

Andreas Babler, MSc
Vizekanzler
Bundesminister für Wohnen, Kunst, Kultur,
Medien und Sport

Herrn
Präsidenten des Nationalrates
Dr. Walter Rosenkranz
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2026-0.309.100

Wien, am 8. Juni 2026

Sehr geehrter Herr Präsident,

der Abgeordnete zum Nationalrat Michael Schnedlitz und weitere Abgeordnete haben am 08.04.2026 unter der **Nr. 5706/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Transparenz bei PR- und Werbeausgaben der Bundesregierung im 1. Quartal 2026“ gerichtet.

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

Zu den Fragen 1 bis 6:

- *Wie hoch waren die Gesamtausgaben für Werbemaßnahmen, Öffentlichkeitsarbeit und Informationskampagnen Ihres Ministeriums im 1. Quartal 2026?*
- *Welche Aufträge für Anzeigeschaltungen seitens Ihres Ministeriums wurden im 1. Quartal 2026 in Auftrag gegeben? (Bitte um Auflistung nach Projekt, Medium, Medieninhaber, Zweck der Schaltung und Kosten)*
 - a. *Welche Schaltungen wurden in regelmäßig erscheinenden Medien veröffentlicht? (Bitte um detaillierte Auflistung nach Medium, Kampagne, Anlass der Schaltung und jeweiliger Kosten)*
 - b. *Welche und wie viele dieser Schaltungen erschienen in nicht regelmäßig erscheinenden Medien? (Bitte um detaillierte Auflistung nach Medium, Kampagne, Anlass der Schaltung und jeweiliger Kosten)*

- c. Welche und wie viele dieser Schaltungen wurden in audiovisuellen Medien platziert? (Bitte um detaillierte Auflistung nach Medium, Kampagne, Zweck und Kosten)
- Mit welchen Agenturen hat Ihr Ministerium im 1. Quartal 2026 für Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit zusammengearbeitet?
 - a. Wurden diese Aufträge öffentlich ausgeschrieben?
 - i. Wenn ja, welche Form der Ausschreibung wurde gewählt?
 - b. Welche Gesamtkosten fielen im 1. Quartal 2026 für diese Aufträge an? (Bitte um Auflistung nach beauftragter Agentur, Projekt und damit verbundenen Kosten)
 - Welche gedruckten Publikationen (Broschüren, Magazine, Plakate, Informationsmaterialien) wurden von Ihrem Ressort im 1. Quartal 2026 veröffentlicht? (Bitte um Auflistung mit Angabe des Projekts, dem Verwendungszweck, der Gesamtauflage, des Distributionswegs und der jeweiligen Kosten)
 - In wie vielen Kooperationen mit Medienunternehmen steht Ihr Ministerium derzeit? (Bitte um eine detaillierte Auflistung mit Angabe des Projekts, des Kooperationsziels, des Mediums, des Eigentümers sowie der jeweiligen Kosten)
 - Welche finanziellen Mittel wurden im 1. Quartal 2026 für externe Beratungsdienstleistungen im Bereich Kommunikation, PR-Strategie, Medientraining oder Coaching aufgewendet? (Bitte um detaillierte Auflistung nach beauftragtem Unternehmen, Kosten, Art der Leistung und Umfang des Auftrags)

Folgende Aufträge im Sinne der Fragestellung wurden durch das Bundesministerium für Wohnen, Kunst, Kultur, Medien und Sport (BMWKMS) erteilt:

Anzeigenschaltungen:

Medium	Herausgeber:in/ Medieninhaber:in	Leistung/Zweck/Projekt	Kosten in € inkl. USt
The Gap – Sonderausgabe anlässlich der Diagonale 2026	Comrades GmbH in Kooperation mit der Diagonale Festival des österreichischen Films	Inserat Creative Europe MEDIA	1.108,80

Agenturen:

Vertragspartner	Ausschreibung	Projekt	Kosten in € (inkl. USt)
Plattform Baukultur	Ausschreibung offenen Verfahrens im Oberschwellenbereich gemäß § 31 Abs. 2 BVergG 2018 idgF.	Öffentlichkeitsarbeit im Rahmen der inhaltlichen und koordinativen Unterstützung der Geschäftsstelle Baukultur	1.689,52
Architekturzentrum Wien	Direktvergabe	Saalmiete für die Pressekonferenz zur Vorstellung des österreichischen Beitrags zur Architekturbiennale in Venedig 2027	3.080,00
SKYunlimited ¹	Direktvergabe	Kommunikationsberatung und Medienarbeit für die Wiener Hofmusikkapelle (Saison 2025/26)	4.591,32
Franz Jirsa ²	Direktvergabe	Plakatfläche Albertinaplatz 01/2026, 02/2026	480,00

¹ Für die Wiener Hofmusikkapelle

² Für die Wiener Hofmusikkapelle

Printprodukte:

