

Gutachten

Gemäß Verordnung der Bundesregierung BGBl II Nr. 169/2024 am 28.6.2024 - Stichtag 9.7.2024 betreffend die Plausibilität der Einhaltung der Beschränkung der Wahlwerbungsausgaben der wahlwerbenden Parteien bei der Nationalratswahl am 29.9.2024.

Sachbereich Medienwesen

Auftraggeber:

Österreichischer Rechnungshof

Dampfschiffstraße 2

1030 Wien

Erstellt durch:

Mag. Barbara Sommerer

(Allgemein beeidete und gerichtlich zertifizierte Sachverständige für Medienwesen)

Inhaltsübersicht

S 2 01 Zusammenfassung - Gesamtbefund

S 3 02 Das Gutachten

S 3 02-01 Beschreibung des Auftrages

S 4 02-02 Ausgangslage und allgemeine Angaben

S 5 02-03 Aufbau des Gutachtens

S 7 02-04 Allgemeine Beobachtung aus dem Wahlkampf und dem Gutachtenprozess

S 9 03 Befunde

S 9 Allgemeine Angaben und Informationen zu den Befunden - Übersicht
nachfolgend: Angaben zu Veranstaltungen, Wahlkampfablauf und Mediennutzung je Partei:

S 20 03-01 ÖVP - Karl Nehammer - Die Volkspartei

S 34 03-02 SPÖ - Sozialdemokratische Partei Österreichs

S 47 03-03 FPÖ - Freiheitliche Partei Österreichs

S 64 03-04 GRÜNE - Die Grünen - Die Grüne Alternative

S 74 03-05 NEOS - Die Reformkraft für dein neues Österreich

S 86 03-06 BIER - Die Bierpartei

S 93 03-07 MFG - MFG - Österreich Menschen - Freiheit - Grundrechte

S 99 03-08 BGE - Die Gelben

S 103 03-09 LMP - Liste Madeleine Petrovic

S 108 03-10 GAZA - Liste GAZA - Stimmen gegen den Völkermord

S 112 03-11 KPÖ - Kommunistische Partei Österreichs – KPÖ Plus

S 119 03-12 KEINE - Keine von denen

S 125 04 Literatur

01 Zusammenfassung

Anlässlich der Nationalratswahl am 29.9.2024 gab der Rechnungshof ein Gutachten in Auftrag, das die Plausibilität der Einhaltung der Wahlkampfkosten von 8.662.515 EURO pro wahlwerbender Partei plausibilisieren soll.

Das vorliegende Gutachten im Bereich Medienwesen wurde am 2.7.2024 beauftragt, am 27.2.2025 abgeschlossen und umfasst den Begutachtungszeitraum von 9.7.2024 bis 29.9.2024.

Zur Nationalratswahl traten zwölf wahlwerbende Parteien an und wurden nach folgenden Kriterien analysiert:

1. Wahlkampfmittel (Medienelemente, Veranstaltungen, Planung)
2. Durchführung des Wahlkampfes
3. Nutzung von Medien und Medienkanälen

02 Das Gutachten

Im Gutachten finden sich eine Beschreibung des Auftrags, Beobachtungen aus dem Wahlkampf, Befunde zu den wahlwerbenden Parteien mit Angaben zu Wahlkampfelementen, Medieneinsatz sowie Bilddokumentation.

03 Aus den Befunden kann folgende Schlussfolgerung gezogen werden:

Plausibilität zur Einhaltung der Wahlkampfkostengrenze bei der Wahl zum Europäischen Parlament von jeweils 8.662.515 EURO pro wahlwerbender Partei:

Bei den antretenden Parteien ÖVP, SPÖ, GRÜNE, NEOS, BIER, MFG, BGE, LMP, GAZA, KPÖ und KEINE ist die Plausibilität zur Einhaltung der Wahlwerbungskostengrenze gegeben sowie bei der FPÖ voraussichtlich gegeben.

Graz, am 27.02.2025

Gutachterin: Mag. Barbara Sommerer

Allgemein beeidete und gerichtlich zertifizierte Sachverständige, Fachbereich 79.80



02 Das Gutachten

02-01 Beschreibung des Auftrags

Beauftragung: 2. Juli 2024

Abschluss: 27. Februar 2025

Anlässlich der Nationalratswahl am 29.9.2024 gab der Österreichische Rechnungshof ein Gutachten in Auftrag, das die Plausibilität der Einhaltung der Wahlkampfausgabengrenze von jeweils 8.662.515 Euro pro wahlwerbender Partei analysieren und die Plausibilität darlegen soll.

