












# HIGHLIGHTS IM 70. JUBILÄUMSJAHR

## LEISTUNGSBERICHT KOMMUNIKATION 2025














EINSATZBEREIT FÜR ÖSTERREICH

BUNDESHEER.AT

UNSER HEER

## EINLEITUNG

Der vorliegende Leistungsbericht gibt einen auszugsweisen Einblick in das Kommunikationsjahr 2025 – ein Jahr, das durch kommunikative Schwerpunkte anlässlich des 70-jährigen Bestehens des Österreichischen Bundesheeres geprägt war.

Die ausgewählten Beiträge verstehen sich nicht als vollständige Chronik des vergangenen Jahres, sondern als bewusste Auswahl jener Vorhaben und Aktivitäten, die aus kommunikationsstrategischer Sicht von besonderer Bedeutung waren. Um einen kompakten Überblick zu ermöglichen, sind die einzelnen Beiträge bewusst kurz gehalten. Ergänzend bieten zahlreiche Verlinkungen die Möglichkeit, tiefer in die jeweiligen Themen einzutauchen und zusätzliches Bild- und Videomaterial zu entdecken.

## INHALT


Zahlen & Fakten auf einen Blick ..... 3
Offensive Soldatin & Girls' Day ..... 4
Offensive Einjährig Freiwillig ..... 5
Offensive Militärpolizei ..... 6
Romy ..... 7
Nationalfeiertag 2025 ..... 8
Donauinselfest 2025 ..... 10
Militärmusikfestival 2025 ..... 11
70 Jahre Bundesheer ..... 13
Kooperation PULS4 und JOYN ..... 14
Kooperation Vienna Vikings ..... 15
Informationsoffizierswesen ..... 16
Social Media ..... 17
Website ..... 18
Podcast ..... 19
Printprodukte ..... 20
Markt- und Meinungsforschung ..... 21
Pressearbeit ..... 22

# ZAHLEN & FAKTEN AUF EINEN BLICK

**Die Kommunikation für unser Heer bewegt mehr.**

**~ 129 Mio.**
Facebook-Impressions

**300**
Veranstaltungen

**~ 8,6 Mio.**
Seitenaufrufe ÖBH-Webseiten

**4.354**
Informationsoffizier-Einsätze in Schulen

**~ 7,9 Mio.**
Aufrufe YouTube

**7.000 Std.**
Podcast

**JEDER 51.**
in Österreich abonniert mindestens einen Bundesheer-Kanal

**~ 32 Mio.**
Insta-Impressions

# OFFENSIVE SOLDATIN & GIRLS' DAY

## Wir bringen mehr Frauen zum Heer

SCANNEN BZW. ANKLICKEN

Jetzt Video ansehen:

Das Bundesheer vermittelte in seiner Informationsoffensive „Soldatin" eindrucksvoll, dass unser Heer längst keine Männersache mehr ist: Soldatinnen fliegen Hubschrauber, kommandieren Einheiten und steuern Panzer. Immer mehr Frauen nutzen ihre Chance auf eine außergewöhnliche, gleichberechtigte Karriere – seit 2023 auch zusätzlich über den freiwilligen Grundwehrdienst. Rund 2.000 junge Frauen informierten sich beim Girls' Day 2025 persönlich über eine berufliche Zukunft beim Heer.

- **Medien:** Print, Advertorials, Online, Social-Media- und Videoclips
- **Zeitraum:** März und April 2025
- **Zielgruppe:** Frauen, 15 bis 35 Jahre

**1,34 Mio.**
Print Nettokontakte

**8,41 Mio.**
Online Impressions

**ZIEL:** Mehr Frauen für eine Karriere beim Heer begeistern.





Foto: Bundesheer / Thomas Simoner


Foto: Bundesheer / Luminar Leo


Foto: Bundesheer / Thomas Simoner

# OFFENSIVE EINJÄHRIG FREIWILLIG

## Wir erweitern Perspektiven

Das Heer eröffnet jungen Menschen neue Perspektiven und Führungsrollen. Unsere Informationsoffensive „Einjährig Freiwillig“ präsentierte die ideale Option, um nach der Matura persönlich und fachlich über seine persönlichen Grenzen hinauszuwachsen. Aufgrund der großen Nachfrage wurde der Grundwehrdienst „Einjährig Freiwillig“ mit September 2025 wieder eingeführt.

