

**Elisabeth Köstinger**  
Bundesministerin für  
Landwirtschaft, Regionen und Tourismus

Herrn  
Mag. Wolfgang Sobotka  
Präsident des Nationalrats  
Parlament  
1017 Wien

Geschäftszahl: 2020-0.242.580

Ihr Zeichen: BKA - PDion (PDion)1534/J-NR/2020

Wien, 15.06.2020

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Henrike Brandstötter, Kolleginnen und Kollegen haben am 15.04.2020 unter der Nr. **1534/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Ausgaben des Ministeriums für Inserate während der Corona Krise“ gerichtet.

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

**Zur ersten Frage ohne Nummerierung:**

- Wie hoch waren die Gesamtausgaben des Ministeriums, bzw. der nachgeordneten Dienststellen für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit im Zeitraum zwischen 1. März und 15. April 2020 insgesamt?
  - a. Wie hoch waren die Gesamtausgaben des Ministeriums, bzw. der nachgeordneten Dienststellen für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit im Zeitraum zwischen 1. März und 15. April 2020, die in direktem Zusammenhang mit der Informationsarbeit in Bezug auf die Corona-Krise stehen?

Die Gesamtausgaben für Öffentlichkeitsarbeit und Informationsarbeit betragen im angefragten Zeitraum insgesamt 461.483,87 Euro brutto. Davon fielen für jene Ausgaben, die einen Zusammenhang mit der Corona-Krise aufweisen, Kosten in der Höhe von 433.040,45 Euro brutto an.

**Zu den Fragen 1 bis 4, 6 und 7:**

- Wie hoch waren die Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit (inkl. Ausgaben für Agenturen) in Print- und Onlinemedien sowie audiovisuellen Medien, die nach § 2 MedKF-TG meldepflichtig sind, im Zeitraum zwischen 1. März und 15. April 2020? Bitte um Aufschlüsselung nach Medium, Datum, Ort der Veröffentlichung.
  - a. Wie hoch waren die Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit (inkl. Ausgaben für Agenturen) in Print- und Onlinemedien sowie audiovisuellen Medien, die nach § 2 MedKF-TG meldepflichtig sind, im Zeitraum zwischen 1. März und 15. April 2020, die in direktem Zusammenhang mit der Informationsarbeit in Bezug auf die Corona-Krise stehen? Bitte um Aufschlüsselung nach Medium, Datum, Ort der Veröffentlichung.
- Wie hoch waren die Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit (inkl. Ausgaben für Agenturen), die in nicht-periodischen Druckwerken erschienen sind und somit nicht unter die Meldepflicht gemäß § 2 MedKF-TG fallen, im Zeitraum zwischen 1. März und 15. April 2020? Bitte um Aufschlüsselung nach Herausgeber, Medientyp, Medium, Datum, Ort der Veröffentlichung.
  - a. Wie hoch waren die Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit (inkl. Ausgaben für Agenturen), die in nicht-periodischen Druckwerken erschienen sind und somit nicht unter die Meldepflicht gemäß § 2 MedKF-TG fallen, im Zeitraum zwischen 1. März und 15. April 2020, die in direktem Zusammenhang mit der Informationsarbeit in Bezug auf die Corona-Krise stehen? Bitte um Aufschlüsselung nach Herausgeber, Medientyp, Medium, Datum, Ort der Veröffentlichung.
- Wie hoch waren die Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit (inkl. Ausgaben für Agenturen), die unter die Geringfügigkeits- oder Bagatellgrenze von 5.000 Euro für den angeführten Zeitraum fallen? Bitte um Aufschlüsselung nach Herausgeber, Medientyp, Medium, Datum, Ort der Veröffentlichung.
  - a. Wie hoch waren die Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit (inkl. Ausgaben für Agenturen), die unter die Geringfügigkeits- oder Bagatellgrenze von 5.000 Euro für den angeführten Zeitraum fallen, die in direktem Zusammenhang mit der Informationsarbeit in Bezug auf die Corona-Krise stehen? Bitte um Aufschlüsselung nach Herausgeber, Medientyp, Medium, Datum, Ort der Veröffentlichung.
- Wie hoch waren die Ausgaben des Ministeriums für Medienkooperationen und Sponsored Content im Zeitraum zwischen 1. März und 15. April 2020? Bitte um Aufschlüsselung nach Titel, Medium und Datum.
  - a. Wie hoch waren die Ausgaben des Ministeriums für Medienkooperationen und Sponsored Content im Zeitraum zwischen 1. März und 15. April 2020, die in direktem

Zusammenhang mit der Informationsarbeit in Bezug auf die Corona-Krise stehen? Bitte um Aufschlüsselung nach Titel, Medium und Datum.

