

**2506/AB**  
**Bundesministerium vom 12.09.2025 zu 2933/J (XXVIII. GP)**  
**bmeia.gv.at**  
**Europäische und internationale Angelegenheiten**

Mag.<sup>a</sup> Beate Meinl-Reisinger, MES  
 Bundesministerin  
 Minoritenplatz 8, 1010 Wien, Österreich

Herrn  
 Präsidenten des Nationalrates  
 Dr. Walter Rosenkranz  
 Parlament  
 1017 Wien

Wien, am 12. September 2025  
 GZ. BMEIA-2025-0.571.144

Sehr geehrter Herr Präsident!

Die Abgeordneten zum Nationalrat Sigrid Maurer, Kolleginnen und Kollegen haben am 14. Juli 2025 unter der Zl. 2933/J-NR/2025 an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Warum hat die Öffentlichkeit (nur) ein um 10 Prozent verringertes Bedürfnis, von der Regierung durch Inserate informiert zu werden?“ gerichtet.

Diese Anfrage beantworte ich nach den mir vorliegenden Informationen wie folgt:

**Zu den Fragen 1 bis 4:**

- *Wie hoch waren die Budgetansätze für Medienkooperationen in Ihrem Ministerium jeweils pro Jahr aufgeschlüsselt in den letzten 10 Jahren?*
- *Wie viel wurde von diesen Budgetansätzen, wieder pro Jahr aufgeschlüsselt, jeweils tatsächlich für Medienkooperationen in Ihrem Ministerium ausgegeben?*
- *Wie ist der Budgetansatz in Ihrem Ministerium für das Jahr 2025 bemessen?*
- *Wie ist der Budgetansatz in Ihrem Ministerium für das Jahr 2026 bemessen?*

Jahr	Budgetansatz gem. BVA in Euro	Ausgaben für Medienkooperationen in Euro
2015	1.809.000	1.629.000
2016	1.809.000	1.677.000

2017	1.809.000	2.101.000
2018	1.609.000	459.000
2019	1.609.000	560.000
2020	1.709.000	1.210.000
2021	1.709.000	1.335.000
2022	1.710.000	1.286.000
2023	1.710.000	1.318.000
2024	1.846.000	1.331.000
2025	1.382.000	-
2026	1.734.000	-

Der Budgetansatz umfasst die gesamte Medienarbeit des Bundesministeriums für europäische und internationale Angelegenheiten (BMEIA), wie beispielsweise auch die Webseite. Ein separater Budgetansatz für Medienkooperationen ist nicht vorgesehen.

#### 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?*  
*Wenn nein, wie stellen Sie hier eine vergleichbare Evidenz her?*

Medienkooperationen werden haushaltsgemäß über den dafür vorgesehenen Budgetansatz (FIPOS 1-7270.014) abgebildet. Eine Finanzierung über weitere Budgetansätze ist nicht vorgesehen.

#### Zu den Fragen 7 bis 10:

- *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?*

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

Im BMEIA wird primär die Auslandsservice-App mit dem Service zur Reiseregistrierung mittels Medienkooperationen bekanntgemacht. Dies geschieht insbesondere in den reisetstarken Sommermonaten sowie vor den Osterferien. Durch die zunehmend volatilen politischen Zeiten ist es wichtig, die Bevölkerung auf die Möglichkeit der Reiseregistrierung sowie die Auslandsservice-App breitestmöglich hinzuweisen. Die Vergangenheit hat gezeigt, dass Informationskampagnen in direktem zeitlichen Zusammenhang und damit kausal mit einer signifikanten Zunahme an Reiseregistrierungen und App-Downloads stehen. An Tagen oder Wochenenden ohne Schaltungen ist die Zahl der Registrierungen und Downloads wesentlich geringer.

Um die Zielgruppe (= gesamte Bevölkerung, die eine Auslandsreise plant; 2024 laut Statistik Austria 14,5 Millionen Auslandsreisen) bestmöglich zu erreichen, werden von der Abteilung für Presse und Information gemeinsam mit Medienagenturen, die eine BBG-Rahmenvereinbarung geschlossen haben, geeignete Schaltpläne erarbeitet. Aufgrund sich ändernder Kapazitätsmöglichkeiten seitens der Medien kann es vorkommen, dass der Kampagnenzeitraum verschoben werden muss.

#### **Zu den Fragen 11 bis 16:**

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

Die Zahl der jährlichen Auslandsreisen von 14,5 Millionen zeigt, dass das Informationsbedürfnis nach wie vor hoch ist und es essenziell bleibt, die Auslandsservice-App mit der Reiseregistrierung weiterhin größtmöglich bekanntzumachen, um Reisende auf ihre Wunschdestination vorzubereiten und im Notfall bestmöglich erreichen zu können.

Das BMEIA setzt dabei gezielt auf einen Mix verschiedener Maßnahmen, mit den zur Verfügung stehenden Budgetmitteln das bestmögliche Ergebnis an App-Downloads sowie Reiseregistrierungen zu erzielen. Dazu zählen die Effizienzsteigerung der Sujets der Kampagnen durch entsprechende Designadaptierungen, regelmäßige Anpassung der Schaltpläne basierend auf den verfügbaren Auswertungen der Kampagnen auf den einzelnen Kanälen sowie die Diversifizierung und Nutzung neuer innovativer Kanäle.

Die 2024 neu gestaltete Kampagne des BMEIA verzeichnete laut Wirkungsanalyse eine höhere Akzeptanz und Ansprechbarkeit als die bisherige. Trotz Einsparungen von mehr als 10% konnte das Informationsbedürfnis seitens des BMEIA besser erfüllt und die Bekanntheit der Reiseregistrierung und der Auslandsservice-App sogar deutlich erhöht werden. Die Reiseregistrierungen im ersten Sommerreisemonat Juli 2025 liegen um ca. 30% höher als im Juli des Vorjahres, die App-Downloads im ersten Halbjahr 2025 um ca. 10%.

In diesem Zusammenhang freut es mich auch, dass die Auslandsservice-App im Juni 2025 das Community Voting im Rahmen der Verleihung des Österreichischen Verwaltungspreises gewonnen hat.

Mag.<sup>a</sup> Beate Meinl-Reisinger, MES