

Dr. Wolfgang Hattmannsdorfer
Bundesminister

Stubenring 1, 1010 Wien

Herrn
Präsidenten des Nationalrates
Dr. Walter Rosenkranz
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2025-0.752.089

Ihr Zeichen: BKA - PDion (PDion)3257/J-NR/2025

Wien, am 18. November 2025

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Christoph Steiner und weitere haben am 18.09.2025 unter der **Nr. 3257/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend **Fragwürdige Kampagne der „Österreich Werbung“ - wessen Bühne ist der Tourismus?** gerichtet.

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

Zur Frage 1

- Wie hoch waren die Fördermittel und sonstigen öffentlichen Mittel, die der Österreich Werbung seit 2019 zur Verfügung gestellt wurden? (Bitte um Aufschlüsselung nach Jahren)*

Jahr	Österreich Werbung (ÖW) - Mitgliedsbeiträge des Bundes	Betrag in €
2019	Mitgliedsbeitrag 2019	24.095.000,00
	außerordentlicher Mitgliedsbeitrag 2020 für verstärkte Positionierung "Urlaub in Österreich" in Asien (Schwerpunkt - Olympische Spiele in Tokio)	300.000,00
	Außerordentlicher Mitgliedsbeitrag 2019 für Digitalisierung	500.000,00

Jahr	Österreich Werbung (ÖW) - Mitgliedsbeiträge des Bundes	Betrag in €
2020	zusätzlicher Mitgliedsbeitrag 2020 (zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit des Tourismusstandorts Österreich nach der COVID19-Krise)	40.000.000,00
	Mitgliedsbeitrag 2020	24.095.000,00
2021	Mitgliedsbeitrag 2021	24.095.000,00
2022	zusätzlicher Mitgliedsbeitrag 2022 zur Stärkung der Tourismusdestination Österreich nach COVID-19	15.000.000,00
	Mitgliedsbeitrag 2022	28.095.000,00
2023	Mitgliedsbeitrag 2023	30.095.000,00
2024	Mitgliedsbeitrag 2024	30.095.000,00
	außerordentlicher Mitgliedsbeitrag Ski-WM 2025	2.000.000,00
	außerordentlicher Mitgliedsbeitrag Olympische Spiele 2024	950.000,00
2025	Mitgliedsbeitrag 2025	30.095.000,00
	außerordentlicher Mitgliedsbeitrag Olympische Spiele 2026	960.000,00

Zur Frage 2

- Welche konkreten inhaltlichen Vorgaben oder strategischen Ausrichtungen hat Ihr Ministerium der Österreich Werbung seit Ihrem Amtsantritt vorgegeben?

Die ÖW agiert auf Basis der Vereinsstatuten, die seit 1. Jänner 2024 in Kraft sind. Die Umsetzung des in den Statuten festgeschriebenen Vereinszwecks erfolgt innerhalb der drei strategischen Handlungsfelder Kooperation, Innovation und Kommunikation auf Vorschlag des Leitungsorgans.

Zur Frage 3

- Gab es in Ihrer Amtszeit bereits formelle Überprüfungen oder Evaluierungen des strategischen Auftritts der Österreich Werbung?
 - Falls ja, wann und mit welchem Ergebnis?
 - Falls nein, warum nicht?

Die ÖW agiert auf Basis der Vereinsstatuten, die seit 1. Jänner 2024 in Kraft sind. Die Umsetzung des in den Statuten festgeschriebenen Vereinszwecks erfolgt innerhalb der drei strategischen Handlungsfelder Kooperation, Innovation und Kommunikation auf Vorschlag des Leitungsorgans. Im Bereich Kooperation bündelt die ÖW Inhalte und Ressourcen und unterstützt Landestourismusorganisationen, Regionen und Betriebe durch Marktwissen, Marktzugänge und Netzwerkplattformen. Im Bereich Innovation fördert sie den Aufbau von Kompetenzen für den digitalen und nachhaltigen Wandel, unter anderem durch die

Bereitstellung einer Wissensbasis und den Aufbau eines nationalen Datenökosystems. In der Kommunikation macht die ÖW die hohe Qualität des heimischen Tourismusangebots in den potenzialstärksten Märkten sichtbar und stärkt damit die internationale Positionierung Österreichs als Reisedestination.

Zur Frage 4

- *Wie stellen Sie sicher, dass die Inhalte der Österreich Werbung dem gesetzlichen Auftrag der Tourismusförderung entsprechen?*

Der Bund ist im Rahmen der Privatwirtschaftsverwaltung Mitglied im Verein ÖW; einen gesetzlichen Auftrag kann es aufgrund der verfassungsrechtlichen Kompetenzverteilung nicht geben. Den zielgerichteten Einsatz der der ÖW vom Bund zur Verfügung gestellten Mittel kontrolliert der Aufsichtsrat.

Zur Frage 5

- *Ist es im Sinne des Ministeriums, dass durch die wiederholte Hervorhebung bestimmter Lokale oder Szenebereiche in Wien auf den offiziellen Kanälen der Österreich Werbung geworben wird?*

Die ÖW agiert im Rahmen ihres Vereinszwecks und ihrer Strategie und richtet ihre Kommunikation gezielt an die definierten Zielgruppen. Dabei steht die Vermittlung der übergeordneten Kernthemen – Kulinarik, Bewegung und Erholung sowie Kunst und Kultur – im Vordergrund. Gleichzeitig die Breite Österreichs sichtbar gemacht werden: von städtischen bis zu ländlich-alpinen Räumen, von kulturellen Klassikern bis zu neuen Impulsen. Dadurch soll Österreich als in Summe als traditionsbewusste, aber auch moderne und international anschlussfähige Ganzjahresdestination positioniert werden.

Zur Frage 6

- *Ist von Ihrer Seite ein inhaltlicher Austausch der Werbestrategie der Österreich Werbung geplant, um sicherzustellen, dass öffentliche Mittel nicht für gesellschaftspolitisch polarisierende Zwecke eingesetzt werden?*
 - *Falls ja, wann?*
 - *Falls nein, warum nicht?*

Im Rahmen der Organe der ÖW gibt es einen permanenten inhaltlichen Austausch zu den Aktivitäten der ÖW.

Dr. Wolfgang Hattmannsdorfer

Elektronisch gefertigt

