

Herrn  
Präsidenten des Nationalrates  
Dr. Walter Rosenkranz  
Parlamentsdirektion  
Dr.-Karl-Renner-Ring 3  
1017 Wien

Geschäftszahl: 2025-0.567.714

Die schriftliche parlamentarische Anfrage Nr. 2925/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 den Fragen 1, 3 und 4:

1. Wie hoch waren die Budgetansätze für Medienkooperationen in Ihrem Ministerium jeweils pro Jahr aufgeschlüsselt in den letzten 10 Jahren?
3. Wie ist der Budgetansatz in Ihrem Ministerium für das Jahr 2025 bemessen?
4. Wie ist der Budgetansatz in Ihrem Ministerium für das Jahr 2026 bemessen?

Für Medienkooperationen wurde in der UG 31 Wissenschaft und Forschung wie folgt budgetiert:

Jahr	Budgetansatz in EUR
2026	320.000
2025	245.000
2024	352.000
2023	504.000
2022	495.000
2021	434.000

2020	428.000
2019	378.000
2018	436.000
2017	140.000
2016	140.000
2015	140.000

Zu Frage 2:

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

Für die Jahre 2015 bis 2024 wurden die Medienkooperationen gemäß MedKF-TG eingemeldet und sind dort im Detail abrufbar.

Seit 1. April 2025 wurden € 3.540,02 für Inserate ausgegeben. Medienkooperationen im klassischen Sinn sind für das zweiten Halbjahr 2025 in Verhandlung.

Zu Frage 5:

*5. Gibt es in Ihrem Ministerium weitere Budgetansätze, in denen geplante Medienkooperationen enthalten sind?*

Medienkooperationen werden im Rahmen folgender Veranstaltungen abgeschlossen und im Projektbudget veranschlagt:

- a.) BeSt Wien - jährlich
- b.) Lange Nacht der Forschung - alle zwei Jahre

Zu Frage 6:

*6. 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?*

Medienkooperationen werden ausschließlich von der Abteilung für Öffentlichkeitsarbeit des BMFWF in Abstimmung mit den Kabinetten der Bundesminister:innen abgeschlossen. Medienkooperationen wurden aus keinen anderen Budgetansätzen finanziert.

Zu Frage 7:

*7. Nach welchen Kriterien werden in Ihrem Ministerium Medienkooperationen geschlossen?*

Medienkooperationen werden im BMFWF nach folgenden Kriterien geschlossen:

- Laufende Berichterstattung zu Wissenschaft und Forschung.
- BeSt Wien: Bewerbung der Bildungsmesse bei der Zielgruppe sowie Nachberichterstattung
- Lange Nacht der Forschung: Bewerbung der Veranstaltung bei der Zielgruppe sowie Nachberichterstattung

Zu Frage 8:

*8. 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?*

In Absprache mit dem Kabinett wird die Notwendigkeit einer Kooperation mit einem bestimmten Medium, das im Vorfeld ein Angebot gelegt hat, festgelegt. Medienagenturen werden nur im Rahmen der langen Nacht der Forschung bzw. der Bildungsmessen beauftragt.

BeSt Wien: Die Bildungsmesse wird unter Federführung des Bundesministeriums für Bildung zusammen mit meinem Ressort organisiert. Die Auswahl der Medien erfolgt durch die Mitarbeiter:innen des Bundesministeriums für Bildung.

Lange Nacht der Forschung: Die Auswahl der Medien für die Inseratenschaltungen erfolgt von der mit der Projektkoordination beauftragten Medienagentur und wird vor Kampagnenbeginn mit Mitarbeiter:innen der Abteilung für Öffentlichkeitsarbeit des BMFWF abgestimmt. Die Projektkoordination wird über die BBG für drei oder vier Veranstaltungen ausgeschrieben, wobei die Lange Nacht der Forschung alle zwei Jahre stattfindet.

Zu Frage 9:

*9. Wer erstellt für Medienkooperationen in Ihrem Ministerium die Schaltpläne für die verschiedenen Kanäle und Medien?*

Die Schaltpläne für die verschiedenen Kanäle und Medien für Medienkooperationen erstellen in meinem Ressort die Mitarbeiter:innen der Abteilung für Öffentlichkeitsarbeit.

Hinsichtlich der BeSt Wien werden die Schaltpläne von Mitarbeiter:innen des Bundesministeriums für Bildung erstellt (siehe Beantwortung zu Frage 8).

Die alle zwei Jahre österreichweit stattfindende Lange Nacht der Forschung wird unter Federführung meines Ressorts zusammen mit dem Bundesministerium für Innovation, Mobilität und Infrastruktur und dem Bundesministerium für Wirtschaft, Energie und Tourismus organisiert. Schaltpläne werden zusammen mit der beauftragten Agentur in

Abstimmung mit Mitarbeiter:innen der Abteilung für Öffentlichkeitsarbeit im BMFWF sowie den betroffenen Mitarbeiter:innen in den Partnerressorts erstellt.

Zu Frage 10:

*10. Gab es in den letzten 12 Monaten Änderungen an den Schaltplänen seitens Ihres Ministeriums?*

*a. Wenn ja, welche?*

Es wurde ein erhöhter Fokus auf Online-Inserate gelegt und Print-Inserate reduziert, wodurch Einsparungen erzielt werden konnten.

Zu den Fragen 11 und 14:

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

*14. Nach welchen Kriterien wollen Sie in Ihrem Ministerium die angekündigten 10 Prozent einsparen?*

Folgende Maßnahmen wurden zur Erreichung des genannten Sparziels gesetzt:

- Kürzung bei bzw. Streichung von Medienkooperationen,
- Aussetzen der DNAustria Medienkampagne,
- Erstellung der Foto- und Videodokumentation bei Veranstaltungen des BMFWF durch Mitarbeiter:innen der Abteilung für Öffentlichkeitsarbeit (externe Fotografen nur in Einzelfällen),
- Einsparungen durch Fokus auf Online-Inserate und Reduzierung von Print-Inseraten (siehe Beantwortung zu Frage 10).

Zu den Fragen 12 und 15:

*12. Laut Gesetz ist es allein vom konkreten Informationsbedürfnis 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?*

*15. 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 BMFWF setzt grundsätzlich Kommunikationsmaßnahmen nur, wenn ein Informationsbedürfnis der Allgemeinheit vermutet wird. Es wird darauf geachtet, dass die jeweilige Informationsvermittlung durch möglichst sparsam eingesetzte Maßnahmen erreicht wird. Auf den effizienten Mitteleinsatz für Kommunikationsmaßnahmen wird wie auch bisher besonders geachtet werden.

Zu Frage 13:

*13. Wo erwarten Sie in Ihrem Ministerium ein niedrigeres konkretes Informationsbedürfnis der Allgemeinheit als in der Vergangenheit?*

Konkret erwartet das BMFWF ein niedrigeres Informationsbedürfnis bezüglich bereits etablierter Veranstaltungen des BMFWF.

Weiterhin werden die zu bewerbenden Inhalte/Kampagnen auf den Nutzen für die Allgemeinheit sorgfältig geprüft.

Frage 16:

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

Das Budget für klassische Medienkooperationen des BMFWF wurde im Rahmen der Einsparungsmaßnahmen der Regierung stark gekürzt. Der Einsatz der verbleibenden Mittel erfolgt nach den in der Beantwortung zu Frage 7 genannten Kriterien.

Wien, 12. September 2025

Eva-Maria Holzleitner, BSc