- **Medien:** Print, Online, Out-of-Home, Social Media
- **Zeitraum:** Juli bis Oktober 2025
- **Zielgruppe:** Maturantinnen und Maturanten

**ZIEL:** Die Maturanten für die persönlichen und beruflichen Chancen durch „Einjährig Freiwillig“ sensibilisieren.







Foto: Bundesheer

# OFFENSIVE MILITÄRPOLIZEI

## Wir eröffnen neue Berufsfelder

SCANNEN BZW. ANKLICKEN

Jetzt Video ansehen:

Das Bundesheer kommunizierte den spannenden Job-Space Militärpolizei – und ihre attraktiven und abwechslungsreichen Aufgaben im In- und Ausland. Zu den Aufgaben ihrer Mitglieder gehören die Überwachung von Truppenbewegungen, Ermittlungen bei militärischen Straftaten sowie der Schutz von Personen und Einrichtungen.

- **Medien:** Print, Advertorials, Out-of-Home, Online, Social-Media- und Videoclips
- **Zeitraum:** November und Dezember 2025
- **Zielgruppe:** 15- bis 35-jährige Personen

**3,7 Mio.**
Print Nettokontakte
(Welle 1 2025, Welle 2 geplant 2026)

**8,99 Mio.**
Online Impressions
(Welle 1 2025, Welle 2 geplant 2026)

**ZIEL:** Die Militärpolizei als attraktiven Arbeitgeber im Rahmen unseres Heeres präsentieren.






Foto: Bundesheer



Foto: Bundesheer

# ROMY

## Wir bringen unser Heer auf die große Bühne

SCANNEN BZW. ANKLICKEN

Jetzt Video ansehen:

Kompetenz, die Vertrauen schafft: Bei der KURIER ROMY 2025 war das Österreichische Bundesheer gleich in mehrfacher Hinsicht präsent. Die Nominierung eines medial bekannten Bundesheer-Experten in der Kategorie „TV-Analyse" unterstreicht den hohen Stellenwert fundierter Expertise und objektiver Information. Gleichzeitig stellte das Bundesheer seine Leistungsfähigkeit eindrucksvoll unter Beweis: Mit vereinten Kräften von Jägern, Pionieren, Militärpolizei und Luftunterstützung wurden die ROMY-Trophäen sicher von Wien nach Kitzbühel transportiert – professionell begleitet und filmisch festgehalten. Ein sichtbares Zeichen für Verlässlichkeit, Präzision und Einsatzbereitschaft.

**438.000**
Zuseher

**5 Mio.**
Bruttokontakte

- **Medien:** ORF-Liveübertragung und Einspielen des eigens produzierten Videos (50 sec) „Bundesheer bringt ROMY von WIEN nach KITZBÜHEL"
- **Zeitraum:** 28. November 2025 in Kitzbühel
- **Zielgruppe:** breite Bevölkerung

**ZIEL:** Die fundierte Expertise des Bundesheeres breitenwirksam vermitteln.



Foto: Bundesheer


Foto: Bundesheer

KURIER ROMY


Foto: Bundesheer


Foto: Bundesheer

# NATIONALFEIERTAG 2025

## Wir zeigen dem ganzen Land, was unser Heer kann

SCANNEN BZW. ANKLICKEN

Jetzt Video ansehen:

Der Nationalfeiertag 2025 der zentrale Event im Jubiläumsjahr „70 Jahre Bundesheer". Die Veranstaltung wurde als strategisch gesteuertes Gesamtprojekt mit klar definierten KPIs, eigener TV-Produktion sowie integrierter crossmedialer Planung umgesetzt. Dadurch konnte die öffentliche Aufmerksamkeit massiv gesteigert werden. Zahlreiche TV-Sender übernahmen den bereitgestellten Livestream.

- **Medien:** Print, Online, Out-of-Home, Banner, Social Media, Radio, TV, Livestream
- **Zeitraum:** Oktober 2025
- **Zielgruppe:** breite Bevölkerung

**€ 4,1 Mio.**
Werbegegenwert

**~ 130 Mio.**
Kontakte
(Gesamtreichweite in den Medien)

**ZIEL:** Die Bevölkerung über Leistungen des Heeres, die zahlreichen Karrieremöglichkeiten sowie die geplanten Ressortvorhaben informieren.




SCANNEN BZW. ANKLICKEN

Unser Heer virtuell erleben:




# AUSTRIAN EVENT AWARD 2025

## Gewinner Sonderpreis: Digitale-Events/-Messen/-Kongresse

Im Rahmen der Initiative „Mission Vorwärts – Bundesheer 2032+" entstand ein digitales Eventformat, das den Nationalfeiertag um eine neue, interaktive Dimension erweitert. Ziel war es, junge Menschen für eine Karriere beim Bundesheer zu begeistern und das Heer als modernen, zukunftsorientierten Arbeitgeber zu positionieren.