- Wie hoch waren die Gesamtkosten des Ministeriums für Sponsored Posts in Sozialen Medien im Zeitraum zwischen 1. März und 15. April 2020? Bitte um Aufschlüsselung nach Kanal.
  - a. Wie hoch waren die Gesamtkosten des Ministeriums für Sponsored Posts in Sozialen Medien im Zeitraum zwischen 1. März und 15. April 2020, die in direktem Zusammenhang mit der Informationsarbeit in Bezug auf die Corona-Krise stehen? Bitte um Aufschlüsselung nach Kanal.
- Hat das Ministerium im Zeitraum zwischen 1. März und 15. April 2020 sogenanntes "Influencer-Marketing," d.h. Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Informationsarbeit über Blogs, YouTube-, Instagram-, Facebook-Kanäle o.ä. Dritter, das in direktem Zusammenhang mit der Informationsarbeit in Bezug auf die Corona-Krise steht, betrieben?
  - a) Wenn ja, wie hoch waren die Ausgaben? Bitte um Aufschlüsselung nach Kosten, Anbieter und Datum.
  - b) Wenn ja, wurde dafür die Leistung von Agenturen in Anspruch genommen? Bitte um Aufschlüsselung nach Kosten, Agentur und Datum.

In der nachfolgenden Tabelle sind Schaltungen im gefragten Zeitraum aufgelistet, die einen Zusammenhang mit der Corona-Krise aufweisen:

Informationszweck/Sujet	Medium/Verlag	Online, Print, HF, TV	Kosten Euro brutto
COVID   dielebensmittelhelfer.at, Außerordentlicher Zivildienst	www.facebook.com	online	3.266,96
COVID   Landwirtschaft	Top Agrar	print	2.863,40
COVID   Lebensmittelhelfer	Biber	print	5.140,80
COVID   Lebensmittelhelfer	Blick ins Land	print	7.308,00
COVID   Lebensmittelhelfer	Das Wien	print	21.002,30
COVID   Lebensmittelhelfer	Heute	print	14.544,53
COVID   Lebensmittelhelfer	Hof&Markt/Fleisch&Markt/Hof &Gast	print	2.441,88
COVID   Lebensmittelhelfer	Kleine Zeitung	print	38.007,34
COVID   Lebensmittelhelfer	Kronen Zeitung	print	56.966,50
COVID   Lebensmittelhelfer	Kurier	print	15.557,09
COVID   Lebensmittelhelfer	NÖN, BVZ	print	23.567,35
COVID   Lebensmittelhelfer	OÖ Nachrichten	print	12.218,98
COVID   Lebensmittelhelfer	OÖ Volksblatt	print	6.552,00
COVID   Lebensmittelhelfer	Österreich	print	31.698,90
COVID   Lebensmittelhelfer	Österreichische Bauernzeitung	print	30.958,20

