,2% auf Platz 4 der reichweitenstärksten Einzeldomains in Österreich – [express.at](https://www.express.at) hat es nicht in die Top 20 geschafft - <https://www.derstandard.at/story/2000116405752/oewa-plus-studie-weist-derstandardat-monatliche-reichweite-von-38-6> ).

Interessant war auch die Antwort auf meine Frage nach dem fehlenden Informationsgehalt der Kampagne: „Wird der Rezipient auf das Bild aufmerksam, ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass er den weiterführenden Link behält und sich online weiter über die neuen Maßnahmen informiert. Die Leserin bzw. der Leser ist eher dazu geneigt, den kurzen Informationstext unterhalb des Bildes zu lesen und damit ein Gefühl für die neuen rechtlichen Bedingungen zu erhalten bzw. überhaupt zu erfahren, dass es diese geben wird. Es wird damit eine Sensibilisierung zu dem Thema geschaffen, zukünftige Informationen dazu werden besser aufgenommen und behalten. Für die Kommunikation zur Steuerreform hat das BMF eine eigene Subseite auf [bmf.gv.at](https://www.bmf.gv.at) erstellt. Auf dieser Seite finden sich zahlreiche Informationen – sowohl für die Bürgerinnen und Bürger als auch für Unternehmen.“ (8100/AB).


Der Kommunikationsdrang zum "größten Entlastungspaket der 2. Republik" war dann am 15.12.2021, dem Tag, als die Steuerreform in allen Medien besprochen wurde, jedoch äußerst gedämpft. Wer in den Medien davon las, konnte sich auf der Website des BMF nicht dazu informieren. Es gab schlicht keine Informationen dazu.

Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher folgende

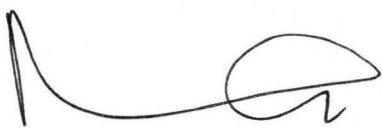
### **Anfrage:**


1. Welche genauen Kriterien wurden bei der Auswahl der einzelnen Medien für die Schaltungen im Oktober 2021 herangezogen?
  - a. Wieso fehlen zum Beispiel der Falter oder das Magazin News?
2. Wer genau war für die Auswahl der einzelnen Medien zuständig?

- a. Inwieweit war ihr Ministerium darin involviert?
3. Auf welche Mediadaten wurden bei der Auswahl Onlinemedien zurückgegriffen?
  4. Auf welche Mediadaten wurden bei der Auswahl Print-Medien zurückgegriffen?
  5. Wie kam es dazu, dass genau jene, in der Anfragebeantwortung (8100/AB) genannten, elf Onlinemedien ausgewählt wurden?
  6. Wie lautete bzw. lautet die URL der Subseite von [www.bmf.gv.at](http://www.bmf.gv.at), wo sich die Menschen informieren konnten und wie kamen sie von [www.bmf.gv.at](http://www.bmf.gv.at) dorthin?
  7. Welche Inhalte waren zum Zeitpunkt der Kampagne auf der Subsite zu finden?
  8. Wie hoch waren die täglichen Zugriffe auf die in der Anfragebeantwortung erwähnte Subseite auf [bmf.gv.at](http://bmf.gv.at)? (Bitte um Auflistung der einzelnen Tage von 15.09.2021 bis 15.12.2021)
  9. Weshalb wurde der Großteil des Werbebudgets in Print-Medien ausgegeben, obwohl Sie selbst als Ziel das Aufsuchen einer Subseite auf [www.bmf.gv.at](http://www.bmf.gv.at) angeben?
    - a. Ist es nicht kosteneffizienter online und dort zu werben, wo man in einer Werbeschaltung direkt auf die angegebene Subseite verlinken kann?
  10. Wie erklären Sie sich die Tatsache, dass sich am 15.12.2021, dem Tag, als die Steuerreform in allen Medien besprochen wurde, keine einzige Information zum "größten Entlastungspaket der 2. Republik" auf [www.bmf.gv.at](http://www.bmf.gv.at) zu finden waren?
  11. Wie kann man ein "Gefühl für die neuen rechtlichen Bedingungen" erhalten, wenn diese noch gar nicht final festgelegt, geschweige denn beschlossen wurden?
  12. Welche weiteren Schaltungen zur Steuerreform wurden zwischen 17.10.2021 und 15.12.2021 getätigt? (Bitte um Auflistung der einzelnen Buchungen)
  13. Wie hoch waren die Kosten der einzelnen Schaltungen zwischen 17.10.2021 und 15.12.2021? (Bitte um Auflistung der einzelnen Printtitel, Onlinemedien und Plattformen, in denen geschaltet wurde)

  
(Besenherd)

  
(BRANDSTÄTTER)

  
(WEBER-KASTNER)

  
(HAUSER)

  
FIEDLER

