

ANFRAGE

des Abgeordneten Christoph Steiner
an den Bundesminister für Wirtschaft, Energie und Tourismus
betreffend **Mittelverwendung der Österreich Werbung**

Im Zuge der aktuellen Budgetverhandlungen verweist die Bundesregierung auf die Notwendigkeit umfassender Einsparungen und einer nachhaltigen Budgetkonsolidierung. Während Familien, Pensionisten, Arbeitnehmer und Unternehmen zunehmend belastet werden, stellt sich auch bei ausgegliederten Einrichtungen des Bundes die Frage, welchen Beitrag diese selbst zur Budgetkonsolidierung leisten.

Die Österreich Werbung (ÖW) erhält jährlich erhebliche öffentliche Mittel und hat gemäß ihres gesetzlichen Auftrags Österreich als Tourismusdestination im In- und Ausland zu vermarkten. Gleichzeitig wurden in den vergangenen Jahren wiederholt Fragen hinsichtlich der Schwerpunktsetzung einzelner Kampagnen, der Verwendung öffentlicher Mittel, des Einsatzes externer Agenturen sowie der Erfolgskontrolle mancher Marketingmaßnahmen aufgeworfen

Vor dem Hintergrund der aktuellen Budgetlage besteht daher ein besonderes öffentliches und parlamentarisches Interesse daran, welche Einsparungen bei der Österreich Werbung vorgesehen sind, wie öffentliche Mittel verwendet werden, in welchem Umfang externe Dienstleistungen zugekauft werden und anhand welcher Kriterien der Erfolg einzelner Kampagnen gemessen wird.

Darüber hinaus kündigte die Bundesregierung eine verstärkte Digitalisierung und den Einsatz Künstlicher Intelligenz im Tourismusmarketing an.¹ Auch diese Projekte sollen aus öffentlichen Mitteln finanziert werden und unterliegen daher der parlamentarischen Kontrolle.

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

Anfrage

1. Wie hoch war bzw. ist das Gesamtbudget der Österreich Werbung in den Jahren 2025 und 2026?
2. Wie setzt sich dieses Budget jeweils zusammen (Bund, Wirtschaftskammer, Partnerbeiträge, sonstige Einnahmen)?
3. Welche Einsparungen wurden der Österreich Werbung im Zuge der Budgetverhandlungen für die Jahre 2027 bis 2028 vorgegeben?
 - a. Welche Budgetpositionen werden gekürzt?
 - b. Welche Projekte werden eingestellt?
 - c. Welche Kampagnen werden beendet?
 - d. Welche Einsparungen werden beim Personal vorgenommen?

¹ <https://b2b.austria.info/de-at/newsroom/2026/bmwet-wkoe-und-oesterreich-werbung-starten-ki-strategie-und-internationalisierungs-offensive-fuer-den-tourismus/> (aufgerufen am 08.07.2026)

