

Bericht zur Informationsoffensive „70 Jahre Bundesheer“ des Bundesministeriums für Landesverteidigung (BMLV) gemäß MedKF-TG

- a. Die Ausspielung bezahlter Schaltungen in den Medien während der Informationsoffensive „70 Jahre Bundesheer“ erfolgte im Zeitraum 04.11.2025 bis 01.12.2025. Für die Ausspielung bezahlter Schaltungen gemäß MedKF-TG wurde ein Medienbudget in der Höhe von € 404.320,63 veranschlagt. Die Umsetzung erfolgte in Form von Sujets, Advertorials und Online Banner.
- b. Adressiert als Zielgruppe wurden breite Bevölkerungsschichten innerhalb des Republik Österreich. Intention der Informationsoffensive war die Rolle des Österreichischen Bundesheeres als Streitkraft und strategische Reserve der Republik gegenüber der breiten Bevölkerung darzustellen, um dadurch des Vertrauen der Bevölkerung in die Verteidigungsfähigkeit zu stärken und das Verständnis für die erforderlichen Investitionen in das Österreichische Bundesheer zu stärken.
- c. Mit der Informationsoffensive wurden anlässlich des 70 jährigen Bestehens des Österreichischen Bundesheeres die Ziel- und Bezugsgruppen auf seine Aufgaben und Fähigkeiten aufmerksam gemacht und darauf sensibilisiert, dass die zukünftig und laufenden Investitionen notwendig sind, damit des Österreichische Bundesheer auch weiterhin, im Sinne seines gesetzlichen Auftrages, wirksam werden kann.
- d. Die Relevanz der Informationsoffensive ergibt sich aus dem Erfordernis einer Information der österreichischen Bevölkerung über die Leistungsbilanz des Österreichischen Bundesheeres anlässlich seines 70 Jahre Jubiläums. Es wurde somit, der gemäß Teil 1 der Anlage zu § 2 Bundesministeriengesetz 1986 bestehenden Verpflichtung, die österreichische Bevölkerung über den jeweiligen Ressortbereich zu informieren, entsprochen. Von aktuellem Interesse ist diese Informationsoffensive für die österreichische Gesamtbevölkerung.
- e. Die Informationsoffensive wurde durch die gemäß Geschäftseinteilung des Bundesministeriums für Landesverteidigung zuständige Fachabteilung, Abteilung Marketing und Sport, gemeinsam mit der Marketingagentur GPK GmbH konzipiert und umgesetzt. Die Buchung der Schaltungen in den Medien erfolgten im Wege der Agentur Dentsu X GmbH.
- f. Die Auswahl und die Gewichtung der Medien erfolgte anhand der verfügbaren Daten zum Mediennutzungsverhalten der Zielgruppe und deren sozialem Umfeld.
- g. Die konkrete Auswahl der tatsächlich eingesetzten Medien erfolgte auf Basis der Mediadaten.
- h. Die eingesetzten Sujets (dh. der Inhalt, Text, die Tonfolge, das Bild oder die Bild- und Tonfolge) können unter <https://data.rtr.at/pages/open-data/mt-bekanntgabe2024> eingesehen werden.