

+43 1 531 20-0
Minoritenplatz 5, 1010 Wien

Herrn
Präsidenten des Nationalrates
Dr. Walter Rosenkranz
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2025-0.559.479

Die schriftliche parlamentarische Anfrage Nr. 2926/J-NR/2025 betreffend Warum hat die Öffentlichkeit (nur) ein um 10 Prozent verringertes Bedürfnis, von der Regierung durch Inserate informiert zu werden?, die die Abgeordneten zum Nationalrat Sigrid Maurer, BA, Kolleginnen und Kollegen am 14. Juli 2025 an mich richteten, darf ich anhand der mir vorliegenden Informationen wie folgt beantworten:

Zu Frage 1:

- *Wie hoch waren die Budgetansätze für Medienkooperationen in Ihrem Ministerium jeweils pro Jahr aufgeschlüsselt in den letzten 10 Jahren?*

Eingangs darf bemerkt werden, dass der Bundeshaushalt seit dem Jahr 2013 nicht mehr in Budgetansätze, sondern in Rubriken, Untergliederungen sowie Global- und Detailbudgets, gegliedert ist. Ein „Budgetansatz“ oder beispielsweise ein nach dem BHG 2013 einzurichtendes Detailbudget für Medienkooperationen ist daher nicht existent.

Die Entwicklung der Auszahlungen in Belangen der gesamten Öffentlichkeitsarbeit der Untergliederung 30 (Bildung) beim Detailbudget 30.01.01 (Zentralstelle) sind auf Grundlage einschlägiger Auswertungen aus dem Haushaltsverrechnungssystem des Bundes der nachstehenden Aufstellung zu entnehmen. Dabei wurden die jeweils maßgeblichen Voranschlagswerte den Erfolgswerten gegenübergestellt.

Detailbudget 30.01.01 (Zentralstelle) – gesamte Öffentlichkeitsarbeit		
Jahr	BVA in EUR	Erfolg in EUR
2015	2.213.000,00	2.138.534,69
2016	2.013.000,00	1.983.071,64
2017	1.711.000,00	1.766.862,68
2018	1.556.000,00	1.705.630,73
2019	1.553.000,00	676.222,88

2020	1.553.000,00	2.828.424,84
2021	1.553.000,00	3.749.947,66
2022	1.553.000,00	1.626.611,53
2023	1.553.000,00	1.133.231,83
2024	1.553.000,00	913.682,59

Die dargestellten veranschlagten Aufwendungen bzw. Gesamtausgaben umfassen nicht nur jene für Inseratenschaltungen in Medien, einschließlich solche in Form von Medienkooperation, sondern alle Belange der Kommunikation des Bildungsministeriums, wie etwa den Vertrieb von Publikationen, die Leistungen von Dritten einschließlich Agenturen, die Nutzung verschiedener APA-Dienste, das Ticketingsystem des Bürgerinnen- und Bürgerservice, Zeitungs- und Zeitschriftenabonnements zur Herstellung des hausinternen Pressespiegels, laufende Kosten der Websites sowie öffentlichkeitswirksame Projekte, Veranstaltungen und Werbemittel.

Zu Frage 2:

- *Wie viel wurde von diesen Budgetansätzen, wieder pro Jahr aufgeschlüsselt, jeweils tatsächlich für Medienkooperationen in Ihrem Ministerium ausgegeben?*

Zu den Ausgaben für Inseratenschaltungen, einschließlich solche in Form von Medienkooperationen, in den Jahren 2015 bis 2024 darf auf nachstehende Aufstellung verwiesen werden.

Jahr	Ausgaben inkl. Abgaben und Steuern in EUR
2015	1.366.573,64
2016	1.196.090,62
2017	1.066.881,04
2018	878.148,96
2019	126.879,75
2020	2.164.532,81
2021	1.543.188,11
2022	425.201,91
2023	243.058,55
2024	166.975,83

Zu den Fragen 3 und 4:

- *Wie ist der Budgetansatz in Ihrem Ministerium für das Jahr 2025 bemessen?*
- *Wie ist der Budgetansatz in Ihrem Ministerium für das Jahr 2026 bemessen?*

Für Auszahlungen in Belangen der Öffentlichkeitsarbeit sind in den BVA 2025 und 2026 der Untergliederung 30 (Bildung) beim Detailbudget 30.01.01 (Zentralstelle) jeweils EUR 1,350 Mio. veranschlagt. Davon entfallen auf allfällige Inserate und Medienkooperationen jeweils EUR 0,322 Mio.

Zu den Fragen 5 und 6:

- *Gibt es in Ihrem Ministerium weitere Budgetansätze, in denen geplante Medienkooperationen enthalten sind?*
- *Können Sie ausschließen, dass Medienkooperationen in Ihrem Ministerium letztlich aus anderen Budgetansätzen finanziert werden?*
 - a. *Wenn nein, wie stellen Sie hier eine vergleichbare Evidenz her?*

Explizit der Öffentlichkeitsarbeit und allfälligen Inseraten einschließlich Medienkooperationen gewidmete Mittelverwendungen der Zentralstelle werden ausschließlich beim vorstehend genannten Detailbudget 30.01.01 veranschlagt.