Fotos: Bundesheer

# NATIONALFEIERTAG 2025

„Der Überflug vor der Angelobung war ein Moment der mir Gänsehaut versetzt hat.“

Die Resonanz zum Nationalfeiertag 2025 zeigt ein klares Bild: insgesamt sehr positive, oft emotionale Resonanz mit starken Highlights bei persönlicher Begegnung mit Soldaten und Verbänden, Geräten und Überflug sowie der Inszenierung der Defilierung und Angelobung.

„Die Mischung macht es aus: Infostände; auch, dass das HGM vertreten war, das militärische Gerät, die Angelobung, Aktivitäten für die Kids und noch vieles mehr. Es war eine sehr gelungene Veranstaltung!”

„Gratulation zum positiven Image des österreichischen Bundesheeres, sehr informativ und gute Präsentation. Unser Bundesheer ist auf gutem Weg wie noch nie seit 70 Jahren.“

„Absolut spitze!“

„Die Gesangsshow von der Garde!! Der junge Herr der da gesungen hat – EINZIGARTIG!!!“

„Eine Veranstaltung, die das Image & die Stärke des ÖBH jedenfalls deutlich gestärkt hat.“


Foto: Bundesheer/Daniel Trippolt


Foto: Bundesheer/Daniel Trippolt


Foto: Bundesheer/Paul Kulec


Foto: Bundesheer/Daniel Trippolt


Foto: Bundesheer/Daniel Trippolt

# DONAUINSELFEST 2025

## Unser Heer bewegt – am Donauinselfest, und darüber hinaus.

SCANNEN BZW. ANKLICKEN

Jetzt Video ansehen:

Das Bundesheer entwickelte seinen Auftritt am Donauinselfest attraktiv weiter. Militärisches Gerät wurde auf der Sicherheitsinsel positioniert. Soldatinnen und Soldaten sowie Heeressportler performten auf der Action & Activityinsel. Elf Sportstationen motivierten rund 19.000 Kinder, Jugendliche und Erwachsene zur Teilnahme an sportlichen Herausforderungen.

- **Medien:** Print, Online, Out-of-Home, Social Media, Radio
- **Zeitraum:** Juni 2025
- **Zielgruppe:** Sportliche Jugend und junge Erwachsene sowie sportinteressierte Bevölkerungsschichten

**€ 4,33 Mio.**
Werbegegenwert

**600.000**
Aufrufe auf Instagram und Tiktok

**ZIEL:** Durch die unterschiedlichen Sport- und Fitnessstationen soll die sportbegeisterte Zielgruppe positiv mit dem Bundesheer in Kontakt gebracht und über Karrieremöglichkeiten informiert werden.

**50 % der Besucherinnen und Besucher waren unter 30 Jahre**

**92 % empfehlen die Veranstaltung weiter**

**92 % haben den „Karriere beim Bundesheer"-Infostand besucht**

**79 % meinten, der Gesamteindruck vom Bundesheer habe sich verbessert**












Fotos: Bundesheer/Carina Karlovits

# MILITÄRMUSIKFESTIVAL 2025

SCANNEN BZW. ANKLICKEN

Jetzt Video ansehen:

## Wir machen Stimmung für unser Heer

Nach Stationen in Mörbisch (2022), im Wörthersee Stadion (2023) und in Grafenegg (2024) fand das Militärmusik-Festival 2025 erstmals in der Salzburg-Arena statt. Um auch ein jüngeres Publikum zu erreichen, wurde das Programm grundlegend modernisiert und multimedial gestaltet. Die Inszenierung verband bekannte Hits mit spektakulären Lichtshows und Spezialeffekten. Eine filmische Zeitreise führte durch „70 Jahre Österreichisches Bundesheer". Wie auch in den letzten Jahren, kamen alle Spenden LICHT INS DUNKEL zugute.

- **Medien:** Print, Online, Out-of-Home, Banner, Social Media, Radio
- **Zeitraum:** April und Mai 2025
- **Zielgruppe:** breite Öffentlichkeit

**€ 2,6 Mio.**
Werbegegenwert

**1,9 Mio.**
Social Media Impressions

**ZIEL:** Die Identifikation der Bevölkerung mit dem Heer durch Musik fördern.




**200.000**
Social Media Interaktionen

**1,2 Mio.**
Reichweite ORF (Personen insgesamt)

**58 %**
Frauenanteil bei Gästen vor Ort

**~ 5 Mio.**
Kontakte Presse: 96 Schlagzeilen in ganz Österreich

# MILITÄRMUSIKFESTIVAL 2025

„Sehr gut waren auch die Rückblicke an der Videowand wo zu sehen war, welch wertvolle Arbeit unser Bundesheer geleistet hat!!!! Es wird wieder bewusst wie wichtig es ist eine gute Verteidigung und auch Hilfe bei Katastrophen zu haben!"

