

**17858/J XXVII. GP**

**Eingelangt am 15.02.2024**

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

## **Anfrage**

**der Abgeordneten Mag. Martina Künsberg Sarre, Henrike Brandstötter,  
Kolleginnen und Kollegen  
an den Bundesminister für Bildung, Wissenschaft und Forschung  
betreffend Wissenschaftsskepsis und die DNAustria-Kampagne**

Für eine chancen- und zukunftsorientierte Gesellschaft und Wirtschaft ist es wichtig, die Erkenntnisse der Wissenschaften nicht im "Elfenbeinturm" verkümmern zu lassen, sondern allen Bevölkerungsgruppen und Berufssparten zugänglich zu machen. Dafür - und auch für eine wirkungsvolle Eindämmung von Fake News und Desinformation - braucht es eine positive und vertrauensvolle Einstellung zur Wissenschaft.

Das Vertrauen in die Wissenschaft ist in Österreich jedoch in der Krise, wie das Wissenschaftsbarometer der Österreichischen Akademie der Wissenschaft (ÖAW) zeigt<sup>1)</sup>. Die Wissenschaftsskepsis ist zwar von 2022 auf 2023 - nach dem Abklingen der Coronakrise - leicht rückläufig, aber im internationalen Vergleich hierzulande besonders hoch, wie eine Eurobarometer-Umfrage von 2021 gezeigt hat<sup>2)</sup>.

Laut Wissenschaftsbarometer 2023 vertrauen zwar 73 Prozent der befragten Österreicherinnen und Österreicher Wissenschaft und Forschung, doch mehr als ein Viertel der Bevölkerung tut das nicht oder wenig. Je zufriedener Menschen mit ihrem Leben sind, desto eher vertrauen sie Wissenschaft und Forschung. Das Vertrauen variiert auch stark nach Wissenschaftsdisziplin: Während rund 80 Prozent der Mathematik, Physik und Chemie vertrauen, sind es bei der Ökologie- und Klimaforschung nur 58 Prozent und bei Informatik und künstlicher Intelligenz (KI) gar nur 51 Prozent der Befragten. Wer unangenehme Botschaften oder große Veränderungen für den Alltag im Gepäck hat, wird also offenbar skeptischer aufgenommen.

Die laut dieser Umfrage "Unzufriedenen" hegen generell ein größeres Misstrauen gegenüber "Eliten", was auch die Politik und die etablierten Medien einschließt. Knapp 80 Prozent der Unzufriedenen sind der Ansicht, dass Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler die Öffentlichkeit über ihre Arbeit informieren sollten.

Das BMBWF hat nun die Kampagne DNAustria ins Leben gerufen, die bestehende und zukünftige Initiativen des Ministeriums zur Wissenschaftskommunikation und Stärkung des Vertrauens bündeln und einer breiteren Öffentlichkeit präsentieren soll.<sup>3)</sup> Die Kampagne schließt auch die Stärkung des Vertrauens in die Demokratie

mit ein, da eine ablehnende oder kritische Haltung zur Demokratie und zur Wissenschaft oft Hand in Hand gehen. Mit Plakatsujets, die populärwissenschaftlich auf Forschungsarbeiten Bezug nehmen, soll die Kampagne das Interesse der Bevölkerung wecken. Die Website [www.dnaustria.at](http://www.dnaustria.at) gibt einen Überblick über alle Projekte und Veranstaltungen.

Vor dem Hintergrund, dass vom BMBWF in verschiedensten Bereichen zahlreiche gute Projekte mit äußerst bescheidener Reichweite betrieben werden - zuletzt wurde etwa ein Talenteförderungsprogramm für 75 Schüler:innen aus einer Gesamtpopulation von 1,1 Mio. Schüler:innen präsentiert - stellt sich die Frage, wie groß nun tatsächlich die Breitenwirkung der Projekte zur Wissenschaftsskepsis ist.

- 1) <https://www.derstandard.at/story/3000000197019/wissenschaftsskepsis-in-oesterreich-weiterhin-ausgepraegt>
- 2) <https://www.derstandard.at/story/2000131037835/oesterreichs-fatale-wissenschaftsskepsis>
- 3) <https://www.bmbwf.gv.at/Ministerium/Presse/20240209.html>

Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher folgende

## Anfrage:

1. Welche Strategie liegt der Kampagne DNAustria zugrunde und wie soll sie die breite Bevölkerung, insbesondere Jugendliche und Menschen, die bisher wenig Berührungen mit wissenschaftlichen Themen hatten, erreichen, gewinnen und aktivieren?
2. Handelt es sich bei DNAustria um eine Marke zur dauerhaften Verwendung oder um eine zeitlich abgesteckte Kampagne? Wenn letzteres, mit welchem Zeithorizont?
3. Inwiefern sind Schulen, Universitäten und andere Bildungseinrichtungen in die Entstehung und Umsetzung der Kampagne eingebunden?
4. Gibt es EU-Programme oder -Initiativen, in die sich die Kampagne einfügt oder mit denen es Synergien gibt? Wenn ja, welche?
5. Gab es für DNAustria internationale Vorbilder oder Best Practice Beispiele, an denen man sich orientiert hat?
6. Laut Wissenschaftsbarometer der ÖAW variiert die Skepsis der Bevölkerung stark nach Disziplinen. Planen Sie Maßnahmen, die insbesondere auf die Kommunikation von Forschungsdisziplinen wie Informatik und Künstliche Intelligenz sowie Ökologie- und Klimaforschung ausgerichtet sind?
7. Welche der unter DNAustria zusammengefassten bisherigen und geplanten Projekte und Veranstaltungsreihen dienen vorrangig der Präsentation von Wissenschaft und welche sind auf einen Dialog ausgerichtet, um auch Fragen, Sorgen und Wünsche von Bürgerinnen und Bürgern aufzunehmen und in der Forschung und Wissenschaftskommunikation zu berücksichtigen?

8. Gibt es im Rahmen von DNAustria Projekte, Kommunikationsmaßnahmen oder Dialogforen, die nicht auf die "breite Öffentlichkeit" ausgerichtet sind, sondern gezielt auf
  - a. definierte Gruppen von "Unzufriedenen" und "Skeptiker:innen", bspw. gesellschaftlich marginalisierte Gruppen?
  - b. Multiplikator:innen/Influencer, die in wissenschaftsskeptischen Teilen der Bevölkerung hohe Glaubwürdigkeit besitzen?
9. Wie viele Schüler:innen und wie viele sonstige Personen werden mit folgenden Projekten und Veranstaltungsreihen pro Jahr erreicht? Bitte um Aufschlüsselung der jeweiligen Teilnehmer:innenzahlen nach Bundesländern.
  - a. Wissenschaftsbotschaft-er:innen
  - b. Science Talk
  - c. Sparkling Science 2.0
  - d. Lange Nacht der Forschung
  - e. Wissenschaftswoche
  - f. Citizen Science Award
  - g. Kinder- und Ju-gend-universitäten
10. Wie viele Lehrveranstaltungen im Bereich der Lehrkräftefortbildung gibt es zu den Themen Wissenschaftskommunikation und Wissenschaftsskepsis und wie viele Lehrpersonen nehmen an diesen pro Jahr Teil? Bitte um Aufschlüsselung nach Verbünden für die letzten drei Studienjahre/Schuljahre.
11. Was ist in den bisherigen und kommenden Leistungsvereinbarungen mit den Universitäten zur "Third Mission" und zur Wissenschaftskommunikation vorgesehen? Bitte um Erläuterung und Quantifizierung.
12. Welche Aktivitäten im Bereich der Erwachsenenbildung setzt das BMBWF im Bereich Wissenschaftskommunikation und Wissenschaftsskepsis?
  - a. Wann wird die LLL-Strategie 2030 beschlossen und präsentiert, die seit 2020 ausständig ist?
13. Wie wird der Erfolg der DNAustria-Kampagne gemessen und evaluiert? Gibt es spezifische Indikatoren oder Zielvorgaben, die erreicht werden sollen?
14. Wer hat wann die Kampagne bei wem beauftragt?
  - a. Welche Agentur verantwortet die Sujets inhaltlich und gestalterisch?
  - b. Welche Agentur bucht die Sujets ein?
    - i. Wurden vorgelegte Schaltpläne vom Ministerium abgeändert?
      1. Wenn ja, warum und wie genau?
  - c. Wer verantwortete die Kampagne innerhalb des Ministeriums?
  - d. Waren weitere externe Dienstleister:innen betraut oder eingebunden und wenn ja, welche und wer hat diese beauftragt?
  - e. War die Abteilung I/4: Informationsinitiativen, Mediaplanung und -budget im Bundeskanzleramt in die Mediaplanung eingebunden?

- i. Wenn ja, was war die Aufgabe?
  - ii. Wenn nein, weshalb nicht?
15. Wenn es sich bei den oder der beauftragten Agentur(en) nicht um Unternehmen aus dem Kreis jener handelt, die den Pitch für die beiden Etats (180 Mio Media sowie 30 Mio Kreation) im Frühjahr 2021 für sich entschieden haben: Weshalb wurde nicht auf diese Dienstleister zurückgegriffen?
16. Wurden mehrere Agenturen angefragt, um vergleichbare Angebote im Sinne der Sparsamkeit einzuholen?
- a. Wenn ja, welche?
  - b. Wenn nein, warum nicht?
17. Wie sieht der Mediaplan aus? Bitte um Übermittlung.
18. Wann wurden die ersten Inserate, Banner und weiteren Werbeformen wo geschaltet und wie lange dauert die Kampagne?
19. In wie vielen und welchen Printmedien wurde sie auf Basis welcher Kriterien geschalten?
20. Wie hoch ist der Etat, der für diese Kampagne veranschlagt wurde? Bitte um genaue Angabe der jeweiligen Posten.
21. Woher stammt das Budget für die Kampagne? Welches Ministerium bezahlt die Rechnungen aus welchem Topf?