
11346/AB XXIV. GP

Eingelangt am 05.07.2012

Dieser Text ist elektronisch textinterpretiert. Abweichungen vom Original sind möglich.

BM für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz

Anfragebeantwortung

Ich beantworte die an mich gerichtete schriftliche parlamentarische **Anfrage Nr. 11526/J /J der Abgeordneten Abg. Dr. Belakowitsch-Jenewein und weiterer Abgeordneter betreffend AMS-Werbung** wie folgt:

Seit seiner Ausgliederung im Jahr 1994 betreibt das AMS als Dienstleistungsunternehmen öffentlichen Rechts professionell Öffentlichkeitsarbeit und Werbung, um den gesetzlichen Auftrag laut AMSG § 32 zu erfüllen. Um die operativen arbeitsmarktpolitischen Zielsetzungen und Schwerpunkte des jeweiligen Jahres zu unterstützen, werden entlang der definierten Ziele jährlich integrierte Kommunikationskampagnen konzipiert. So beispielsweise für folgende Themen:

Akquisition offener Stellen: Das AMS steht mit Stellenmärkten in Zeitungen, online-Jobplattformen usw. in einem Wettbewerb. Unternehmen sind nicht verpflichtet ihre Stellen dem AMS zu melden, aus diesem Grund ist es wichtig Unternehmen von den Vorteilen einer Stellenmeldung beim AMS zu überzeugen. Um die Arbeitsmarktdynamik zu unterstützen und die Einschaltung des AMS am Arbeitsmarkt zu sichern, werden im Rahmen von gezielten Betriebsbesuchen offene Stellen akquiriert. Dabei besuchen AMS-BeraterInnen innerhalb eines Aktionszeitraums verstärkt die österreichischen Betriebe und führen Beratungsgespräche. Um die Aufmerksamkeit und auch das Interesse für solche Besuche bei den Betrieben zu erhöhen, wird diese Aktion professionell werblich z. B. durch Print- und Onlineanzeigen unterstützt.

eServices: Mit der Entwicklung des Online-Tools „eAMS-Konto“ für Arbeitsuchende sowie Unternehmen wurde ein weiterer Schritt in Richtung Kund/innen und -Serviceorientierung gesetzt. Dieses Tool ermöglicht es, mit der Arbeitslosmeldung online früher Jobs zu suchen und zu finden (Beschäftigte können sich schon innerhalb der Kündigungsfrist arbeitsuchend melden) und online Anträge zu stellen. Um dieses neue Service insb. auch bei Kunden/innen bekanntzumachen, die bisher noch nie beim AMS waren, werden flankierend werbliche Maßnahmen konzipiert und umgesetzt (z.B. Online-, Printwerbung, Hörfunk- und Medienkooperationen).

Somit unterstützt die AMS-Werbung aktiv die strategischen und operativen arbeitsmarktpolitischen Zielsetzungen und Schwerpunkte, die im gesetzlichen Auftrag eingebettet sind.

Dieser Text ist elektronisch textinterpretiert. Abweichungen vom Original sind möglich.

Unter dem Motto "Wir kennen beide Seiten. Wir unterstützen beide Seiten" stellt das Arbeitsmarktservice in der AMS-Kommunikationskampagne 2012 die Bedürfnisse der AMS-Kundinnen und -Kunden und den Nutzen der AMS-Dienstleistungen für die beiden Seiten am Arbeitsmarkt - Arbeitgeber und Arbeitsuchende/ Beschäftigte - in den Vordergrund. Zielsetzung ist die verstärkte Bekanntmachung der AMS-eServices, der Angebote für Unternehmen im Rahmen der AMS on TOUR und Förderangebote: zum einen ESF-kofinanzierte Förderungen für Unternehmen und Beschäftigte wie die Qualifizierungsberatung, die Qualifizierungsförderung und die Flexibilitätsberatung, zum anderen Aus- und Weiterbildungsprogramme für Arbeitsuchende wie das FiT-Programm zur Förderung von Mädchen und Frauen in Handwerk und technischen Berufen. Diese Angebote werden in einem integrierten Mix aus Werbe- und Kommunikationsmaßnahmen im Jahr 2012 an die jeweiligen Zielgruppen herangetragen.

Frage 1:

Die Kosten für die Erstellung der drei TV-Spots betragen € 140.352 inkl. USt.