Die Resonanz des Militärmusikfestival 2025 war überwältigend. Zahlreiche Stimmen und Rückmeldungen aus verschiedensten Quellen lobten besonders die professionelle Bühne, das innovative Format und die einzigartige Atmosphäre.

„Die beste und schönste Veranstaltung der letzten Jahre."

„Gänsehautfeeling!!"

„Was für eine Show!!! Hab gar nicht gewusst wo ich zuerst hinschauen soll. Erstklassiges Musikerlebnis!"

„Wir kommen nächstes Jahr bestimmt wieder, egal wo es stattfindet"

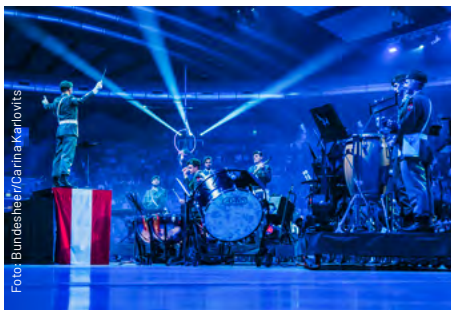
„Eine sehr gelungene Präsentation des Bundesheers, auch das 70 Jahr Jubiläum gut aufgegriffen."


Foto: Bundesheer/Carina Karlovits


Foto: Bundesheer/Carina Karlovits


Foto: Bundesheer/Thomas Simoner


Foto: Bundesheer/Carina Karlovits


Foto: Bundesheer/Carina Karlovits

# 70 JAHRE BUNDESHEER

## Wir lenken den Blick in die Zukunft

SCANNEN BZW. ANKLICKEN

Jetzt Video ansehen:

Mit einer abschließenden Kampagne „70 Jahre Bundesheer“ setzte das Heer Ende 2025 den Fokus auf die „Mission vorwärts“. Gemeinsam mit dem Aufbauplan 2032+ wird das Bundesheer für eine moderne und sichere Zukunft strukturiert nachgerüstet.

- **Medien:** Print, Online, Out-of-Home, Advertorials, Online, Social Media
- **Zeitraum:** November 2025
- **Zielgruppe:** breite Bevölkerung

**2,85 Mio.**
Online Impressions

**ZIEL:** Das Vertrauen in die Verteidigungsfähigkeit stärken und Akzeptanz für erforderliche Investitionen sichern.

70 JAHRE BUNDESHEER



Foto: Bundesheer/Daniel Trippolt


Foto: Bundesheer




Große Parade auf der Ringstraße 1957.

# KOOPERATION PULS4 UND JOYN

## Wir steigern die Quote für unser Heer

Das Bundesheer realisierte mit der ProSiebenSat.1 Media-Gruppe mit der unentgeltlichen Produktion „Soldaten im Einsatz“ eine erfolgreiche Kooperation. Die erste Staffel mit vier Episoden gewährt exklusive Einblicke in den militärischen Alltag. Sie stieß auf so hohe Resonanz, dass bereits eine Fortsetzung geplant ist.

- **Medien:** PULS4 und JOYN-Streaming sowie ÖBH-Kanäle
- **Zeitraum:** April bis Mai 2025
- **Zielgruppe:** Jugend und junge Erwachsene

SCANNEN BZW. ANKLICKEN

Jetzt Video ansehen:

**2,6 Mio.**
Werbegegenwert

**4 Episoden**
je 48 Minuten

**ZIEL:** Die Vielfalt des Soldatenberufs aufzeigen und das Bundesheer als attraktiven Arbeitgeber positionieren.




FORTSETZUNG FOLGT







# KOOPERATION VIENNA VIKINGS

## Wir setzen auf Powerplay für's Heer

Die Vienna Vikings präsentierten ihre Verbundenheit zum Bundesheer bei drei internationalen American-Football-Spielen: Die Team-Outfits im neuen Fleckentarnmuster vermittelten die enge Verbindung zwischen der anspruchsvollen Sportart und dem militärischen Einsatz.

