
8139/AB XXIV. GP

Eingelangt am 03.06.2011

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

BM für Finanzen

Anfragebeantwortung

Frau Präsidentin
des Nationalrates
Mag. Barbara Prammer
Parlament
1017 Wien

Wien, am Juni 2011

GZ: BMF-310205/0080-I/4/2011

Sehr geehrte Frau Präsidentin!

Auf die an meinen Amtsvorgänger gerichtete schriftliche parlamentarische Anfrage Nr. 8215/J vom 4. April 2011 der Abgeordneten Ursula Haubner, Kolleginnen und Kollegen, beehre ich mich, Folgendes mitzuteilen:

Zu 1. und 10.:

Die Sicherung der Pflege stellt eine entscheidende Zukunftsfrage für breite Teile der österreichischen Bevölkerung dar. Die Information darüber, dass die Finanzierung dieses wichtigen Bereiches für die Zukunft gesichert ist, nimmt daher einen besonderen Stellenwert ein und muss möglichst vielen Menschen zugänglich gemacht werden. Im Rahmen der Informationsverpflichtung, der jedes Bundesministerium nach den Bestimmungen des Bundesministeriengesetzes nachzukommen hat, ist es daher von großer Bedeutung, sowohl die Pflegebedürftigen als auch deren Angehörige über die Sicherung der Pflegefinanzierung zu informieren. Durch eine Informationskampagne kann dieses Ziel am besten realisiert werden. Ziel ist, den Menschen Sicherheit zu geben. Die breite mediale Streuung ermöglicht eine differenzierte Zielgruppenansprache und somit die größtmögliche Reichweite.

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

Zu 2.:

Die Firma Braintrust und die Firma Blaupapier wurden entsprechend ihrer jeweiligen Offerte vom 8. März 2011 am 9. März 2011 mit der Umsetzung der Kampagne von der nach der Geschäfts- und Personaleinteilung für Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit zuständigen Abteilung im Bundesministerium für Finanzen beauftragt.

Zu 3. und 4.:

Für die Umsetzung der Kampagne wurden keine zusätzlichen Angebote eingeholt. Sowohl die Firma Braintrust als auch die Firma Blaupapier sind dem Bundesministerium für Finanzen als zuverlässige Dienstleister bekannt, deren Leistungen ein ausgezeichnetes Preis-Leistungs-Verhältnis zu Grunde liegt. Es geht dabei nicht nur um den günstigsten Preis, sondern auch die Verlässlichkeit des Auftragsnehmers und die hohe Qualität der durchgeführten Projekte nehmen dabei einen wichtigen Stellenwert ein. Da die gemäß der Geschäfts- und Personaleinteilung für Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit zuständige Abteilung im Bundesministerium für Finanzen mit unterschiedlichsten Agenturen zusammenarbeitet, sind die durchschnittlichen Marktpreise für diverse Leistungen bestens bekannt. Da sich die Angebote in einem bekannten Kostenrahmen bewegten beziehungsweise beim Druckunterlagenversand sogar weitaus günstiger waren als andere dem Bundesministerium für Finanzen bekannte Dienstleister, wurden die Aufträge direkt vergeben. Die Kosten für Konzeption, Text und Grafik nehmen rund 1,6 % der gesamten Kampagnenkosten ein. Dies stellt einen ungewöhnlich niedrigen Prozentsatz dar.

Zu 5.:

Die Agentur Braintrust wurde für folgende Leistungen zu einem Pauschalpreis von € 9.000,-- netto beauftragt:

- Planung, Konzeption sowie textliche und grafische Ausarbeitung der Inseratenkampagne zu „Pflegerlösung und Stabilität“ inklusive aller Briefing- und Abstimmungstermine
- Entwicklung von Headline-, Text- und Layoutvarianten
- Diverse Überarbeitungen sowie Ausarbeitung und Fertigstellung der ausgewählten Variante in zwei Versionen
- Koordination der Reinzeichnungen.

