

Andreas Babler, MSc
Vizekanzler
Bundesminister für Wohnen, Kunst, Kultur,
Medien und Sport

Herrn
Präsidenten des Nationalrates
Dr. Walter Rosenkranz
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2025-0.366.211

Wien, 3. Juli 2025

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Christian Hafenecker, MA und weitere Abgeordnete haben am 6. Mai 2025 unter der **Nr. 2127/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Fragwürdige Medienpolitik und Inseratenvergabe in der Coronazeit“ gerichtet.

Diese Anfrage beantworte ich nach den mir vorliegenden Informationen wie folgt:

Zu Frage 1:

- *Wie hoch waren die Ausgaben Ihres Ressorts für Inserate, Werbung und anderweitige Öffentlichkeits- und Informationsarbeit in Bezug auf die Corona-Maßnahmen und die Corona-Politik jeweils in den Jahren: 2020, 2021, 2022, 2023 und 2024?*
 - a. *Wie hoch waren die Ausgaben in den jeweiligen Jahren für Inserate, Werbung und anderweitige Öffentlichkeits- und Informationsarbeit in Bezug auf die Corona-Maßnahmen und die Corona-Politik in Printmedien?*
 - i. *In welchen Printmedien wurde in den jeweiligen Jahren inseriert, und wie hoch sind die jeweiligen Kosten für die Inserate in den einzelnen Medien gewesen? (Bitte um Aufschlüsselung nach Medium & Höhe)*

- b. Wie hoch waren die Ausgaben in den jeweiligen Jahren für Inserate, Werbung und anderweitige Öffentlichkeits- und Informationsarbeit in Bezug auf die Corona-Maßnahmen und die Corona-Politik in Online-medien?*
- i. In welchen Onlinemedien wurde in den jeweiligen Jahren inseriert, und wie hoch sind die jeweiligen Kosten für die Inserate in den einzelnen Medien gewesen? (Bitte um Aufschlüsselung nach Medium & Höhe)*
- c. Wie hoch waren die Ausgaben in den jeweiligen Jahren für Inserate, Werbung und anderweitige Öffentlichkeits- und Informationsarbeit in 2127/J 1 von 2 vom 06.05.2025 (XXVIII. GP) www.parlament.gv.at Bezug auf die Corona-Maßnahmen und die Corona-Politik in Radiosendungen?*
- i. In welchen Radiosendungen wurde in den jeweiligen Jahren inseriert, und wie hoch sind die jeweiligen Kosten für die Inserate in den einzelnen Medien gewesen? (Bitte um Aufschlüsselung nach Medium & Höhe)*
- d. Wie hoch waren die Ausgaben in den jeweiligen Jahren für Inserate, Werbung und anderweitige Öffentlichkeits- und Informationsarbeit in Bezug auf die Corona-Maßnahmen und die Corona-Politik in Fernsehsendungen?*
- i. In welchen Fernsehsendungen wurde in den jeweiligen Jahren inseriert, und wie hoch sind die jeweiligen Kosten für die Inserate in den einzelnen Medien gewesen? (Bitte um Aufschlüsselung nach Medium & Höhe)*

Das Bundesministerium für Wohnen, Kunst, Kultur, Medien und Sport (BMWKMS) gibt im Zuge der regelmäßigen Beantwortung parlamentarischer Anfragen Gesamtausgaben für Informationskampagnen mit genauen Angaben der Art der Werbung, der Namen der Medien sowie der Kosten einzelner Schaltungen und dergleichen bekannt.

Es wird um Verständnis ersucht, dass eine nochmalige detaillierte Beantwortung dieser Fragen in Anbetracht des dafür erforderlichen hohen Verwaltungsaufwandes im Konnex mit der gebotenen Sparsamkeit, Zweckmäßigkeit und Wirtschaftlichkeit jedes Verwaltungshandelns nicht erfolgen kann.