- **Medien:** Österreichische Medien und ein TV-Sender aus Deutschland berichten live aus den Stadien
- **Zeitraum:** Juni bis September 2025
- **Zielgruppe:** Jugend, junge Erwachsene, Eltern, Sportaffine unter 30 Jahren

**~10.000**
Besucher pro Spiel

**4,26 Mio.**
Werbewert

**1.034**
Beiträge in Printmedien

**ZIEL:** In einem attraktiven sportlichen Umfeld gezielt Nachwuchskräfte für das Bundesheer begeistern.


Foto: Bundesheer


Foto: Bundesheer


Foto: Bundesheer


Foto: Bundesheer

# INFORMATIONS-OFFIZIERSWESEN

## Wir bilden die Zukunft der Sicherheit

SCANNEN BZW. ANKLICKEN

**Jetzt Video zur Buch-präsentation ansehen:**

Unser Heer macht Schule: Immer mehr Schulen nutzen die Expertise unserer Informationsoffiziere, um fundierte Einblicke in die Sicherheits- und Verteidigungspolitik zu erhalten. Informationsoffiziere bieten – besonders für Schulen und pädagogischen Hochschulen – einen Dialog auf Augenhöhe an. Das Informationsangebot wird unabhängig von der Schulform genau auf die jeweiligen Informationsbedürfnisse zugeschnitten.

- **Zeitraum:** fortlaufend
- **Zielgruppe:** Kinder und Jugendliche




TEIL 2 FOLGT

Kinderbuch „Mit Adleraugen auf dem Heldenplatz“
(Auflage: 10.000)

**ZIEL:** Schülerinnen und Schülern sowie Lehrkräfte für Sicherheitsherausforderungen und Leistungen des Bundesheeres sensibilisieren.

2017–2025:
Steigerung der Einsätze an Bildungseinrichtungen von 6,6 % auf

**~ 66 %**

Organisation Bildungsdirektorinnen und Bildungsdirektoren-Tagung

Informationsstände Buchmesse Wien, Interpädagogica

**667**

ausgebildete und bestellte Informationsoffiziere sowie 140 Externe

Informationsveranstaltung für Schulbuchverlage und Autorinnen und Autoren


Foto: Bundesheer


Foto: Bundesheer

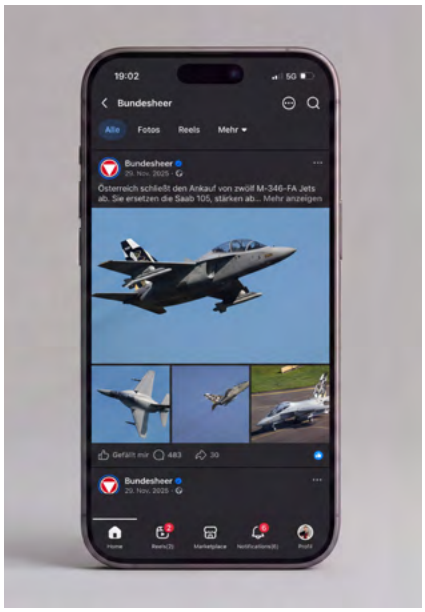
# SOCIAL MEDIA

## Wir erreichen Menschen besser

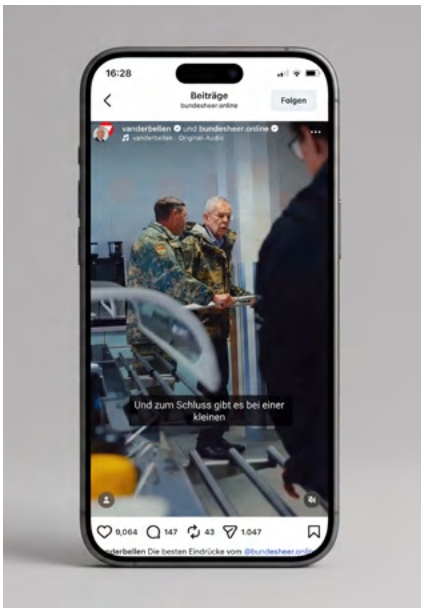
Das Bundesheer nutzt Social-Media-Kanäle wie Youtube oder Instagram mit großem Erfolg. Im Vergleich mit 19 anderen europäischen Staaten belegt Österreich den 1. Platz. Jeder 51. in Österreich abonniert mindestens einen Bundesheer-Kanal. Zum Vergleich: Deutschland liegt auf Platz vier, Polen auf Platz 18.

**ZIEL:** Menschen direkt erreichen, über das Bundesheer informieren und das Vertrauen sowie die Nähe zur Bevölkerung stärken.

