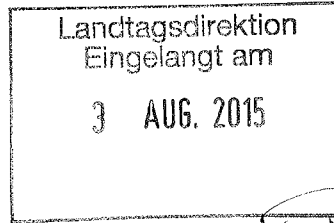




Landesrat Mag. Johannes Tratter



Frau  
Abgeordnete  
Dr.<sup>in</sup>. Andrea Haselwanter-Schneider  
über den Präsidenten des Tiroler Landtags  
DDr. Herwig van Staa  
im Hause

Telefon 0512/508-2042  
Fax 0512/508-2045  
johannes.tratter@tirol.gv.at

DVR:0059463  
UID: ATU36970505

**Schriftliche Anfrage der Abg. Haselwanter-Schneider betr. "Welche Kosten entstehen durch die Kampagne der Landesregierung zur Gewaltprävention?" (312/15);**

**Beantwortung**

Geschäftszahl LRJT-LE-11/186-2015

Innsbruck, 03.08.2015

Sehr geehrte Frau Abgeordnete!

Sie haben in der Landtagssitzung vom 01.07.2015 eine Anfrage betreffend „**Welche Kosten entstehen durch die Kampagne der Landesregierung zur Gewaltprävention?**“, Einlaufzahl 312/15, an mich gerichtet und um Beantwortung nachfolgender Fragen ersucht. Mit derselben Fragestellung haben Sie sich auch an Frau Landesrätin Dr.<sup>in</sup> Beate Palfrader und Frau Landesrätin Dr.<sup>in</sup> Christine Baur gewandt.

1. *Wie hoch sind die Gesamtkosten (brutto) für diese Kampagne?*
2. *Welcher Werkzeuge (Inserate, Plakate etc.) wird sich die Kampagne bedienen?*
3. *Durch welche/n Budgetposten ist diese Kampagne finanziell bedeckt?*
4. *Wer hat entschieden, dass diese Kampagne sinnvoll und notwendig ist?*
5. *Wann hat die Landesregierung diese Kampagne beschlossen?*
6. *Welche Agentur hat den Auftrag für diese Kampagne bekommen?*
7. *Wie hoch sind die Gesamtkosten (brutto), die die Agentur dafür verrechnen wird?*
8. *Wurde der Auftrag ausgeschrieben?*
  - a. *Wenn ja, wann?*
  - b. *Wenn nein, warum nicht?*
9. *Was passiert mit der Kampagne nach dem August 2015?*
10. *Welche Gesamtkosten (brutto) sind für Inserate in welchen Medien geplant?*
11. *Wie teilen sich die Gesamtkosten für die Inserate im Detail auf? (Bitte um detaillierte Auflistung der Bruttokosten jeweils für Idee, Umsetzung, Druck, Fotos, Verteilung/Versand)*

12. *Welche Gesamtkosten (brutto) entstehen für die Infobroschüre?*
13. *In welcher Auflage wird die Infobroschüre gedruckt?*
14. *Welche Agentur ist für diese Infobroschüre verantwortlich?*
15. *Mit welcher Gesamtsumme (brutto) schlagen die Agenturleistungen für diese Infobroschüre zu Buche?*
16. *Welche Gesamtkosten (brutto) sind für die Homepage entstanden?*
17. *Wie teilen sich diese Gesamtkosten auf? (Bitte um detaillierte Auflistung der Bruttokosten jeweils für Idee, Umsetzung, Fotos, Programmierung)*
18. *Welche Agentur ist für die Homepage verantwortlich?*
19. *Welche Kosten entstehen durch die Videos auf der Homepage?*
20. *Wer stellt diese Videos her?*
21. *Welche Bruttokosten verrechnet die Agentur für die Homepage insgesamt?*
22. *Wozu ist eine eigene Homepage notwendig, wenn die Inhalte der Werbekampagne ohnehin über die landeseigene Homepage verbreitet werden können?*
23. *Welche Bruttokosten sind für die Bewerbung der Homepage vorgesehen?*
24. *Welche Gesamtkosten (brutto) sind für die Plakate geplant?*
25. *Wie teilen sich diese Gesamtkosten auf? (Bitte um detaillierte Auflistung der Bruttokosten jeweils für Idee, Umsetzung, Druck, Miete etc.)*
26. *Welche Agentur ist für die Plakate verantwortlich?*
27. *Welche Aufträge hat die Agentur impalawolfmitbiss bzw. deren Internet-Agentur iwmb.now in den Jahren 2013, 2014 bis 30. Juni 2015 von der Tiroler Landesregierung erhalten? (Bitte um Auflistung des Auftrages, der Gesamtsumme (brutto) und der Information, ob der Auftrag per Ausschreibung oder direkt vergeben wurde)*

**Hiezu beehre ich mich folgendes mitzuteilen:**

Nach § 31 Abs. 1 der Geschäftsordnung des Tiroler Landtages ist jeder Abgeordnete berechtigt, in den Angelegenheiten der Landesverwaltung an die Mitglieder der Landesregierung schriftliche Fragen über Angelegenheiten ihres Aufgabenbereiches zu richten.

