

Mag.^a Beate Meinl-Reisinger, MES
Bundesministerin
Minoritenplatz 8, 1010 Wien, Österreich

Herrn
Präsidenten des Nationalrates
Dr. Walter Rosenkranz
Parlament
1017 Wien

Wien, am 8. September 2026

GZ. BMEIA-2026-0.595.833

Sehr geehrter Herr Präsident!

Die Abgeordneten zum Nationalrat Michael Schnedlitz, Kolleginnen und Kollegen haben am 8. Juli 2026 unter der Zl. 6549/J-NR/2026 an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Transparenz bei PR- und Werbeausgaben der Bundesregierung im 2. Quartal 2026“ gerichtet.

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

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.

Zusätzlich halte ich fest, dass mein Ressort keine Werbung schaltet, sondern sich mittels Informationskampagnen an die Bevölkerung wendet. Die entgeltlichen Veröffentlichungen dienen vor allem der Information der Bevölkerung zum Thema „Sicheres Reisen“, wie Hinweise auf die Reiseregistrierung oder auf die Nutzung der Auslandsservice-App, die für österreichische Auslandsreisen ein wichtiges Hilfs- und Informationsinstrument in Notfällen darstellen.

Zur Auslandsservice-App gilt anzumerken, dass diese mit dem Service zur Reiseregistrierung primär in den reisestarken Sommermonaten sowie vor den Osterferien beworben wird. Die

Vergangenheit hat gezeigt, dass Informationskampagnen in direktem zeitlichem Zusammenhang und damit kausal mit einer signifikanten Zunahme an Reiseregistrierungen und App-Downloads stehen. An Tagen ohne Schaltungen ist die Zahl der Registrierungen und Downloads wesentlich geringer. Die Zahl der jährlichen Auslandsreisen von 14,5 Millionen zeigt, dass das Informationsbedürfnis 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.

Zu den Fragen 1 und 3 bis 6:

- *Wie hoch waren die Gesamtausgaben für Werbemaßnahmen, Öffentlichkeitsarbeit und Informationskampagnen Ihres Ministeriums im 2. Quartal 2026?*
- *Mit welchen Agenturen hat Ihr Ministerium im 2. Quartal 2026 für Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit zusammengearbeitet?*
Wurden diese Aufträge öffentlich ausgeschrieben?
Wenn ja, welche Form der Ausschreibung wurde gewählt?
Welche Gesamtkosten fielen im 2. 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 2. 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 2. 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)*

Ich verweise auf meine Beantwortung der parlamentarischen Anfragen Zl. 6503/J-NR/2026 vom 3. Juli 2026 sowie Zl. 6389/J-NR/2026 vom 25. Juni 2026. Darüber hinaus wurde für eine Mitarbeiterin aus einer Fachabteilung ein Social-Media Training zu 1.848,- Euro bei der Wiener Zeitung GmbH beauftragt.

Zu Frage 2:

- *Welche Aufträge für Anzeigeschaltungen seitens Ihres Ministeriums wurden im 2. Quartal 2026 in Auftrag gegeben? (Bitte um Auflistung nach Projekt, Medium, Medieninhaber, Zweck der Schaltung und Kosten)*

Welche Schaltungen wurden in regelmäßig erscheinenden Medien veröffentlicht? (Bitte um detaillierte Auflistung nach Medium, Kampagne, Anlass der Schaltung und jeweiliger Kosten)

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)

Welche und wie viele dieser Schaltungen wurden in audiovisuellen Medien platziert? (Bitte um detaillierte Auflistung nach Medium, Kampagne, Zweck und Kosten)

Medium	Leistung/Zweck/Projekt	Kosten (inkl.) in Euro
Krone	Print / Auslandsservice APP	26.988,23
Kleine Zeitung	Print / Auslandsservice APP	6.769,36
MeinBezirk / RMA	Print / Auslandsservice APP	17.125,30
Das jüdische Echo	Print / Auslandsservice APP	1.890,00
Die Gemeinde Insider	Print / Grußbotschaft zu Pessach	1.778,70
DAVID	Print / Grußbotschaft zu Pessach	3.000,00
NU - Jüdisches Magazin für Politik und Kultur	Print / Grußbotschaft zu Pessach	1.234,80
Travel & Drive	Print / Auslandsservice APP	4.914,00

Medieninhaber können der aktuellen Liste der RTR entnommen werde (<https://data.rtr.at/pages/open-data/MedKFTGMedienliste>). Darüber hinaus verweise ich auf meine Beantwortung der parlamentarischen Anfrage Zl. 6534/J-NR/2026 vom 7. Juli 2026.

Zu Frage 7:

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

Es wurden keine Aufträge erteilt oder Ausgaben getätigt.

Mag.^a Beate Meini-Reisinger, MES