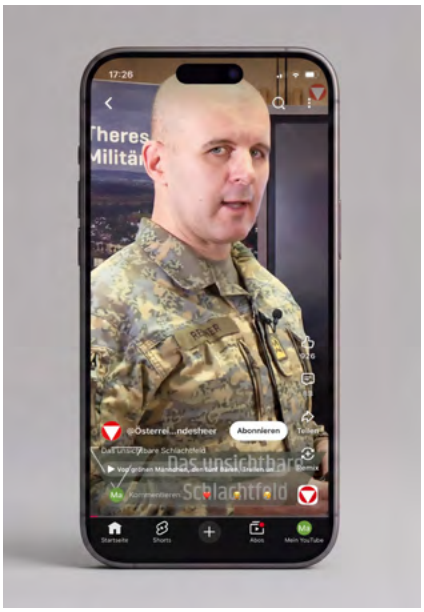
KLICK-BAR




KLICK-BAR




KLICK-BAR




Fotos: Bundesheer

**2.595**
FB-Posts

**~ 129 Mio.**
FB-Impressions

**167.861**
FB-Follower
eine Steigerung von
+5,2 % zu 2024

**498**
Insta-Posts

**~ 32 Mio.**
Insta-Impressions

**143.857**
Insta-Follower
eine Steigerung von
+3,1 % zu 2024

**7,9 Mio.**
YT-Aufrufe

**178.593**
Likes

**~ 22.912**
YT-Abonnenten

# WEBSITE

## Wir sind verlässlich online

Die Webseiten des Bundesheeres bieten fundierte Informationen über sicherheitspolitische Themen, umfassende Karrieremöglichkeiten und aktuelle Entwicklungen, wie den „Aufbauplan 2032+“. Auch Fachmagazine wie TRUPPENDIENST oder die renommierte Österreichische Militärische Zeitschrift sind online verfügbar. Gebündelte Informationen über den Wehrdienst erleichtern die optimale Vorbereitung.

**ZIEL:** Die Bevölkerung mit fundierten Informationen über Sicherheitspolitik versorgen und junge Menschen gut auf ihren Wehrdienst vorbereiten.

| bundesheer.at (KLICK-BAR) | bmlv.gv.at (KLICK-BAR) | karriere.bundesheer.at (KLICK-BAR) | truppendienst.com (KLICK-BAR) |
|---|---|---|---|
| **3,93 Mio.** Seitenansichten | **2,57 Mio.** Seitenansichten | **2,1 Mio.** Seitenansichten | **328.000** Seitenaufrufe |
| **1,07 Mio.** Besucher | **1,12 Mio.** Besucher | **0,5 Mio.** Besucher | **209.000** Besucher |

