
980/J XXVII. GP

Eingelangt am 21.02.2020

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

Anfrage

**der Abgeordneten Mag. Gerald Loacker, Kolleginnen und Kollegen
an die Bundesministerin für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort
betreffend Inserate für die App "Digitales Amt" durch die Österreichische For-
schungsförderungsgesellschaft**

Entwicklungskosten in der Höhe von rund 5,8 Millionen Euro, Werbekosten von 112.000 Euro im Jahr 2019 plus 31.057,96 Euro für die Produktion eines Erklärvideos: Die Onlineanwendung "Digitales Amt" hat die Steuerzahler_innen mehrere Millionen Euro gekostet und nur einen marginalen Nutzen gebracht.⁽⁷⁾ Wie aus einer Anfragebeantwortung von Juli 2019 hervorgeht, sind im Rahmen der gesamten Kampagne im Jahr 2019 für Werbezwecke folgende Kosten angefallen:

Werbeschaltungen in **Onlinemedien: 489.671 Euro**

Inserate in **Tageszeitungen: 755.084,07 Euro**

Inserate in sonstigen **Printmedien: 339.239,71 Euro**

Hinzu kommen nun offensichtlich Inserate, finanziert durch die **Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft (FFG)**, wie jenes vom Sonntag, dem **26. Jänner 2020** in der **Zeitung "Österreich"**. Wie aus dem ersten bzw. zweiten Absatz des zweiseitigen Inserates hervorgeht, handelt es sich bei der Einschaltung um Werbung für die Bundesregierung, das Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort sowie das "Digitale Amt". Der Mehrwert und Erkenntnisgewinn für die Leser_innen und Steuerzahler_innen, die dieses Inserat mit ihrem Steuergeld finanzieren, ist nicht ersichtlich. So heißt es etwa zu Beginn des Advertorials: *"Wir leben in einer Zeit des Umbruchs und der rasanten technologischen Entwicklung, die Herausforderungen, aber vor allem auch Chancen mit sich bringt. Daher wird die Regierung weiter daran arbeiten, Österreich zum Vorreiter in der Digitalisierung zu machen: Im Mittelpunkt und als Koordinator zahlreicher Maßnahmen wirkt das Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort."* Es stellt sich außerdem die Frage, welchen Nutzen Printwerbung für eine digitale App hat. Es ist davon auszugehen, dass man online-affine Bürger_innen auch eher mit Online-Werbung erreicht.

Inserat der Österreichischen Forschungsförderungsgesellschaft (FFG) zur Anwendung "Digitales Amt".

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



Es stellt sich weiters die Frage, warum die Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft (FFG) Werbung für das Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort finanziert, zumal es sich hier um ein doppelseitiges Inserat in der Sonntagsausgabe von "Österreich" handelt. Laut Tariffliste der "Österreich" kostet ein einseitiges Inserat zum Normaltarif in der Sonntagsausgabe **25.890 Euro**, also **51.780 Euro** für zwei Seiten, wenn der volle Preis laut Tariffliste bezahlt wurde. ⁽²⁾

¹ 3512/AB vom 09.07.2019 zu 3511/J (XXVI. GP)

² anzeigen.oe24.at

Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher folgende

Anfrage:

1. Wie hoch ist das Werbebudget für das "Digitale Amt" im Jahr 2020?
 - a. Wie viel davon entfällt auf Onlinemedien?
 - b. Wie viel davon entfällt auf Printmedien?
 - c. In welchen Medien werden in diesem Jahr Inserate für das "Digitale Amt" erscheinen?
 - d. Nach welchen Kriterien wird die Aufteilung des Werbebudgets vorgenommen?
2. Wie viel hat die Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft für die Inserate in der "Österreich" bezahlt (pro doppelseitigem Inserat)?
3. Wie hoch sind die Gesamtkosten, die der FFG insgesamt durch Inserate zur Bewerbung des Digitalen Amtes entstanden sind?
4. Mit welchem Ziel finanziert die Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft Inserate für das Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort?

5. Wie verlief die Abstimmung zwischen dem BMDW und der FFG bezüglich des Inserates?
6. In welchen Zeitungen außer "Österreich" wurde dieses oder ein vergleichbares Inserat noch abgedruckt?
7. Wird es weitere Inserate der FFG zum Digitalen Amt geben?
8. Sind vom BMDW ebenfalls weitere Printinserate geplant?
9. Welche ihrer Zielgruppen erreicht die FFG über das Medium "Österreich"?