

## **Anfrage**

der Abgeordneten **Philip Kucher**,  
Genossinnen und Genossen

an den **Bundesminister für Arbeit**

betreffend **Werbe- und PR-Ausgaben der Bundesregierung im zweiten Halbjahr 2021**

Eine Rekordzahl an PR-Beratern und Pressesprechern, hochbezahlte Generalsekretärsposten bis hin zu einem „Think Tank“ auf Steuerzahlerkosten: Kurz' Mantra vom „Sparen im System“ hat in den ersten Jahren seiner Kanzlerschaft zu einer deutlichen Kostenexplosion in den politischen Büros geführt. Während man beispielsweise Menschen die 45 Jahre hart arbeiten die Pensionen kürzt, zeigte man sich bei den Kosten für die eigene Selbstinszenierung großzügig.

Es steht zu befürchten, dass auch nach einem millionenschweren PR-Paket nicht Schluss ist und es zu einer neuerlichen Kostenexplosion der Werbe- und PR-Ausgaben kommt. Ob der Vorsatz des „Sparen im System“ zumindest im zweiten Halbjahr 2021 erreicht wird, soll auf Basis dieser Anfrage überprüft werden.

Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher folgende

### **Anfrage:**

- 1) Wie hoch waren die Gesamtausgaben für Werbung, Öffentlichkeitsarbeit und Informationskampagnen Ihres Ressorts im Zeitraum 1. Juli bis 31. Dezember 2021?
- 2) Welche Aufträge für Anzeigeschaltungen seitens Ihres Ressorts wurden im Zeitraum 1. Juli bis 31. Dezember 2021 in Auftrag gegeben (bitte Einzelaufschlüsselung nach Projekt, Medium, Medieninhaber, Zweck der Schaltung und Kosten)?
  - a. Welche Schaltungen davon erfolgten in „periodischen Medien“ (bitte Einzelaufschlüsselung nach Projekt, Medium, Medieninhaber, Zweck der Schaltung und Kosten)?
  - b. Welche und wie viele Schaltungen davon erfolgten in nicht-periodischen Medien (bitte Einzelaufschlüsselung nach Projekt, Medium, Medieninhaber, Zweck der Schaltung und Kosten)?
  - c. Welche und wie viele Schaltungen davon erfolgten in audiovisuellen Medien (bitte Einzelaufschlüsselung nach Projekt, Medium, Medieninhaber, Zweck der Schaltung und Kosten)?
- 3) Welche Agenturen wurden seitens Ihres Ministeriums im Zeitraum 1. Juli bis 31. Dezember 2021 mit Aufträgen im Zusammenhang mit Öffentlichkeitsarbeit betraut?

- a. Gab es für diese Aufträge eine öffentliche Ausschreibung?
    - i. Wenn ja, in welcher Form?
  - b. Welche Kosten waren damit im Zeitraum 1. Juli bis 31. Dezember 2021 verbunden (bitte um separate Aufgliederung nach Agentur, jeweiliges „Projekt“ und Kosten)?
- 4) Welche Printprodukte (Broschüren, Magazine, Schautafeln, Poster etc.) veröffentlichte Ihr Ressort im Zeitraum 1. Juli bis 31. Dezember 2021 (bitte Einzelaufschlüsselung nach Projekt, Zweck der Publikation, Gesamtauflage, Distributionskanal und Kosten)?
- 5) In wie vielen Medienkooperationen befindet sich Ihr Ministerium insgesamt (bitte Einzelaufschlüsselung nach Projekt, Kooperationszweck, Medium, Medieninhaber, Kosten)?
- 6) Welche weiteren Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeit sind bereits in Umsetzung bzw. zum Tag der Anfragebeantwortung für das erste Halbjahr 2022 geplant (bitte Einzelaufschlüsselung nach Projekt, Zweck, Kostenschätzung, Medien)?
- 7) Wie hoch waren die Ausgaben für externe Beratungsleistungen wie Medientrainings, Coachings, PR- & Strategieberatung etc. im Zeitraum 1. Juli bis 31. Dezember 2021 (bitte Einzelaufschlüsselung nach beauftragten Unternehmen, Kosten, Zweck und Umfang der Beratungsleistung)?



The image contains several handwritten signatures and initials in black ink. At the top left, there is a large, stylized 'ZL'. To its right is a signature that appears to read 'Krispy'. Below these are two smaller signatures: one that looks like 'SCHATZ' and another that looks like 'A. Stadl'. At the bottom left, there is a signature that appears to read 'Kell J.'.