- e. Welche Einsparungen werden bei externen Dienstleistungen vorgenommen?
4. Wie viele Mitarbeiter beschäftigte die Österreich Werbung jeweils seit 2020?
- a. Wie hoch waren die gesamten Personalkosten?
 - b. Wie hoch waren die Bezüge der Geschäftsführung?
 - c. Welche Bonuszahlungen wurden ausbezahlt?
 - d. Welche Prämien wurden gewährt?
 - e. Stehen der Geschäftsführung Dienstwagen zur Verfügung?
 - f. Wie hoch waren sämtliche Repräsentationsspesen?
 - g. Wie hoch waren sämtliche Reisekosten der Geschäftsführung?
- (Bitte um Aufschlüsselung nach Jahr)
5. Welche Werbeagenturen wurden seit 2020 beauftragt?
- a. Wie hoch waren die jeweiligen Honorare?
 - b. Welche Leistungen wurden jeweils erbracht?
 - c. Welche Vergaben erfolgten ohne Ausschreibung?
6. Welche PR-Agenturen wurden seit 2020 beauftragt?
- a. Wie hoch waren die jeweiligen Honorare?
 - b. Welche Leistungen wurden jeweils erbracht?
 - c. Welche Vergaben erfolgten ohne Ausschreibung?
7. Welche Social-Media-Agenturen wurden seit 2020 beauftragt?
- a. Wie hoch waren die jeweiligen Honorare?
 - b. Welche Leistungen wurden jeweils erbracht?
 - c. Welche Vergaben erfolgten ohne Ausschreibung?
8. Welche Digitalagenturen wurden seit 2020 beauftragt?
- a. Wie hoch waren die jeweiligen Honorare?
 - b. Welche Leistungen wurden jeweils erbracht?
 - c. Welche Vergaben erfolgten ohne Ausschreibung?
9. Welche KI-Unternehmen wurden seit 2020 beauftragt?
- a. Wie hoch waren die jeweiligen Honorare?
 - b. Welche Leistungen wurden jeweils erbracht?
 - c. Welche Vergaben erfolgten ohne Ausschreibung?
10. Welche Unternehmensberater wurden seit 2020 beauftragt?
- a. Wie hoch waren die jeweiligen Honorare?
 - b. Welche Leistungen wurden jeweils erbracht?
 - c. Welche Vergaben erfolgten ohne Ausschreibung?
11. Wie hoch waren die gesamten Ausgaben für Social Media in den Jahren 2020 bis 2025?
- a. Wie verteilen sich diese auf Instagram, Facebook, TikTok, YouTube, LinkedIn und weitere Plattformen?
 - b. Wie hoch waren die Werbebudgets der einzelnen Plattformen?
 - c. Welche Beiträge wurden kostenpflichtig beworben?
 - d. Welche Beiträge hatten ausschließlich touristischen Inhalt?
 - e. Welche Beiträge hatten gesellschaftspolitischen oder sonstigen thematischen Inhalt?
 - f. Welche Kosten entstanden jeweils dafür?
- (Bitte um Aufschlüsselung nach Jahr)
12. Welche Kampagnen wurden seit 2024 durchgeführt?
- a. Wie hoch waren die jeweiligen Gesamtkosten?
 - b. Welche Agenturen waren beteiligt?
 - c. Welche externen Dienstleister waren beteiligt?
 - d. Welche Erfolgskriterien wurden vor Beginn festgelegt?

- e. Welche messbaren Ziele wurden erreicht?
 - f. Welche Kampagnen wurden aufgrund mangelnder Wirksamkeit eingestellt oder nicht weitergeführt?
 - g. Welche Kampagnen führten nachweislich zu zusätzlichen Nächtigungen?
 - h. Welche Kampagnen führten nachweislich zu höheren Gästezahlen?
 - i. Welche Kampagnen führten nachweislich zu einer höheren Wertschöpfung?
 - j. Welche Kampagnen konnten keinen messbaren touristischen Erfolg erzielen?
13. Welche KI-Projekte wurden seit 2024 gestartet?
- a. Welche Unternehmen wurden beauftragt?
 - b. Welche Kosten entstehen dadurch?
 - c. Welche Fördermittel werden dafür eingesetzt?
14. Welche Verträge über 10.000 Euro wurden seit 2020 abgeschlossen? (Bitte um Aufschlüsselung nach Jahr)
15. Welche Auftragnehmer erhielten mehr als 100.000 Euro?
16. Welche Verträge wurden ohne öffentliche Ausschreibung vergeben?
17. Welche Werkverträge bestehen derzeit?
18. Welche internen Richtlinien bestehen, um sicherzustellen, dass sämtliche Kampagnen dem gesetzlichen Auftrag der Österreich Werbung entsprechen?
19. Welche Maßnahmen wird Ihr Ressort setzen, um sicherzustellen, dass sich die Österreich Werbung künftig auf ihren gesetzlichen Kernauftrag, die internationale Vermarktung Österreichs als Tourismusdestination, konzentriert und die eingesetzten öffentlichen Mittel nach den Grundsätzen der Sparsamkeit, Wirtschaftlichkeit, Zweckmäßigkeit und Transparenz verwendet werden?
20. Wurde für die Beantwortung dieser Anfrage die Österreich Werbung kontaktiert bzw. die Daten angefordert?

 Prache-Schubert 
 