

Anfrage

der Gemeinderätin Bettina Emmerling und weiterer Gemeinderäte an die amtsführende Stadträtin für Umwelt und Wiener Stadtwerke

betreffend Kampagne "Wildtiere schützen"

Am 6. März 2017 berichtete die Rathauskorrespondenz von der neuen Kampagne der MA 49 (mit Beiträgen der MA 60) mit dem Titel "Wildtiere schützen", einer Aufklärungsoffensive der Stadt Wien zum richtigen Umgang mit Wildtierjungen.

Dabei wird unter anderem das Verhalten gegenüber den Wiener Wildtieren "junger Feldhase", "Rehkitz", "Entenkücken", "Krähenjunges", "Vogelkind im Vorschulalter" und "Taube" thematisiert.

Da die Stadt Wien ankündigte, ihr Werbebudget in ihrem Wirkungsbereich im Jahr 2016 um ein Drittel zu kürzen, könnte diese aufwändige Kampagne in der Öffentlichkeit auf Verwunderung stoßen, zumal die Ausgaben der MA 49 im letzt verfügbaren Rechnungsabschluss 2015 deutlich über dem Voranschlag lagen. Abgesehen davon erhält die MA 49 namhafte Transferzahlungen von der Europäischen Union sowie ggf. nationale Kofinanzierung. Im aktuellen Österreichischen Programm für die Ländliche Entwicklung können z.B. in Teilmaßnahme 7.6 auch "Öffentlichkeitsarbeit und Bewusstseinsbildung" zum kulturellen und natürlichen Erbe gefördert werden.

Da der Öffentlichkeit keine Informationen über die Werbeausgaben der MA 49 bzw. der Ma 60 vorliegen, besteht ein großes Interesse an den Kosten dieser Kampagne.

Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher gem. § 31 der Geschäftsordnung des Gemeinderates der Stadt Wien folgende

ANFRAGE

1. Wie hoch sind die Gesamtkosten aller Werbemaßnahmen im Rahmen der oben genannten "Wildtiere schützen"?
2. Wurden Plakatflächen für die Kampagne gebucht? Bitte um Aufschlüsselung nach einzelnen Sujets sowie beauftragten Unternehmen für Außenwerbung.
 - a. Wenn ja, wie hoch waren die Ausgaben für die Plakatkampagne?
 - b. Wenn ja, welcher Anteil davon ging an die die Gewista-Werbegesellschaft m.b.H. oder eine ihrer Tochterfirmen?
3. Auf welchen Internetseiten wurden die Sujets als Onlinewerbung geschaltet?
4. Wie hoch waren die Ausgaben für Onlinewerbung?
5. In welchen Druckmedien wurden im Rahmen dieser Kampagne Inserate geschaltet? Bitte um Auflistung nach Medium und Zahl der jeweiligen Einschaltungen.
6. Wie hoch waren die Ausgaben für Printwerbung?
7. Welche Agentur wurde mit der Konzeption dieser Kampagne betraut?
8. Wie hoch waren die Agenturkosten?
9. Welche Zielsetzung verfolgen die MA 49 bzw. Ihr Ressort durch oben genannte Werbekampagne?

10. Wird die Zielerreichung der Kampagne gemessen werden und wie (z.B. weniger verstoßene Wildtiere, weniger Einsätze des "Fundservice für Haustiere", etc.)?
11. Wie hoch waren im Jahr 2016 insgesamt die Ausgaben der MA 49 für die Öffentlichkeitsarbeit?
12. Wie hoch waren im Jahr 2016 insgesamt die Ausgaben der MA 60 für die Öffentlichkeitsarbeit?
13. Werden zur Finanzierung der Kampagne Transferzahlungen von der Europäischen Union bzw. nationale Kofinanzierung im Rahmen des Österreichischen Programm für die Ländliche Entwicklung verwendet?
 - a. Wenn ja, wie viel von der Europäischen Union, wie viel aus Bundes- und/oder Landesmitteln?

Wien, 9. März 2017