Sofern obenstehende Fragen in meine Angelegenheiten gemäß Anlage der Verordnung der Landesregierung vom 30. März 1999 über die Geschäftsordnung der Tiroler Landesregierung, LGBl. Nr. 14/1999, zuletzt geändert durch LGBl. Nr. 12/2015, fallen, kann dazu wie folgt Stellung genommen werden.

**Zu Frage 1:**

Die Gesamtkosten belaufen sich auf maximal € 120.000,-- brutto.

**Zu Frage 2:**

„Zuwenden statt zuschlagen“, „verbinden statt verletzen“, „die Hände reichen anstatt gegen andere zu erheben“, „anfreunden statt ausgrenzen“ und „liken statt dissen“ – das sind die zentralen Botschaften der Kampagne zur Gewaltprävention des Landes Tirol. In diesem Sinne wird sowohl auf die breit gefächerten Präventionsprogramme in diesem Bereich als auch auf Hilfsangebote für Betroffene aufmerksam gemacht. Als „Werkzeuge“ stehen dabei Plakate, eine Infobroschüre, Inserate, Sticker, TV-Spots sowie ein Online-Auftritt zur Verfügung.

**Zu Frage 3:**

Die Bedeckung ist durch die Finanzposition V.P. 1-021201-7298119 „Marketingkonzept Landesverwaltung“ gegeben.

**Zu Frage 4 und 5:**

In Tirol wurden laut Tiroler Gewaltschutzzentrum im Jahr 2014 insgesamt 1.060 Personen Opfer von Gewalt, davon 917 Frauen und 143 Männer, jede vierte bis fünfte Frau in Österreich erlebt Gewalt durch ihren Partner oder andere nahe Bezugspersonen, etwa ein Fünftel der Kinder und Jugendlichen hat bereits psychische und physische Gewalt durch Gleichaltrige erfahren, 64 Minderjährige mussten im Vorjahr innerhalb der Familie oder von anderen ihnen nahestehenden Personen direkte Gewalt erleiden. Im Jahr 2014 wurden insgesamt 3.860 Gefährdungsabklärungen von der Kinder- und Jugendhilfe durchgeführt. Allein aus diesen Tatsachen, Zahlen und Fakten lässt sich eine dringende Notwendigkeit allgemeiner Sensibilisierung für das Thema „Gewalt“ erkennen.

Die Tiroler Landesregierung hat sich dieser gesellschaftlichen Herausforderung aktiv gestellt und mit Beschluss vom 18.05.2015 entschieden, die Bevölkerung mittels einer Kampagne umfassend zu informieren und auf diese Weise präventiv gegen „Gewalt im Alltag“ vorzugehen.

„Gewalt geht gar nicht“ – unter diesem leicht verständlichen Motto sensibilisiert die von der Tiroler Landesregierung ins Leben gerufene Kampagne für unterschiedlichste Formen der „Gewalt im Alltag“. Deren Ausprägungen sind in unserer Gesellschaft - wie oben beispielhaft angeführt - vielfältig, teilweise subtil und oft nicht sofort erkennbar. Die öffentliche Kampagne des Landes zielt daher auf breite Bewusstseinsbildung ab und setzt vor allem präventiv und sensibilisierend an. Dies auch aufgrund der Erfahrung, dass Menschen, die beispielweise als Kinder selbst körperliche und/oder seelische Gewalt erfahren, häufig später ein ähnlich destruktives Verhalten gegen sich und andere richten. Mit der Kampagne soll zudem das vorhandene Angebot an Gewaltprävention sichtbar gemacht und Betroffenen ein leichter Zugang zu oft dringend benötigten Hilfsangeboten ermöglicht werden.

Mit dieser Form der Sensibilisierungsarbeit für Gewaltphänomene aller Art erfüllt das Land Tirol eine wichtige gesellschaftspolitische Funktion. Die Zielgruppe der Kampagne gegen „Gewalt im Alltag“ ist die gesamte Tiroler Bevölkerung mit Schwerpunkt auf Kinder, Jugendliche (Schule und Mobbing), Frauen (Häusliche Gewalt) und alte Menschen (Pflegerische und zu pflegende Personen). Grundlegendes Ziel ist, derart präventiv aufzuklären, dass im besten Falle ein potentielles Aufkommen von Gewalt verhindert wird und – in weiterer Konsequenz – körperliche sowie seelische Verletzungen vermieden werden können.