COVID   Lebensmittelshelfer	Raiffeisenzeitung	print	3.107,16
COVID   Lebensmittelshelfer	Tiroler Tageszeitung	print, online	26.611,54
COVID   Lebensmittelshelfer	www.topagrar.at	online	561,60
COVID   Lebensmittelversorgungssicherheit	Bauernjournal	print	6.237,10
COVID   Lebensmittelversorgungssicherheit	Biorama	print	3.150,00
COVID   Lebensmittelversorgungssicherheit	Blick ins Land	print	7.308,00
COVID   Lebensmittelversorgungssicherheit	Burgenländischer Agrarkurier	print	1.839,60
COVID   Lebensmittelversorgungssicherheit	Falstaff Magazin 03/2020	print	7.221,11
COVID   Lebensmittelversorgungssicherheit	Falstaff Rezepte 01/2020	print	6.769,80
COVID   Lebensmittelversorgungssicherheit	Heute	print	14.544,53
COVID   Lebensmittelversorgungssicherheit	NÖN, BVZ	print	9.639,00
COVID   Lebensmittelversorgungssicherheit	OÖ Volksblatt	print	3.276,00
COVID   Lebensmittelversorgungssicherheit	Österreichische Bauernzeitung	print	6.191,64
COVID   Lebensmittelversorgungssicherheit	Top Agrar	print	1.801,91
COVID   Maßnahmen Landwirtschaft/Information	Bauernjournal Österreich	print	12.474,19
COVID   Maßnahmen Landwirtschaft/Information	Blick ins Land	print	11.844,00
COVID   Maßnahmen Landwirtschaft/Information	Österreichische Bauernzeitung	print	6.191,64
COVID   Maßnahmenpaket Tourismus/Freizeitwirtschaft	Hotel&Touristik	print	3.767,40
COVID   Maßnahmenpaket Tourismus/Freizeitwirtschaft	www.hotelstyle.at	online	3.600,00
COVID   Maßnahmenpaket Tourismus/Freizeitwirtschaft	www.stammgast.online	online	2.916,00

In der nachfolgenden Tabelle sind Schaltungen im gefragten Zeitraum aufgelistet, die keinen Zusammenhang mit der Corona-Krise aufweisen:

Informationszweck/Sujet	Medium/Verlag	online, print, HF, TV	Kosten Euro brutto
Unsere Heimat. Unsere Regionen	Festschrift Pennälertag	print	2.625,00
Weltfrauentag	Österreichische Bauernzeitung	print	3.175,20
Weltfrauentag	www.bauernzeitung.at	online	246,00
Weltfrauentag; Wasser	www.facebook.com	online	2.713,72

In der nachfolgenden Tabelle sind Agenturkosten im gefragten Zeitraum aufgelistet, die einen Zusammenhang mit der Corona-Krise aufweisen:

Zweck/Leistung	Agentur	Kosten Euro brutto
Kommunikationsdienstleistungen	ARGE Nachhaltigkeit	21.894,00

In der nachfolgenden Tabelle sind Agenturkosten im gefragten Zeitraum aufgelistet, die keinen Zusammenhang mit der Corona-Krise aufweisen:

Zweck/Leistung	Agentur	Kosten Euro brutto
Kommunikationsdienstleistungen	ARGE Nachhaltigkeit	7.975,50
Logo-Adaptierung; Erklärvideos	GreenGood	408,00
Produktion Trickfilme	Kunstlicht	11.300,00

#### Zur Frage 5:

- Beauftragt ihr Ministerium eine Agentur, die sich um die einzelnen Sujets bzw. die Formatanpassungen für die einzelnen Vorgaben der Medienpartner im Rahmen der "Schau auf dich, schau auf mich" Kampagne kümmert?
  - a. Wenn ja, welche und zu welchen Konditionen?
    - i. Gibt es eine Agenturprovision?
      1. Wenn ja, wie hoch ist diese und wer zahlt sie?
  - b. Wenn nein, wer macht die Formatanpassungen und wer beauftragt diese?

Nein.

#### Zur Frage 8:

- Nach welchen Kriterien werden Print- und Onlinemedien, sowie audiovisuelle Medien, Blogs und Social Media für Inserate bzw. andere Werbung des Ministeriums während der Corona-Krise ausgewählt?
  - a) Gibt es je nach Medientyp unterschiedliche Kriterien? Wenn ja, bitte um Aufschlüsselung der Kriterien nach Medientyp.

Für die unter Verantwortung des Bundesministeriums für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus veranlassten entgeltlichen Veröffentlichungen wird – abgestimmt auf den konkreten Inhalt der Veröffentlichung und die Größe und Art des intendierten Rezipientenkreises – 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 Rezipienten über die verschiedenen Zielgruppen – wie z.B. Altersgruppen – und dementsprechend über

unterschiedliche Kanäle und Medien zu erreichen. Die Frage, welche Medien angesichts des erwünschten Adressatenkreises für eine entgeltliche Veröffentlichung prinzipiell in Frage kommen, richtet sich darüber hinaus nach den strengen Kriterien des Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz.

Elisabeth Köstinger