Es wird daher auf folgende Voranfrageserien bzw. auf einzelne Voranfragen seit 2020 verwiesen:

- Erbringung von Dienstleitungen
- Erbrachte Dienstleitungen

- Externe Verträge
- Spesen und Repräsentationsausgaben
- Zielgruppen und Werbeausgaben in sozialen Netzwerken und Online-Medien
- Transparenz und Kostenkontrolle: Werbeausgaben in sozialen Netzwerken und Online-Medien
- Ausgaben des Ministeriums für Inserate während der Corona-Krise
- Vergleich der Ausgaben für Werbung und Öffentlichkeitsarbeit vor der Corona-Krise und während der Corona-Krise
- Werbeausgaben 2020
- Inseratengeschäfte
- Werbeausgaben der Bundesregierung 2022
- Einschaltungen in Medien in nicht deutscher Sprache
- Werbe- und PR-Ausgaben
- Transparenz bei PR- und Werbeausgaben
- Dolmetscherkosten während der Corona-Krise
- Mehrsprachige Corona-Kommunikation
- Kosten für Dolmetsch- und Übersetzungsleistungen
- Kosten für Übersetzungs- und Dolmetschleistungen
- Zusätzliche Kosten durch vermehrte Pressekonferenzen während der Corona-Krise
- Kosten für Pressekonferenzen und Medientermine
- Studien und Dienstleistungen 2021/2022
- Publikumskampagne „Auch anders“
- Aufträge für Events & Veranstaltungen

Zu Frage 2:

- *Welche Stelle ist für die Erteilung von Medienaufträgen in Ihrem Ressort zuständig?*

Die Gesamtverantwortung für Medienaufträge und Informationskampagnen liegt bei der im BMWKMS zuständigen Abteilung für Öffentlichkeitsarbeit (I/6) unter Einbindung der fachlich zuständigen Sektionen.

Zu den Fragen 3 und 4:

- *Nach welchen Kriterien wurden die Medien, in denen Inseriert wurde, ausgewählt?*
- *Gibt es eine Kontrollinstanz, die die Entscheidungen, die mit Medienaufträgen zusammenhängen, kontrolliert und evaluiert?*
 - a. *Wenn ja, ist diese Kontrollinstanz extern oder Ihrem Ressort untergeordnet?*
 - b. *Wenn nein, warum nicht?*

Für die unter Verantwortung des BMWKMS veranlassten entgeltlichen Veröffentlichungen wird – abgestimmt auf den konkreten Inhalt der Veröffentlichung und die Größe und Art des intendierten Rezipient:innenkreises – vor allem auf die Reichweite sowie auf die Auflage eines Mediums Bedacht genommen. Daraus folgt, dass nicht ausschließlich Medien mit hoher genereller Reichweite für Informationsinitiativen herangezogen werden, sondern es für eine möglichst effektive und umfassende Informationsarbeit maßgeblich ist, die Rezipient:innen über die verschiedenen Zielgruppen – wie z.B. Altersgruppen – und dementsprechend über unterschiedliche Kanäle und Medien zu erreichen. Die Frage, welche Medien angesichts des erwünschten Adressat:innenkreises für eine entgeltliche Veröffentlichung prinzipiell in Frage kommen, richtet sich darüber hinaus nach den strengen Kriterien des § 3a MedKF-TG. Das BMWKMS beurteilt dabei, welche Sachinformation in welcher Weise und an welchen Adressat:innenkreis gerichtet wird.

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass bei der Umsetzung von Informationskampagnen die über die Bundesbeschaffung GmbH gelistete Mediaagentur beauftragt wird, anhand der definierten Zielgruppen sowie der budgetären Vorgaben einen Vorschlag für einen entsprechenden Mediaplan zu erstellen. Nach Beendigung von Informationskampagnen werden Reports und Kampagnenzusammenfassungen seitens der Mediaagentur zur Verfügung gestellt. Je nach Auftragsvolumen wird in weiterer Folge auch die Durchführung von Wirkungsanalysen beauftragt.

Wie in § 2 (1b) MedKF-TG verankert, werden Kampagnenberichte und etwaige Wirkungsanalysen fristgerecht auf der Website des BMWKMS veröffentlicht.

Andreas Babler, MSc