**Zu Frage 6, 7 und 8:**

Als externe Begleitung der Kampagne wurden vier Agenturen zu einem Briefinggespräch eingeladen. Letztlich präsentierten drei Agenturen ihre Vorschläge und Angebote. Von einer eigens eingesetzten und sachlich versierten Jury wurde einstimmig die Agentur „Impala Wolf mit Biss“ als Bestbieter ausgewählt. Die Agenturkosten sind in den Gesamtkosten der Kampagne beinhaltet und belaufen sich wie folgt:

impalawolfmitbiss	€ 28.800,--
iwmb.now	€ 17.580,--

**zu Frage 9:**

Die Kampagne findet schwerpunktmäßig im Sommer 2015 statt und wirkt durch diverse Informationskanäle des Landes Tirol (etwa Facebook oder Youtube-Kanal) auch darüber hinaus.

**Zu Frage 10 und 11:**

Drei Inserate im „Weekend“, gesamt brutto € 7.412,58 wurden geschaltet. In diesen Gesamtkosten sind bereits alle Umsetzungsschritte von der Gestaltung bis zur Publikation beinhaltet.

**Zu Frage 12:**

Für die Infobroschüre entstehen Gesamtkosten von brutto € 7.750,66.

**Zu Frage 13:**

Die Auflage der Infobroschüre beträgt 15.000 Stück.

**Zu Frage 14:**

Für die Infobroschüre ist Impalawolfmitbiss verantwortlich.

**Zu Frage 15:**

Die Agenturleistungen für die Infobroschüre betragen brutto € 2.520,00.

**Zu Frage 16:**

Die Gesamtkosten für die Homepage betragen brutto € 17.867,79.

**Zu Frage 17:**

Die Gesamtkosten teilen sich wie folgt auf:

Online Konzept	€ 2.880,--
Screen Design Landing Page	€ 1.800,--
Erstellung Userdialoge	€ 960,--
Projektmanagement	€ 2.400,--
Technische Umsetzung und Programmierung	€ 5.760,--
Betreuung Online Kampagne und Reporting	€ 2.640,--
Gestaltung Online Werbemittel	€ 960,--
Übersetzung	€ 100,--
Hosting und Domains	€ 187,79
Textanpassungen	€ 180,--
	€ 17.867,79

**Zu Frage 18:**

Für die Homepage ist iwmb.now verantwortlich.

**zu Frage 19:**

Die Kosten der Videos auf der Homepage betragen brutto € 8.352,--.

**Zu Frage 20:**

Die Videos werden von Tirol TV hergestellt.

**Zu Frage 21:**

Die Agenturbruttokosten für die Homepage betragen € 17.580,--.

**Zu Frage 22:**

Ergänzend zur landeseigenen Homepage ist eine so genannte „landing page“ von Vorteil, da es das Ziel ist, mit möglichst vielen Internet-Usern zu interagieren und so eine möglichst persönliche Betroffenheit in der Arbeit und im Sensibilisieren gegen Gewalt zu erzeugen. Diesen Gedanken aufgreifend wurde über Social-Media-Kanäle ein Netzwerkgraf erstellt, der auch bildlich alle Personen darstellt, die ein Zeichen setzen und damit Teil des Netzwerks gegen Gewalt sind. All diese Personen werden dadurch zu Botschaftern für Gewaltfreiheit. Aufgrund der enorm hohen Datensicherheitserfordernisse der Landeshomepage wurde die Darstellung des Netzwerkgrafen via „landing page“ gewählt, auf die auf der Landeshomepage verlinkt wird.

**Zu Frage 23:**

Die Bruttokosten für die Bewerbung der Homepage betragen € 5.400,--.

**Zu Frage 24:**

Die Gesamtkosten brutto für die Plakate betragen € 39.556,91.

**Zu Frage 25:**

Diese Gesamtkosten teilen sich wie folgt auf:

16-, 8-Bogen, Dreiecksteher, City Lights, Rolling-Boards, A3 Plakate	€ 34.018,57
Montagekosten	€ 635,04
Produktionskosten	€ 3.621,12
Gestattungskosten	€ 1.282,18

Fotokosten, Formatmutationen und Gestaltung Key Visuals sind nicht angeführt, da keine Abgrenzung zu den anderen Printprodukten möglich ist. Diese Kosten sind aber selbstverständlich in den Gesamtkosten der Kampagne angeführt.

**Zu Frage 26:**

Für die Plakate ist die Agentur Impalawolfmitbiss verantwortlich.

**Zu Frage 27:**

2013 wurden keine Aufträge erteilt

2014:

Die Agentur Impalawolfmitbiss hat den Auftrag für die Kampagne „Von 0 bis immer: Hilfe und Unterstützung für „Die härtesten Jobs der Welt?““ erhalten. Diese Kampagne war bereits Gegenstand einer schriftlichen Anfrage der Abgeordneten KO Dr.<sup>in</sup> Andrea Haselwanter-Schneider (434/14). Die näheren Details können dieser Anfragebeantwortung entnommen werden.

2015:

Die Agentur Impalawolfmitbiss hat den Auftrag für die Sensibilisierungskampagne gegen „Gewalt im Alltag“ erhalten und die näheren Details finden Sie in der Beantwortung der vorhergehenden Fragen.

mit freundlichen Grüßen



Landesrat Mag. Johannes Tratter