

3257/J XXVIII. GP

Eingelangt am 18.09.2025

Dieser Text wurde elektronisch übermittelt. Abweichungen vom Original sind möglich.

ANFRAGE

des Abgeordneten Christoph Steiner
an den Bundesminister für Wirtschaft, Energie und Tourismus
betreffend **Fragwürdige Kampagne der „Österreich Werbung“ – wessen Bühne ist der Tourismus?**

Die Österreich Werbung (ÖW) hat als Tourismusorganisation den klaren gesetzlichen Auftrag, Österreich als Urlaubsdestination attraktiv zu bewerben und das Image des Landes im In- und Ausland positiv zu stärken. Dieser Auftrag wird mit erheblichen öffentlichen Mitteln erfüllt, die von den Steuerzahldern aufgebracht werden.

In letzter Zeit zeigt sich jedoch immer deutlicher, dass die inhaltliche Ausrichtung der Kommunikationskanäle der ÖW - insbesondere auf Social Media – zunehmend missbraucht wird, um auf subtile Art und Weise ideologische Botschaften zu transportieren. Anstatt auf ordentliche Tourismuswerbung zu setzen, finden sich dort vermehrt identitätspolitische Inhalte mit bewusst polarisierender Symbolik.

So wurde etwa auf dem offiziellen Instagram-Kanal der ÖW „visitaustria“ eine Pride-Veranstaltung in Mittersill mit einem Videobetrag beworben, der sich auf Fetisch-Ästhetik stützt. In anderen Beiträgen - die nicht einmal thematisch etwas mit „Pride“ zu tun haben, sondern eigentlich Städte und deren Institutionen bewerben sollten - fällt auf, dass diese ohne erkennbaren Grund von Dragqueens als sogenannte „Collab-Partnern“ moderiert werden. Dabei werden einzelne einschlägige Lokale besonders hervorgehoben. Darüber hinaus werden Kulturinstitutionen wie die Wiener Volksoper mit dem Label „queer“ versehen, wobei diese Institution in keiner Weise auf einer derartigen ideologischen Zuschreibung fußt.

In diesem Zusammenhang stellt sich die Frage, ob hier überhaupt irgendein Webezweck erfüllt wird oder ob es einzig darum geht, mit Steuergeld eine Randgruppen-Agenda zu bedienen und linksideologische Indoktrination zu betreiben.

All dies wirft Fragen nach der strategischen Ausrichtung, der Zielgruppenfokussierung und vor allem nach dem verantwortungsvollen Umgang mit öffentlichen Mitteln auf, die in den Aufgabenbereich des Bundesministeriums für Wirtschaft, Energie und Tourismus fallen.

In diesem Zusammenhang richtet der unterfertigte Abgeordnete an den Bundesminister für Wirtschaft, Energie und Tourismus nachstehende

Anfrage

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)
2. Welche konkreten inhaltlichen Vorgaben oder strategischen Ausrichtungen hat Ihr Ministerium der Österreich Werbung seit Ihrem Amtsantritt vorgegeben?
3. Gab es in Ihrer Amtszeit bereits formelle Überprüfungen oder Evaluierungen des strategischen Auftritts der Österreich Werbung?
 - a. Falls ja, wann und mit welchem Ergebnis?
 - b. Falls nein, warum nicht?
4. Wie stellen Sie sicher, dass die Inhalte der ÖW dem gesetzlichen Auftrag der Tourismusförderung entsprechen?
5. Ist es im Sinne des Ministeriums, dass durch die wiederholte Hervorhebung bestimmter Lokale oder Szenebereiche in Wien auf den offiziellen Kanälen der ÖW geworben wird?
6. Ist von Ihrer Seite ein inhaltlicher Austausch der Werbestrategie der ÖW geplant, um sicherzustellen, dass öffentliche Mittel nicht für gesellschaftspolitisch polarisierende Zwecke eingesetzt werden?
 - a. Falls ja, wann?
 - b. Falls nein, warum nicht?