Fragen 2 und 3:

TV-Spots im ORF			
	netto ¹⁾	brutto ²⁾	Frequenz
1. Halbjahr 2012			
Österreichischer Rundfunk, ORF	168.750,00	182.757,00	56
2. Halbjahr 2012 (Planung)			
Österreichischer Rundfunk, ORF	86.850,00	94.059,00	in Planung
Gesamt 2012	255.600,00	276.816,00	

¹⁾ In den Nettobeträgen sind allfällige Rabatte bereits berücksichtigt. Die Bruttobeträge setzen sich wie folgt zusammen: Netto minus 15% Mittlerprovision plus 5% Werbeabgabe plus 1% Agenturvergütung (Basis Netto) plus 20% USt. Alle Beträge sind in € ausgewiesen.

²⁾ Inklusive WA, AV und USt.

Fragen 4 und 5:

TV-Spots im österreichischen Privatfernsehen			
	netto ¹⁾	brutto ²⁾	Frequenz
1. Halbjahr 2012			
ATV Privat TV Services AG	40.049,00	43.373,00	79
ATV 2 Privat TV Services AG	0	0	80
goTV Fernseh Ges.m.b.H.	1.788,00	1.936,00	160
PULS4 Seven One Media GmbH	18.736,00	20.291,00	49
Servus TV	5.480,00	5.934,00	48
Summe 1. Halbjahr 2012	66.053,00	71.534,00	416

2. Halbjahr 2012 (Planung)			
ATV Privat TV Services AG	26.004,00	28.163,00	in Planung
goTV Fernseh Ges.m.b.H.	1.788,00	1.936,00	in Planung
PULS4 Seven One Media GmbH	12.399,00	13.428,00	in Planung
Servus TV	3.363,00	3.642,00	in Planung
Summe 2. Halbjahr 2012 (Planung)	43.554,00	47.169,00	in Planung
Gesamt 2012	109.607,00	118.703,00	

¹⁾ In den Nettobeträgen sind allfällige Rabatte bereits berücksichtigt. Die Bruttobeträge setzen sich wie folgt zusammen: Netto minus 15% Mittlerprovision plus 5% Werbeabgabe plus 1% Agenturvergütung (Basis Netto) plus 20% USt. Alle Beträge sind in € ausgewiesen.

²⁾ Inklusive WA, AV und USt.

Fragen 6 und 7:

TV-Spots im deutschen Privatfernsehen			
	netto ¹⁾	brutto ²⁾	Frequenz
1. Halbjahr 2012			
IP Österreich (RTL)	9.375,00	10.153,00	10
IP Österreich (SuperRTL)	1.437,00	1.556,00	9
IP Österreich (VOX)	6.564,00	7.109,00	12
Kabel 1 - Seven One Media	8.903,00	9.641,00	21
PRO7 - Seven One Media	18.615,00	20.160,00	19
Sat1 - Seven One Media	9.390,00	10.169,00	16
Summe 1. Halbjahr 2012	54.284,00	58.788,00	87

2. Halbjahr 2012 (Planung)			
IP Österreich (RTL)	5.748,00	6.225,00	in Planung
IP Österreich (SuperRTL)	1.110,00	1.202,00	in Planung
IP Österreich (VOX)	4.116,00	4.458,00	in Planung
Kabel 1 - Seven One Media	5.898,00	6.388,00	in Planung
PRO7 - Seven One Media	11.797,00	12.776,00	in Planung
Sat1 - Seven One Media	5.898,00	6.388,00	in Planung
Summe 2. Halbjahr 2012	34.567,00	37.437,00	in Planung
Gesamt 2012	88.851,00	96.225,00	

¹⁾ In den Nettobeträgen sind allfällige Rabatte bereits berücksichtigt. Die Bruttobeträge setzen sich wie folgt zusammen: Netto minus 15% Mittlerprovision plus 5% Werbeabgabe plus 1% Agenturvergütung (Basis Netto) plus 20% USt. Alle Beträge sind in € ausgewiesen.

²⁾ Inklusive WA, AV und USt.

Frage 8:

Die Kosten für die Erstellung der 6 Print-Sujets betragen € 49.234,80 inkl. USt.

Fragen 9, 10, 11 und 12:

Keines der Sujets wird großflächig affiziert und daher laufen dafür keine Kosten an.