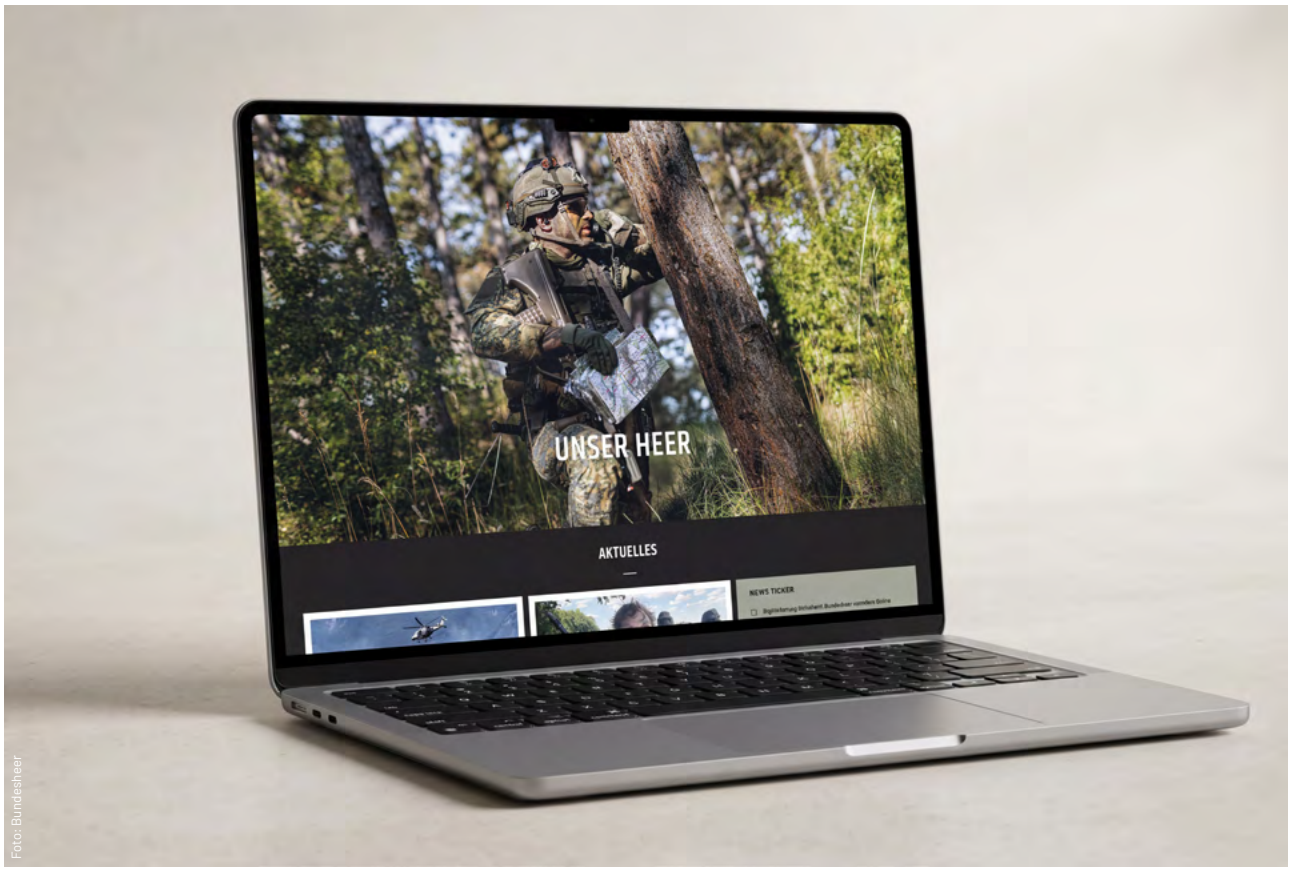



Foto: Bundesheer

# PODCAST

## Uns hört man zu

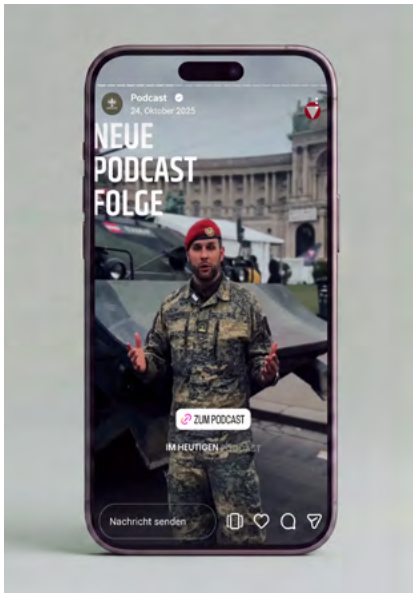
scannen bzw. anklicken

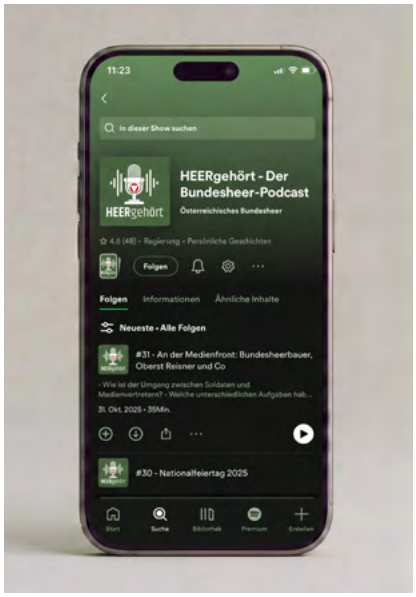
Jetzt Podcast anhören:

HEERgehört

Ein neuer Unternehmenspodcast gilt als erfolgreich, wenn im ersten Jahr im Schnitt zumindest 100 bis 500 Personen zuhören. Der neue Bundesheer-Podcast „HEERgehört“ erreichte im ersten Jahr im Durchschnitt rund 2.000 Personen – Tendenz steigend.

**ZIEL:** Die zunehmende Verbreitung von Podcasts für Hintergrundinformationen zu Heer und Sicherheitspolitik nützen.




Fotos: Bundesheer

**23**
Folgen (2025)

**53.000**
mal aufgerufen

**7.000**
Stunden gehört

KLICK-BAR

**37.568**
Aufrufe

**142.860**
Minuten

**2.381**
Stunden

KLICK-BAR

**6.830**
Aufrufe

**89.040**
Minuten

**1.484**
Stunden

KLICK-BAR

**5.617**
Aufrufe

**125.388**
Minuten

**2.089**
Stunden

# PRINTPRODUKTE

## Wir haben für alle das richtige Angebot

Das Bundesheer kommuniziert in allen Medienwelten aktiv und zielgerichtet: Sechs spezialisierte Printmedien bedienen unterschiedliche Zielgruppen und decken ein breites Informationsbedürfnis ab. Das Angebot reicht von der internen Mitarbeiterzeitung über Fachzeitschriften bis hin zum militärwissenschaftlichen Journal auf universitärem Niveau.

