

Kampagnenbericht

Info-/Awarenesskampagne DNAustria

Stand: Juli 2024

Bericht zur Info-/Awarenesskampagne DNAustria des Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft und Forschung (BMBWF) gemäß § 2 Abs. 1b BVG Medienkooperation und Medienförderung (MedKF T)

1. Inhalt, Laufzeit und Budget

1.1. Inhalt

Inhalt/Ziel der Awareness- und Informationskampagne „DNAustria“ war, auf die Ressortstrategie des Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft und Forschung zur Stärkung des Vertrauens in Wissenschaft und Demokratie aufmerksam zu machen, erstmals die zahlreichen Angebote, Initiativen und Projekte auf einer Website zu bündeln und Interesse der Bevölkerung für diese Themen und Inhalte zu generieren und zu steigern.

Dachmarke DNAustria

Die Kampagne bzw. das im Zuge der Kampagne entwickelte Conceptual Framework inkl. des kommunikativen Auftritts (CD, Slogans etc.) wurde die „Dachmarke“ für diverse teils schon seit Jahren existierende Projekte sowie neu entstehende Programme und Aktionen.

Website „dnaustria.at“ als zentraler Kommunikations-Hub

Die multifunktionale Website, deren URL über sämtliche Kommunikationskanäle und -instrumente mitgezogen wird, fungiert als zentraler „Touchpoint“ für sämtliche Stakeholder: Dazu zählen in erster Linie die breite Öffentlichkeit, sowie in weiterer Folge definierte Mikro-Zielgruppen, wie Wissenschaftsbotschafter/Wissenschaftsbotschafterinnen, Wissenschaftsjournalisten/ Wissenschaftsjournalistinnen, Kommunikationsabteilungen wissenschaftlicher Einrichtungen (Universitäten, Fachhochschulen, usw.), Pädagogen und Pädagoginnen (Schulen), die Presse.

1.2. Laufzeit

Die Dachmarke wurde im Herbst 2023 entwickelt, nach der Präsentation im Februar 2024 lief die Info-/Awarenesskampagne bis Juni 2024.

1.3. Budget

Das geplante Gesamtbudget in der Höhe von 750.000 Euro (inkl. aller Abgaben) wird vom Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung getragen.

2. Definition der Ziele und Zielgruppen

2.1. Kampagnen-Ziele

1. Generierung von Aufmerksamkeit
2. Generierung eines AHA-Effekts bei den Stakeholdern
3. Information, Wissensvermittlung
4. Enabling-Funktion: Sensibilisierung für die Tatsache, dass Wissenschaft und Demokratie die Grundlagen unserer Zivilisation sind, und jede/r einen Teil dazu beitragen kann, diese Erkenntnis weiterzuverbreiten, Interesse zu schüren, Skepsis abzubauen.

2.2. Zielgruppen

Mit der Info-/Awarenesskampagne „DNAustria“ wurden alle Menschen in Österreich auf die Themen und Inhalte der Ressortstrategie zur Steigerung des Vertrauens in Wissenschaft und Demokratie aufmerksam gemacht und die Dachmarke DNAustria präsentiert. Daher gab es bewusst keine Zielgruppen-Einschränkungen, es wurde breit über alle Bevölkerungsschichten und Altersgruppen hinweg kommuniziert.

3. Begründung über den Beitrag zur Deckung des Informationsbedürfnisses (§ 3a Abs. 1 und Abs. 2 Z 3)

Eurobarometer-Studie (Nov. 2021)

Die im Herbst 2021 publizierte Eurobarometer-Studie „Special Eurobarometer 516: European citizens' knowledge and attitudes towards science and technology“ veröffentlichte die Ergebnisse einer Umfrage zur Einstellung der europäischen Bevölkerung zu Wissenschaft & Forschung. Nach dieser Umfrage zeigten die Österreicher und Österreicherinnen im Vergleich zu anderen europäischen Ländern sehr wenig Interesse an Wissenschaft & Forschung. Wissenschafts- und Demokratieskepsis sind hierzulande insbesondere in der Corona-Pandemie zu einer Herausforderung geworden.