Fragen 13 und 14:

Printmedien/Inserate Bundesgeschäftsstelle			
	netto ¹⁾	Brutto ²⁾	Frequenz
1. Halbjahr 2012			
A3 Eco	6.320,00	6.845,00	1
Biber	3.040,00	3.292,00	1
Presse/Karriere	17.053,00	18.469,00	2
Hürriyet	860,00	931,00	1
Haber Avrupa	618,00	669,00	1
FORUM.KSV	2.102,00	2.276,00	1
Personal Manager	2.338,00	2.532,00	1
Yeni Hareket	900,00	975,00	1
Industriemagazin	3.432,00	3.717,00	1
Business Guide	4.250,00	4.603,00	1
Krone Gesamtausgabe	29.704,00	32.169,00	2
Kurier Karriere	15.228,00	16.492,00	2
Österreich	20.097,00	21.765,00	2
Burgenlands Wirtschaft	2.143,00	2.321,00	2
Die Wirtschaft	3.542,00	3.836,00	1
Vbg Wirtschaft Kammernachrichten	2.447,00	2.650,00	2
Kärntner Wirtschaft	2.552,00	2.763,00	2
NÖ Wirtschaft	5.071,00	5.492,00	2
OÖ Wirtschaft Kammernachrichten	5.068,00	5.488,00	2
Salzburger Wirtschaft	4.091,00	4.431,00	2
Steirische Wirtschaft	4.393,00	4.757,00	2
Tiroler Wirtschaft	3.023,00	3.274,00	2
Wiener Wirtschaft	5.443,00	5.894,00	2
Standard Karriere	14.787,00	16.014,00	2
Kosmo	5.251,00	5.687,00	1
Unternehmer	2.921,00	3.164,00	1
Zukunftsbranchen	1.900,00	2.058,00	1
Format	16.800,00	18.194,00	4
NEWS	67.203,00	72.781,00	8
Profil	39.800,00	43.103,00	7
Trend	10.850,00	11.751,00	2
Gewinn	20.507,00	22.209,00	3
Summe 1. Halbjahr 2012	323.734,00	350.602,00	65

¹⁾ In den Nettobeträgen sind allfällige Rabatte bereits berücksichtigt. Die Bruttobeträge setzen sich wie folgt zusammen: Netto minus 15% Mittlerprovision plus 5% Werbeabgabe plus 1% Agenturvergütung (Basis Netto) plus 20% USt. Alle Beträge sind in € ausgewiesen.

²⁾ Inklusive WA, AV und USt.

Printmedien/Inserate Bundesgeschäftsstelle			
	netto ¹⁾	brutto ²⁾	Frequenz
2. Halbjahr 2012			
A3 Eco	6.320,00	6.845,00	1
Executive World	4.960,00	5.372,00	1
Presse/Karriere und Gesamt	30.357,00	32.877,00	4
Unternehmerin	3.610,00	3.910,00	1
Personal Manager	2.338,00	2.532,00	1
Industriemagazin	3.432,00	3.717,00	1
Krone Gesamtausgabe	29.704,00	32.169,00	2
Kurier Karriere	15.228,00	16.492,00	2
Österreich	20.097,00	21.765,00	2
Die Wirtschaft	3.542,00	3.836,00	1
Maxima	5.400,00	5.848,00	1
Standard Karriere und Gesamt	26.974,00	29.213,00	4
Styria (Miss und Wienerin)	12.700,00	13.754,00	2
Woman	12.835,00	13.900,00	1
Gewinn	7.595,00	8.225,00	1
Wirtschaftsblatt	8.360,00	9.054,00	2
Summe 2. Halbjahr 2012	193.452,00	209.509,00	27
Gesamt 2012 Bundesgeschäftsstelle	517.186,00	560.111,00	92

¹⁾ In den Nettobeträgen sind allfällige Rabatte bereits berücksichtigt. Die Bruttobeträge setzen sich wie folgt zusammen: Netto minus 15% Mittlerprovision plus 5% Werbeabgabe plus 1% Agenturvergütung (Basis Netto) plus 20% USt. Alle Beträge sind in € ausgewiesen.

²⁾ Inklusive WA, AV und USt.

Printmedien/Inserate Landesgeschäftsstellen			
	netto ¹⁾	brutto ²⁾	Frequenz
Burgenländische Volkszeitung BVZ	3.969,00	5.000,94	3
Bezirksblätter Burgenland	4.093,59	5.157,92	3
Pannonische Rundschau	3.725,46	3.989,96	3
Burgenland Mitte	1.410,00	1.776,60	3
Burgenland Express	546,67	688,80	1
Summe Inserate Burgenland	13.744,72	16.614,22	13
PrivatMarkt	1.398,96	1.762,69	2
Kursbuch Wifi	500,00	550,00	1
Rundblick	3.910,00	4.926,60	1
Summe Inserate Kärnten	5.808,96	7.239,29	4
KURIER Ausgabe NÖ	5.940,00	7.484,40	6
Niederösterr. Nachrichten-NÖN	8.583,29	10.814,94	1
KURIER Ausgabe NÖ	5.940,00	7.484,40	3
Niederösterr. Nachrichten-NÖN	17.166,58	21.629,88	2
NÖ Bezirksblätter	3.967,62	4.999,20	2
Summe Inserate Niederösterreich	41.597,49	52.412,82	14