Zu 6. und 7.:

Text und Grafik wurden von einer Agentur durchgeführt, der Druckunterlagenversand inklusive Formatmutationen an die einzelnen Medien wurde gesondert beauftragt.

Zu 8.:

Die Gesamtkosten für grafische und inhaltliche Gestaltung der Kampagne inklusive Druckunterlagenversand betragen € 19.200,00 brutto.

Zu 9.:

Die gegenständliche Informationskampagne lief vom 19. März bis zum 5. April 2011.

Zu 11. bis 14.:

Der Mediaplan sieht Einschaltungen in diversen Printmedien – auch mit Bundesländerbezug – vor. Ziel war eine möglichst breite Streuung, regionale Schwerpunkte wurden daher bewusst gesetzt. Die Einschaltungen und deren Kosten gehen aus der nachstehenden Tabelle hervor:

Titel	Datum	Netto inkl. Werbeabgabe
HEUTE / WIEN+NÖ+OÖ+ NORD BGLD	21.03.2011	12.208,17
KLEINE ZEITUNG / KOMBINATION	20.03.2011	26.978,49
JOURNAL GRAZ	05.04.2011	6.407,10
DIE FURCHE	24.03.2011	3.213,00
PRESSE / TOP-1. BUCH	20.03.2011	13.215,25
GANZE WOCHE	23.03.2011	9.839,81
NEUE KÄRNTNER TAGESZEITUNG	30.03.2011	5.449,25
DER SONNTAG KÄRNTEN	27.03.2011	8.509,63
SONNTAGSBLATT	27.03.2011	1.352,67
KRONE GESAMTAUSGABE	20.03.2011	29.213,03
KURIER / GESAMT	20.03.2011	15.236,76
ÖSTERREICH / GESAMT	20.03.2011	19.843,49
SÜD-OST JOURNAL / GESAMT	30.03.2011	4.284,00
NÖN / LOKALAUSGABEN GESAMT	21.03.2011	20.616,75
NEUE BVZ / GESAMTAUSGABE	23.03.2011	2.991,30
ORF NACHLESE	01.04.2011	6.381,38
NEUES VOLKSBLATT	19.03.2011	2.875,64
RMA / NATIONAL	23.03.2011	42.359,33
SERVUS	29.03.2011	6.055,61
SEITENBLICKE MAGAZIN	31.03.2011	7.184,63
BLICK INS LAND	04.04.2011	8.389,50
SZBG. FENSTER/GROSSAUFLAGE	23.03.2011	10.442,25
SN / STAMMAUSGABE	19.03.2011	16.747,55
SVZ	19.03.2011	1.552,95
TT / GESAMT	19.03.2011	19.990,89
UNSERE GENERATION / GESAMT	28.03.2011	9.371,25
STANDARD	19.03.2011	16.723,22
TIPS OÖ+AMSTETTEN	23.03.2011	14.776,59
FORMAT	25.03.2011	10.004,04

TV MEDIA	30.03.2011	13.833,75
NEWS	24.03.2011	14.181,83
PROFIL	21.03.2011	13.537,89
WANN & WO	30.03.2011	3.973,41
VN	19.03.2011	20.440,04
VOR-MAGAZIN	05.04.2011	4.373,25
FAZIT	31.03.2011	3.882,38
WEEKEND MAGAZIN / GESAMTKOMBI	01.04.2011	35.573,27
WR. BEZIRKSBLATT/GESAMTAUSGABE	21.03.2011	13.119,75
OÖN	19.03.2011	10.241,18
WBL / HAUPTBLATT	21.03.2011	8.246,70
WIRTSCHAFTSNACHR./GESAMT	05.04.2011	8.434,13
TELE	31.03.2011	34.272,00
Ö. BAUERNZEITUNG/GESAMT	24.03.2011	9.387,99
	Kosten netto.	545.711,10
	Kosten brutto	654.853,32

Zu 15.:

Die Gesamtkosten betragen € 674.053,32 brutto.

Mit freundlichen Grüßen