Die Umfrageergebnisse stellten den „Kick-off“ für eine neue Ressortstrategie des HBM Martin Polaschek dar. So entstand die „**TruSD – Trust in Science and Democracy**“ Strategie

(Anmerkung: Der Name „TruSD“ wurde im Zuge der 2023 erfolgten Dachmarkenkonzeption auf „DNAustria“ abgeändert), deren Ziel es ist, **das Vertrauen in Wissenschaft und Demokratie in Österreich zu stärken.**

Ursachenstudie zu Wissenschafts- und Demokratieskepsis in Österreich (Sept. 2023)

Nach Veröffentlichung der Ergebnisse der Eurobarometer-Studie wurde das Institut für Höhere Studien Wien (IHS Wien) mit Studienleiter Johannes Starkbaum in Zusammenarbeit mit der Universität Aarhus (DEN) damit beauftragt, in einer Ursachenstudie die Hintergründe zu erforschen, die der ausgeprägten Wissenschaftsskepsis und dem Desinteresse in wissenschaftliche Themen in Österreich zugrunde liegen. Diese grundlegende und erstmalige Studie zu den Ursachen von Wissenschafts- und Demokratieskepsis in Österreich hat die historischen, sozioökonomischen (Alter, Geschlecht, Herkunft, Werthaltungen) sowie die systemischen und strukturellen (Bildungs- und Wissenschaftssystem, Politik, Medien, Öffentlichkeit) Dimensionen berücksichtigen, um das wissenschaftliche Fundament als Basis für mögliche Handlungsfelder erarbeitet. Der „Endbericht zur Ursachenstudie zu Ambivalenzen und Skepsis in Österreich in Bezug auf Wissenschaft und Demokratie“ wurde im September 2023 veröffentlicht.

Die Studien zeigten, dass Handlungsbedarf besteht, das Vertrauen in Wissenschaft und Demokratie in Österreich zu stärken.

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

Vgl. dazu Punkt 3 – die Studien zeigten, dass generell und speziell im Vorfeld des intensiven Wahljahres 2024 die Stellung von Wissenschaft und Demokratie in der Gesellschaft vermittelt werden sollte.

5. Durchführende Organisationseinheit(en) und hinzugezogene externe Dienstleister

Die Kampagne wurde vom BMBWF beauftragt und durchgeführt, dazu gehörten folgende Aufgaben:

- Planung, strategische Ausrichtung, kreative Ausarbeitung, Abwicklung und Wirkungscontrolling der Kampagne, die durch die Abteilung Präs/19 (Öffentlichkeitsarbeit/Wissenschaftskommunikation) in Abstimmung mit dem Kabinett des Bundesministers Martin Polaschek
- Beauftragung externer Dienstleister
- Auszahlung des Entgelts an externe Dienstleister
- Prüfung der rechnerischen Richtigkeit der gelegten Rechnungen

Für die Umsetzung der Kampagne wurden folgende externe Dienstleister hinzugezogen:

- Die Goldkinder GmbH
- Robert Mares
- Manuel Fallwickl

Für Mediaagenturleistungen wurde die Rahmenvereinbarung der Bundesbeschaffung GmbH (BBG) mit Essence Mediacom Austria GmbH herangezogen.

6. Begründung über die im Hinblick auf die Zielgruppen getroffene Auswahl und die Gewichtung bei den für die Werbekampagne eingesetzten Medien

Zur Umsetzung des Kampagnenauftrages entsprechend des Ministerratsvortrages wurde für Mediaagenturleistungen die Rahmenvereinbarung der Bundesbeschaffung GmbH (BBG) herangezogen und die erstgereichte Agentur Essence Mediacom Austria GmbH beauftragt, eine Mediaplanung zur Kampagne auszuarbeiten.

Abgeleitet von den Kampagnenzielen kommt folgender von der Mediaagentur Essence Mediacom empfohlener Media-Mix zum Einsatz:

- **(D)OOH:** Basismedium, um mit hoher Reichweite und Affinität effizient und effektiv die vulnerablen Zielgruppensegmente zu erreichen.
- **Online:** breit gestreute Information der Zielgruppen
- **Social Media (Meta/YouTube):** Mix aus Awareness- und Performancewerbemitteln, um die Zielgruppen zu informieren und die Webseitenbesuche zu befördern.
- **Printinserate:** Ergänzender Kanal für Zielgruppen-Segmente.

7. Darstellung der Gründe für die konkrete Auswahl aller für die Werbekampagne tatsächlich eingesetzten Medien und deren Medieninhaber

7.1 OOH

Name des Mediums	Begründung
Digilight DOOH	Hohe Sichtbarkeit, v.a. im urbanen Raum.
Gewista DOOH Wien	Hohe Sichtbarkeit in Wien.
Goldbach DOOH	Hohe Sichtbarkeit, v.a. im urbanen Raum.
Infoscreen Wien öffentlicher Verkehr	Hohe Sichtbarkeit in Wien.
ÖBB DOOH	Hohe Sichtbarkeit in Österreich.

7.2. Online

Name des Mediums	Begründung
tv-media App	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder in Zielgruppen-Segmenten.
Tele App	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.