Printmedien/Inserate Landesgeschäftsstellen			
	netto ¹⁾	brutto ²⁾	Frequenz
OÖN-Journal	1.564,14	1.876,97	1
Summe Inserate Oberösterreich	1.564,14	1.876,97	1
Salzburger Volkszeitung (SVZ)	6.393,60	8.055,94	4
Bezirksblätter (landesweit)	12.000,00	15.120,00	12
Salzburger Fenster	2.000,00	2.520,00	1
Salzburger Woche (6er Ring)	2.150,40	2.709,50	1
Salzburger Wirtschaft	1.150,00	1.449,00	1
Summe Inserate Salzburg	23.694,00	29.854,44	19
WirtschaftsNachrichten Süd	1.730,00	2.179,80	1
Fazit	2.890,00	3.641,40	2
Bezirks-Revue Graz Umgebung	340,00	428,40	1
Grazer - Media 21 GmbH	2.000,00	2.520,00	2
Grazetta	2.660,00	3.351,60	2
Sturm Echo	600,00	630,00	1
Holzmuseumszeitung Murau	320,00	403,20	1
Woche Verbund	3.854,20	4.856,29	7
Liezener Bezirksnachrichten	435,00	548,10	1
Kleine Zeitung - alle reg. Mutationen	2.108,70	2.656,97	3
Journal Graz	7.225,00	9.103,54	6
BIG - Bürgerinformation Stadt Graz	1.050,00	1.323,00	1
Summe Inserate Steiermark	25.212,90	31.642,30	28
Keine Schaltungen	---	---	-
Summe Inserate Tirol	---	---	---
Keine Schaltungen	---	---	-
Summe Inserate Vorarlberg	---	---	---
Tageszeitung Österreich	9.900,00	10.721,72	2
Tageszeitung Heute (Vertriebskoop.)	0,00	0,00	2
Zeitung ÖNERI	900,00	900,00	1
Programm Mariahilfer Festwochen	490,00	490,00	1
BFI Kursprogramm Herbst 2012	0,00	0,00	1
Summe Inserate Wien	11.290,00	12.111,72	7
Gesamt 2012 Landesgeschäftsstellen	122.912,21	151.751,76	86

¹⁾ In den Nettobeträgen sind allfällige Rabatte bereits berücksichtigt. Die Bruttobeträge setzen sich wie folgt zusammen: Netto minus 15% Mittlerprovision plus 5% Werbeabgabe (WA) plus 1% Agenturvergütung (AV) (Basis Netto) plus 20% USt. Alle Beträge sind in € ausgewiesen.

²⁾ Inklusive WA, tw. AV und USt.

Frage 15:

Kampagne 2012		
	Media ¹⁾	Produktion ²⁾
TV-Spots		140.352,00
Gesamtbetrag ORF	276.816,00	
Summe Privatsender Ö	118.703,00	
Summe Privatsender Dt	96.225,00	
Inserate		49.234,80
Summe BGS-Inserate	560.111,00	
Summe LGS-Inserate	151.751,76	
Online Werbung und Advertorials	207.598,00	
Advertorials (Print und Hörfunk)	179.118,00	
Weitere Kosten ³⁾		783.081,60
Summe Media	1.590.322,76	
Summe Produktion		972.668,40
Gesamt 2012	2.562.991,16	

¹⁾ Inklusive WA, AV und USt. Alle Angaben sind in Euro.

²⁾ Inklusive USt. Alle Angaben sind in Euro.

³⁾ Mailing, Poster, Formatmutationen, Online Werbemittel, Give aways, Automiete, Agenturhonorar etc.

Frage 16:

Die Bietergemeinschaft Unique Werbe GmbH, Forum Schönbrunn, Schönbrunner Straße 297-307, Stiege 1 /Stock 3, 1120 Wien und Grayling Austria (ehemals Trimedia), Siebensterngasse 31, 1070 Wien.

Fragen 17, 18 und 19:

Ja, eine EU-weite Ausschreibung mit dem Titel „Agenturvertrag für AMS-Kampagne“ im Rahmen eines offenen Verfahrens. Der Tag der Bekanntmachung war der 1.10.2008.

Im Rahmen eines zweistufigen Vergabeverfahrens haben 18 Bieter in Stufe 1 einen Teilnahmeantrag eingebracht, von denen vier Bieter die Eignungskriterien nicht erfüllt haben. Auf Basis der in den Teilnahmeanträgen angeführten Auswahlkriterien wurden die 14 Bieter nach Punkten gereiht und die Bieter mit den Plätzen 1-5 wurden zur Angebotslegung eingeladen.