

Öffentliche Werbeausgaben steigen auf Rekordhöhe von 307,5 Mio. Euro!

Im zweiten Halbjahr 2024 meldeten 1.463 öffentliche Rechtsträger Werbeausgaben von 307,5 Mio. Euro. Die neuen Medientransparenzregeln fördern die Offenlegung.

Wien, Österreich - Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) hat die Medientransparenzdaten für das zweite Halbjahr 2024 veröffentlicht, aus denen hervorgeht, dass öffentliche Rechtsträger insgesamt knapp 307,5 Millionen Euro für Werbe- und Informationsschaltungen ausgegeben haben. Dies entspricht einem deutlich höheren Volumen im Vergleich zum Vorjahr. Laut **medianet** meldeten 1.463 Rechtsträger ihre Ausgaben, wobei die Gesamtzahl der Einzelpositionen bei 79.134 lag.

Besonders bemerkenswert ist der Anstieg der Ausgaben, da die öffentliche Hand im Jahr 2023 insgesamt 417,9 Millionen Euro ausgegeben hatte. Der Anstieg um circa 225 Millionen Euro im Jahr 2024 ist vor allem auf die Verschärfung des Medientransparenzgesetzes zurückzuführen, das auch Ausgaben für nicht-periodische Medien umfasst. Dies führte zur Abschaffung der Bagatellgrenze, wodurch nun Aufwendungen ab dem ersten Euro gemeldet werden müssen.

Aufschlüsselung der Ausgaben

Von den insgesamt gemeldeten 307,5 Millionen Euro entfallen rund 221,4 Millionen Euro auf Werbe- und Informationsmaßnahmen. Eine genaue Analyse zeigt, dass die Stadt Wien mit 23,9 Millionen Euro den größten Posten unter

den öffentlichen Ausgaben hatte, gefolgt von der Wirtschaftskammer Österreich mit 11 Millionen Euro und dem Klimaschutz-, Umwelt- und Energieministerium, das etwa 9,1 Millionen Euro ausgab. Diese Zahlen markieren einen Anstieg im Vergleich zu den Vorjahresausgaben in diesen Bereichen. Für das Verteidigungsministerium wurden etwa 5,5 Millionen Euro registriert, was ebenfalls einen Anstieg gegenüber den 4,1 Millionen Euro im Jahr 2023 darstellt.

Die Ausgaben in verschiedenen Medienbereichen wurden ebenfalls detailliert ausgewertet. Die Out-of-home-Werbung machte etwa 71,2 Millionen Euro aus, während Printmedien-Werbung rund 70,8 Millionen Euro erreichte. Online-Werbung lag bei etwa 48,9 Millionen Euro, gefolgt von TV-Werbung mit 19,9 Millionen Euro und Hörfunkwerbung mit 10,6 Millionen Euro, wie **orf** berichtet.

Boulevard und digitale Medien profitieren

Ein interessanter Aspekt der Ausgaben ist die Zuwendung an verschiedene Medienformate. Boulevardzeitungen erhielten bedeutende Beträge, wobei die „Kronen Zeitung“ 9,6 Millionen Euro und „Heute“ etwa 4 Millionen Euro einnahmen. Internationale Onlinekonzerne wie Meta und Google erhielten jeweils über 8 Millionen Euro. TikTok hingegen erhielt 1,1 Millionen Euro an Werbeeinnahmen aus öffentlichen Geldern, was die wachsende Bedeutung digitaler Plattformen unterstreicht.

Darüber hinaus zeigt eine Analyse, dass die Werbung des Klimaschutzministeriums sich hauptsächlich an die „Heute“ (Print) sowie ORF2 gerichtete Werbeausgaben von 141.000 Euro konzentrierte. Die Stadt Wien investierte ebenfalls große Summen in Printmedien, darunter 940.000 Euro für „Heute“ und 777.000 Euro für die „Kronen Zeitung“, während das Verteidigungsministerium 335.000 Euro für Werbung in „Heute“ aufbrachte. Diese Trends verdeutlichen die strategische Ausrichtung der Werbeausgaben, die gezielt in beträchtliche

Medieninvestitionen fließen, um eine breitere Zielgruppe zu erreichen.

Insgesamt führen die neu eingeführten Transparenzmaßnahmen und die damit verbundene umfangreiche Datenerfassung dazu, dass die Öffentlichkeit nun einen klareren Einblick in die Werbeausgaben der öffentlichen Hand erhält. Die Möglichkeit zur visualisierten Darstellung der Daten in interaktiven Diagrammen und Grafiken, die seit 2024 besteht, ermöglicht zudem eine differenzierte Analyse der Ausgaben einzelner Ministerien oder Gemeinden, wie auf [sn.at](https://www.sn.at) hervorgehoben wird.

Details	
Ort	Wien, Österreich
Quellen	<ul style="list-style-type: none">• medianet.at• orf.at• www.sn.at

Besuchen Sie uns auf: [die-nachrichten.at](https://www.die-nachrichten.at)