Projekt	Auflage	Zweck	Distributionskanal	Kosten in € (inkl. USt)
Plakate für 12 Sonntagsmessen ³	7 Plakate pro Termin = 84 Plakate insgesamt	Werbung/ Information	Aushang in der Vorhalle der Hofburgkapelle, Aushang im Schweizerhof, Aushang bei der Tourist Info am Albertinaplatz	Keine – Druck erfolgte über die BMI Druckerei, Druckkosten werden nicht an HMK weiterverrechnet
Plakate für IMPULS in der Hofburgkapelle am 21.01.2026, 11.02.2026 und 04.03.2026 ⁴	35 Stk.	Werbung/ Information	Aushang in der Vorhalle der Hofburgkapelle, Aushang in den umliegenden Bundesdienststellen	114,17
Flyer für Übergänge Festival 2026 ⁵	5.000 Stk.	Werbung/ Information	Auflage in der Vorhalle der Hofburgkapelle, Auflage am Hofburg Info Stand der BHÖ, Auflage bei der Tourist Info am Albertinaplatz	111,40
Übersichtsplakate (A3) für Übergänge Festival 2026 ⁶	20 Stk.	Werbung/ Information	Aushang im Schweizerhof, Aushang an diversen Orten in der Hofburg (BHÖ)	31,01
Detailplakate (A1) für Übergänge Festival 2026 ⁷	20 Stk.	Werbung/ Information	Aushang in der Vorhalle der Hofburgkapelle, Aushang in den umliegenden Bundesdienststellen	65,27

³ Für die Wiener Hofmusikkapelle

⁴ Für die Wiener Hofmusikkapelle

⁵ Für die Wiener Hofmusikkapelle

⁶ Für die Wiener Hofmusikkapelle

⁷ Für die Wiener Hofmusikkapelle

Projekt	Auflage	Zweck	Distributionskanal	Kosten in € (inkl. USt)
Flyer für Postwurfsendung zum Übergänge Festival 2026 ⁸	15.000 Stk.	Werbung/ Information	Verteilung mit Reiter Werbung GmbH	268,49
Kulturformat-Kampagne zum Übergänge Festival 2026 ⁹	385 Stk.	Werbung/ Information	Plakatierung durch Kulturformat (Miniposter im 1. Bezirk auf Lichtmasten/Schaltkästen; Kultursäulen im 1.-9. Bezirk)	439,51 (nur Druckkosten)
Let's Talk About Scripts - Creative Europe Special – Poster	25 Stk.	Bewerbung der Kooperationsveranstaltung zwischen dem	Plakatieren an von der Zielgruppe frequentierten Orten	64,66 ¹⁰
Let's Talk About Scripts - Creative Europe Special – Postkarten	2.500 Stk.	Drehbuchforum Wien und dem Creative Europe Desk Austria anlässlich der Veranstaltung Let's Talk About Scripts – Creative Europe Special	Auflage in an von der Zielgruppe frequentierten Orten sowie postalische Zusendung	90,32 ¹¹
Abhilfe gegen Belästigung. Leitfaden für Führungskräfte im BMWKMS	50 Stück	Information für alle Mitarbeiter:innen des BMWKMS, insbesondere Führungskräfte zum Thema (sexuelle) Belästigung	Verteilung	Keine – Druck über BMF Druckerei

⁸ Für die Wiener Hofmusikkapelle

⁹ Für die Wiener Hofmusikkapelle

¹⁰ Die Anzeigeschaltung sowie Poster und Postkarten wurden vom Creative Europe Desk in Auftrag gegeben. Die Kosten hierfür wurden zur Gänze aus EU-Mitteln getragen.

¹¹ Die Anzeigeschaltung sowie Poster und Postkarten wurden vom Creative Europe Desk in Auftrag gegeben. Die Kosten hierfür wurden zur Gänze aus EU-Mitteln getragen.

Medienkooperation:

Projekt	Zweck	Medium	Medieninhaber	Kosten in € inkl. USt
Ö1 Club-Kooperation ¹²	Werbung	Ö1 Website	ORF Marketing & Creation GmbH & Co KG (OMC)	Keine – Die HMK bietet im Rahmen der Kooperation 10 % Ermäßigung für Ö1 Club- und intro-Mitglieder (+ Begleitperson) auf die Veranstaltung der HMK. Abgesehen davon entstehen der HMK keine Kosten durch diese Kooperation, da die Kooperationspartner keine Gebühren o.Ä. verlangen.
Denkmal heute, Magazin für Denkmalpflege in Österreich ¹³	Information	Print	Österreichische Gesellschaft der Denkmalpflege	Keine

Darüber hinaus darf ich auf meine Ausführungen in der Beantwortung der parlamentarischen Anfrage Nr. 5667/J betreffend „„Kostenkontrolle für Werbung in sozialen Netzwerken und Online-Medien im 1. Quartal 2026““ verweisen.

¹² Für die Wiener Hofmusikkapelle

¹³ Für das Bundesdenkmalamt.

Aufgrund der mit Jänner 2024 in Kraft getretenen Novelle zum Medientransparenzgesetz (BGBl. I Nr. 50/2023) werden jeweils spätestens am 15. Oktober desselben Jahres und für das zweite Kalenderhalbjahr spätestens am 15. April die Einmeldungen gemäß MedKF-TG in der Medientransparenz-Datenbank der RTR GmbH veröffentlicht. Hier können Veröffentlichungen über die Fragestellung hinaus durch den Wegfall der Bagatellgrenze sowie der Ausweitung auch auf nicht-periodische Medien lückenlos erfolgen. Zusätzlich werden neben der Angabe der Medien und der Inseratenkosten auch die Medieninhaber, die Art der Werbeleistung, das jeweils geschaltete Sujet sowie gegebenenfalls die Kampagne veröffentlicht.

Zu Frage 7:

- *Wie sind die Fragen 1 bis 6 für das Staatssekretariat zu beantworten (Bitte um gegliederte Beantwortung)*

Die Ausführungen zu den Fragen 1 bis 6 gelten auch für die Frau Staatssekretärin im BMWKMS.

Andreas Babler, MSc

