

Kampagnenbericht

Bericht zu den Schaltungen mit Forschungsschwerpunkt gemäß § 2 Abs. 1b BVG Medienkooperation und Medienförderung (MedKF-TG)

1. Inhalt, Laufzeit und Budget.....	1
2. Definition der Ziele und der Zielgruppen	2
3. Begründung über den Beitrag zur Deckung des Informationsbedürfnisses	2
4. Beurteilung der Relevanz des von der Werbekampagne behandelten Themas im Hinblick auf den Zeitpunkt und die Zielgruppe der Kampagne.....	2
5. Durchführende Organisationseinheit(en) und hinzugezogene externe Dienstleister	3
6. Begründung der im Hinblick auf die Zielgruppen getroffene Auswahl und Gewichtung der eingesetzten Medien und Nennung ihrer Inhaber:innen	3
7. Darstellung der zum Einsatz gelangten Sujets.....	3

1. Inhalt, Laufzeit und Budget

Inhalt der Informationskampagne: Die Schaltungen behandeln Themen im Bereich Forschung, Technologie und Innovation, welche durch Mittel des BMK gefördert werden.

Das erfolgt durch folgende Maßnahmen im Laufe des Jahres 2024:

- 46 Schaltungen in Die Presse
- 53 Schaltungen in Der Standard
- 12 Schaltungen in Austria Innovativ

Insgesamt stehen für die in diesem Punkt genannten Schaltungen im Jahr 2024 Mittel von maximal 474.208,95 Euro aus dem Budget der UG34 des BMK zur Verfügung.

2. Definition der Ziele und der Zielgruppen

Wesentliches **Ziel** dieser Informationskampagne ist es, die Bevölkerung über aktuelle Ergebnisse aus der österreichischen Forschung, Technologie und Innovation zu informieren, die mit Mitteln des BMK unterstützt wurden.

Daraus leitet sich folgende Zielgruppe ab: Personen aus ganz Österreich, welche an Forschungsthemen interessiert sind.

Weiter ist die geplante Informationskampagne ein Beitrag zu dem im Regierungsprogramm festgelegten Schwerpunkt „Wissenstransfer zwischen Wissenschaft, Wirtschaft und Gesellschaft stärken“ und soll dem häufig konstatierten mangelnden Vertrauen in Wissenschaft (vgl. FTI Pakt 2024-2026) begegnen.

3. Begründung über den Beitrag zur Deckung des Informationsbedürfnisses

Um die Ergebnisse der Forschungsförderung aus Mitteln des BMK einer breiten Öffentlichkeit bekanntzumachen, plant die Fachsektion (Sektion III) regelmäßige Informationsmaßnahmen in Massenmedien. Diese dienen dazu, über die wirksame Verwendung von Steuergeldern in zielgerichteten Formaten zu informieren. Als geeignete Medien wurden die **Forschungsbeilagen** von Standard und Presse sowie die **Fachzeitschrift** Austria Innovativ ausgewählt. Der Abruf der Informationsmaßnahmen erfolgt über die Rahmenvereinbarung der BBG „Mediaagenturleistungen“ und den entsprechenden Abruf der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit beim erst gereihten Bieter EssenceMediacom (GZ 2024-0.134.965).

4. Beurteilung der Relevanz des von der Werbekampagne behandelten Themas im Hinblick auf den Zeitpunkt und die Zielgruppe der Kampagne

Interessierte Personen sollen durch die publizierten Beiträge laufend über das ganze Jahr verteilt an den wichtigsten Themen der österreichischen Forschung teilnehmen können.

5. Durchführende Organisationseinheit(en) und hinzugezogene externe Dienstleister

Planung, strategische Ausrichtung, Abwicklung und Wirkungscontrolling der Kampagne erfolgt im BMK durch die Abteilungen Pr. 11 Öffentlichkeitsarbeit und Medien (Mediaplanung), wobei der inhaltliche Input von Fachabteilung III/2 kommt.

Für die Schaltung, Aushandlung eines Angebots und Beratung hinsichtlich Zielgruppe wurde die Mediaagentur EssenceMediacom herangezogen.

6. Begründung der im Hinblick auf die Zielgruppen getroffene Auswahl und Gewichtung der eingesetzten Medien und Nennung ihrer Inhaber:innen

Um die an Forschung interessierte Zielgruppe zu erreichen, wurden drei Medien gewählt, die derartige Themen behandeln. Presse, Standard (Forschung Spezial) und Austria Innovativ.

Die Wahl der Medien, in und auf welchen die Schaltungen veröffentlicht werden, wird in Absprache und mit einer Beratung durch die Mediaagentur EssenceMediacom getroffen.

Vollständige Medienliste: siehe RTR-Meldung(en) im Kampagnenzeitraum.

7. Darstellung der zum Einsatz gelangten Sujets

Vollständige Liste: siehe RTR-Meldung(en) im Kampagnenzeitraum.

Erstellt von

Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie

Abteilung Öffentlichkeitsarbeit

Telefon: +43 1 71162 - 658941

E-Mail: pr11@bmk.gv.at

Erstellt am: 29. März 2024