**ZIEL:** Mit hochwertigen Printmedien zum Nachlesen, Vor- und Weiterdenken anregen.

KLICK-BAR



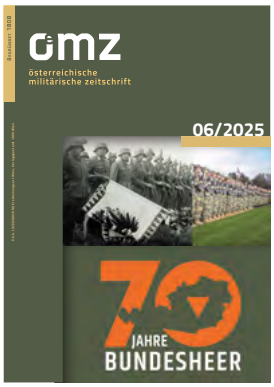

**4**

Ausgaben + 2 Spezialhefte (Unser Heer 2024, Gebirgsübungsplätze des ÖBH)

**9.500**

Auflage

KLICK-BAR




**6**

Ausgaben + Sonderheft mit 2.553 Exemplaren

**3.700**

Auflage




**21**

verschiedene Truppenzeitungen; 4 Ausgaben im Jahr

**181.000**

Auflage

KLICK-BAR




**4**

Ausgaben

**22.000**

Auflage

KLICK-BAR




**4**

Ausgaben

**28.000**

Auflage




Azyklisches Sonderheft

**40.000**

Auflage

# MARKT- UND MEINUNGSFORSCHUNG

## Wir wissen weiter

**11**
Studien

**14.886**
befragte Personen

Unsere eigene Markt- und Meinungsforschung ermöglicht es, veränderte Erwartungshaltungen frühzeitig zu identifizieren. Empirische Daten aus quantitativen und qualitativen Studien sind für strategische Weichenstellungen und Weiterentwicklungen des Bundesheeres wichtiger denn je. Wichtige Befunde der Meinungsforschung werden aktiv kommuniziert.

**ZIEL:** Mit fundierter Meinungsforschung Entwicklungen rechtzeitig erkennen und richtig darauf reagieren.




SCANNEN BZW. ANKLICKEN

**Jetzt Publikationen ansehen:**

**Beispielhafte Ergebnisse**

- **72 %** der Grundwehrdiener empfinden ihre Ausbildung als sinnvoll (Anstieg von 22 % im Vergleich zu 2021).
- **80 %** der Befragten bewerten ihre Entscheidung, den Präsenzdienst zu leisten, als richtig.
- **72 bis 79 %** des Ressortpersonals geben an, ihren Vorgesetzten zu vertrauen.
- **65 %** der Ressortbediensteten und drei Viertel der Milizangehörigen bewerten die Vereinbarkeit von Dienst und Privatleben positiv.

# PRESSEARBEIT

## Wir informieren verlässlich

Die Presseabteilung ist rund um die Uhr erreichbar. Sie agiert schnell und präzise. Das ist gerade bei Krisenthemen wichtig. Bei Spezialthemen unterstützen Militär-Experten die Medienberichterstattung auch über einen längeren Zeitraum direkt. Wichtig: Das Verteidigungsressort trennt konsequent zwischen politischen Agenden und fachlich-technischen Aufgaben. Das gewährleistet für Medien stets objektive und fundierte Auskünfte.

KLICK-BAR

**7.000**
Posts

**~ 28.280**
Follower
(+ 4.000 Follower von 2024 auf 2025)

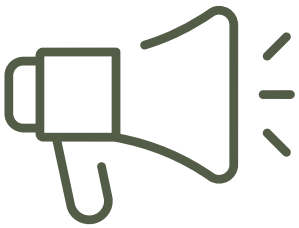
**ZIEL:** Aktuelle und sachliche Information der Medien sowie Verhinderung von Desinformation.

**20**
Pressekonferenzen

**80**
Begleitungen für Interviews

**30.690**
Telefonate

**70**
Auftritte von Experten im Fernsehen oder Radio zur geopolitischen Lage



**22**
Antworten auf parlamentarische Anfragen

**14.800**
E-Mails

**Hohe Zufriedenheit der Medien**

Eine Umfrage der Zielgruppenkommunikation (ZGK) zeigt: Journalisten sind zu 90 % mit der Presse-Arbeit des Bundesheeres zufrieden. Gelobt werden vor allem rasche Rückmeldung, Kooperationsbereitschaft, Freundlichkeit, Zuverlässigkeit, Offenheit, Verlässlichkeit sowie schnelle und sachkundige Reaktion.

# BEREIT FÜR DEINE EIGENE MISSION?

Dreh das Missionenrad –
und stell dich deiner Aufgabe!

SCANNEN BZW. ANKLICKEN




Fotos: Bundesheer/Alexander Haiden

**IMPRESSUM**

Medieninhaber:
Republik Österreich, Bundesministerium für Landesverteidigung,
Roßauer Lände 1, 1090 Wien
Hersteller und Druck: Heeresdruckzentrum, 1030 Wien
Fotos Titelseite: Bundesheer, Bundesheer/Carina Karlovits, Bundesheer/Daniel Trippolt,
Bundesheer/Rene Suchan, Bundesheer/Paul Kulec, Bundesheer/Alexander Haiden,
Bundesheer/Thomas Simoner