Zu den Fragen 7 bis 9:

- *Nach welchen Kriterien werden in Ihrem Ministerium Medienkooperationen geschlossen?*
- *Können Sie uns den Weg zu einer Medienkooperation in Ihrem Ministerium skizzieren, wer stellt nach welcher Maßgabe ein konkretes Informationsbedürfnis der Allgemeinheit fest, welche Schritte werden in der Folge von Ihrem Haus gesetzt, welche werden z.B. an Mediaagenturen ausgelagert?*
- *Wer erstellt für Medienkooperationen in Ihrem Ministerium die Schaltpläne für die verschiedenen Kanäle und Medien?*

Medienkooperationen sind im Bundesministerium für Bildung immer Teil einer gesamten Kommunikationsstrategie. Bei jeder Kommunikationsstrategie werden grundsätzlich alle Möglichkeiten einer kostenneutralen Information und Kommunikation genutzt, wie z.B. die Kommunikationskanäle im Bildungssystem selbst (über nachgeordnete Dienststellen, Schulen, Pädagogische Hochschulen etc.). Zu Ressortthemen, die auch eine breite Öffentlichkeit betreffen, wie beispielsweise die Möglichkeit zum Quereinstieg in den Lehrberuf oder neue Ausbildungswege in der Elementarpädagogik, wird für Kampagnenmaßnahmen und Medienschalpläne punktuell auch mit externen Agenturen gearbeitet.

Zu Frage 10:

- *Gab es in den letzten 12 Monaten Änderungen an den Schaltplänen seitens Ihres Ministeriums?*
 - a. *Wenn ja, welche?*

In den vergangenen 12 Monaten wurden keine großen Kommunikationsstrategien in Auftrag gegeben und demzufolge auch keine Schaltpläne erstellt oder geändert.

Zu den Fragen 11 bis 15:

- *Welche konkreten Maßnahmen haben Sie seit Antritt der neuen Bundesregierung gesetzt, um das im Regierungsprogramm genannte Sparziel in Ihrem Ministerium zu erreichen?*

- *Laut Gesetz ist es allein vom konkreten Informationsbedürfnisse der Allgemeinheit abhängig, wie viel oder wenig eine Bundesregierung werben darf. Wie ist eine für die Zukunft in Aussicht gestellte Reduktion von 10 Prozent unter diesem Gesichtspunkt zu beurteilen?*
- *Wo erwarten Sie in Ihrem Ministerium ein niedrigeres konkretes Informationsbedürfnis der Allgemeinheit als in der Vergangenheit?*
- *Nach welchen Kriterien wollen Sie in Ihrem Ministerium die angekündigten 10 Prozent einsparen?*
- *Was tun Sie, wenn das konkrete Informationsbedürfnis der Allgemeinheit in Ihrem Ministerium eine Reduktion von 5 Prozent, 20 Prozent oder 30 Prozent im Vergleich zu den Vorjahresausgaben erfordert?*

Das Bundesministerium für Bildung hat auf Basis des Doppelbudgets mit entsprechenden Konsolidierungsmaßnahmen begonnen und in dieser Zeit grundsätzlich auf neue oder kurzfristige Ausgaben zur Kommunikation mit der Öffentlichkeit verzichtet. Kommuniziert wurde daher kostenschonend bis kostenneutral über Pressekonferenzen, Online-Auftritte, Social Media Kanäle und – sofern es die Stakeholder im Bildungsbereich betraf – über interne Kommunikationskanäle des Bildungsministeriums.

Dem Bundesministerium für Bildung ist es ein generelles Anliegen, den Informationspflichten und -notwendigkeiten in geeignetem, ausreichendem, zielgruppensensiblen und effizientem Ausmaß nachzukommen und fachlich relevante Themen, Maßnahmen und Inhalte aus dem Ressortbereich den Bürgerinnen und Bürgern sichtbar zu machen. Dabei können Informationsbedürfnisse mit unterschiedlichen Maßnahmen und Mitteln erfüllt werden, sodass eine direkte Korrelation zwischen Informationsbedürfnis und Ausgaben nicht ermittelt werden kann.

In den vergangenen Jahren hat das Bundesministerium für Bildung die Ausgaben für Medienkooperationen (mit Ausnahme der COVID-Pandemiejahre) sukzessive reduziert. Zur Information der Allgemeinheit über einzelne Ressorthemen werden die Website und vermehrt auch die hauseigenen Social Media Kanäle genutzt. Lediglich Themen, die für die Allgemeinheit bzw. für große Teile der Bevölkerung von hohem konkretem Interesse sind, wie z.B. das Angebot des Quereinstiegs in den Lehrberuf oder auch die vielseitigen Ausbildungswege in der Elementarpädagogik, werden punktuell über entgeltliche Kooperationen beworben. Mit dem Fokus auf die Information der Allgemeinheit über systemisch und langfristig angelegte Angebote aus dem Bildungsbereich wird dem Bundesministerium für Bildung eine Reduktion von Mediaausgaben gelingen.

Zu Frage 16:

- *Warum wird das Budget für Medienkooperationen nicht deutlich stärker reduziert und die so eingesparten Gelder stattdessen für objektive und transparente Medienförderungen eingesetzt?*

Der Aufgabenbereich der Medienförderung fällt nicht in den Vollzugsbereich des Bundesministeriums für Bildung.

Wien, 12. September 2025

Christoph Wiederkehr, MA