12termann.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
90minuten.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
abseits.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
aktien-portal.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
atv.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
austriansoccerboard.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
autorevue.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
autoscout24.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
bazar.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
bvz.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
derstandard.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
docfinder.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
falstaff.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
fan.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
finanz.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
futurezone.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
gebrauchtwagen.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
gmx.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
golf.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
gusto.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
gutekueche.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
heute.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
immmo.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
immobilienscout24.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.

immosuchmaschine.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
joyn.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
k.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
kabeleins.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
kabeleinsdoku.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
kicker.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
krone.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
kurier.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
laola1.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
leadersnet.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
ligaportal.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
meinbezirk.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
meinmed.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
miss.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
nachrichten.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
netdokter.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
news.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
noen.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
oe24.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
oehb.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
orf.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
profil.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
prosieben.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
prosiebenmaxx.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.

puls24.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
salzburg24.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
sat1.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
sat1gold.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
sixx.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
ski1.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
sn.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
szene1.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
tele.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
testedich.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
tips.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
tvheute.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
vienna.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
vol.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
websingles.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
wetter.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
willhaben.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
woman.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
bergfex.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
dibeo.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
immoscout24.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
Kicker App	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
lustaufsleben.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
nitelife.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.

transfermarkt.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.
wienerbourse.at	Hohe Reichweite in Österreich generell und/oder bei Zielgruppen-Segmenten.

7.3 Social Media

Name des Mediums	Begründung
YouTube	Hohe Reichweite in Österreich.
Meta: Facebook und Instagram	Hohe Reichweite in Österreich.

7.4. Print

Name des Mediums	Begründung
Heute	Hohe Reichweite in Österreich und/oder in den Bundesländern.
Kleine Zeitung	Hohe Reichweite in Österreich und/oder in den Bundesländern.
Kronen Zeitung	Hohe Reichweite in Österreich und/oder in den Bundesländern.
Kurier	Hohe Reichweite in Österreich und/oder in den Bundesländern.
OÖ Nachrichten	Hohe Reichweite in Österreich und/oder in den Bundesländern.
Österreich - oe24	Hohe Reichweite in Österreich und/oder in den Bundesländern.
Salzburger Nachrichten	Hohe Reichweite in Österreich und/oder in den Bundesländern.
Der Standard	Hohe Reichweite in Österreich und/oder in den Bundesländern.
Tiroler Tageszeitung	Hohe Reichweite in Österreich und/oder in den Bundesländern.
Vorarlberger Nachrichten	Hohe Reichweite in Österreich und/oder in den Bundesländern.

8. Darstellung der zum Einsatz gelangten Sujets

Im Mittelpunkt der Kampagne stand der Slogan „Demokratie schafft Wissen. Wissen schafft Demokratie“. Dieses Hauptsujet (siehe Punkt 8.1) wurde auf allen Kanälen ausgespielt. Je nach Buchungsumfang wurden in ausgewählten Kanälen weitere Sujets ausgespielt, die auf konkrete Forschungsarbeiten Bezug nehmen (vgl. Punkt 8.2. bis 8.4.)

8.1 Hauptsujet

DEMOKRATIE SCHAFFT WISSEN. WISSEN SCHAFFT DEMOKRATIE.

Wissenschaft und Demokratie sind die Basis unserer Gesellschaft. Bausteine unseres Landes. Grundlage unseres Zusammenlebens. Sie sind ein Teil von uns.

Sie sind unsere #DNAustria.



 Bundesministerium
Bildung, Wissenschaft
und Forschung

OHNE EINSTEIN WÄRE DEIN NAVI RELATIV NUTZLOS.



Dank der Relativitätstheorie von Albert Einstein sind Navis immer und überall punktgenau.

Die ganze GPS-Erfolgs-
geschichte gibt's hier:



Wissenschaft.
Ein Teil von uns.
#DNAustria.



DNA
AUSTRIA
WISSEN SCHAFT & DEMOKRATIE

 Bundesministerium
Bildung, Wissenschaft
und Forschung

8.3 Sujet „Biene“

Entgeltliche Einschaltung

BIENEN IM HANDY!

Bessere Handybilder –
von Bienen inspiriert, von
österreichischen Forscherinnen
und Forschern entwickelt.



Die ganze scharfe
Erfolgsgeschichte
auf einen Klick:



Wissenschaft.
Ein Teil von uns.
#DNAustria.



DNA AUSTRIA
WISSEN SCHAFT & DEMOKRATIE

 Bundesministerium
Bildung, Wissenschaft
und Forschung

8.4. Sujet „Katze“

Entgeltliche Einschaltung

WER REIFEN SAGT, MUSS AUCH MIAU SAGEN.

Autoreifen so anpassungsfähig wie
Katzenpfoten – dank Bionik-Forschung.



Die ganze Erfolgsgeschichte
zum Mitschnurren:



Wissenschaft.
Ein Teil von uns.
#DNAustria.



DNA
AUSTRIA
WISSEN SCHAFT & DEMOKRATIE

 Bundesministerium
Bildung, Wissenschaft
und Forschung