Den gesetzlichen Vorgaben und Informationen des Auftraggebers nach sollen dazu durch Beobachtung öffentlich zugänglicher Informationen und Daten die jeweiligen Aktivitäten der Parteien im Wahlkampf zur Begutachtung im Zeitraum von 9.7.2024 - 29.9.2024 herangezogen werden.

Zu erstellen ist eine begleitende Analyse (Gutachtenprozess) der Aufwendungen der Wahlkämpfe der jeweiligen Parteien für die Nationalratswahl am 29.9.2024. Die Wahlkämpfe sind dahingehend zu analysieren, ob eine Plausibilität der Einhaltung der Beschränkung der Wahlwerbungsausgaben gegeben ist (siehe dazu § 11a PartG).

Bereits zum zweiten Mal erstellen die laut geltender Gesetzeslage dazu verpflichteten wahlwerbenden Parteien auch eigene Wahlwerbungsberichte. Anzumerken ist hier, dass sich der Begutachtungszeitraum und die Ausarbeitungszeit des vorliegenden Gutachtens (Übermittlung an Parteien möglichst bis 5 Monate nach der Wahl) mit der Ausarbeitung der jeweiligen Wahlwerbungsberichte der Parteien (siehe § 4 Abs. 3 PartG) überschneidet, und in der Ausarbeitungszeit somit Daten und möglicherweise relevante Informationen noch nicht vollständig vorliegen und deshalb nicht in die Begutachtung miteinfließen können.

Wie kann man „Plausibilität“ überhaupt prüfen?

Plausibilität ist das Grenzgebiet zwischen dem Möglichen und dem Unmöglichen. Sie beobachtet dabei die Nachvollziehbarkeit von Sachverhalten und Daten als auch die Glaubwürdigkeit von Angaben und Aussagen von möglichst vielen beteiligten Seiten unter der Berücksichtigung der angewandten Kommunikations- und Darstellungstechniken.¹

Begriffsdefinition Plausibilität:

[1] Eigenschaft, nachvollziehbar aufgebaut und allem Anschein nach so, wie dargestellt, glaubhaft/richtig (plausibel) zu sein

[2] Eigenschaft/Tatsache, zwar vermutlich glaubhaft, noch unbewiesen und hypothetisch

[3] Sinnverwandte Wörter: Einleuchtendsein, Evidenz, Glaubhaftigkeit, Glaubwürdigkeit, Nachvollziehbarkeit, Plausibelsein, Schlüssigkeit, Sinnhaftigkeit, Stringenz, Triftigkeit, Unbestreitbarkeit, Verständlichkeit, Wahrscheinlichkeit²

¹ Nach B. Sommerer: Gutachten zur Plausibilisierung der Wahlwerbungskosten bei der Nationalratswahl 2019

² Siehe dazu: Wortbedeutung.info

02-02 Ausgangslage und allgemeine Angaben

Am 29. September 2024 waren 6.346.059¹ Wahlberechtigte aufgerufen die Vertreterinnen und Vertreter zum österreichischen Nationalrat zu wählen. Es kandidierten insgesamt zwölf Parteien²:

01 ÖVP mit 99 Kandidatinnen und Kandidaten

02 SPÖ mit 440 Kandidatinnen und Kandidaten

03 FPÖ mit 300 Kandidatinnen und Kandidaten

04 DIE GRÜNEN mit 183 Kandidatinnen und Kandidaten

05 NEOS mit 252 Kandidatinnen und Kandidaten

06 BIER mit 17 Kandidatinnen und Kandidaten

07 MFG mit 44 Kandidatinnen und Kandidaten (Niederösterreich, Oberösterreich, Salzburg, Steiermark, Tirol, Vorarlberg, Wien)

08 Die GELBEN mit 3 Kandidatinnen und Kandidaten (Burgenland)

09 LMP mit 48 Kandidatinnen und Kandidaten

10 GAZA mit 24 Kandidatinnen und Kandidaten (Burgenland, Niederösterreich, Oberösterreich, Steiermark, Tirol, Vorarlberg, Wien)

11 KPÖ mit 335 Kandidatinnen und Kandidaten

12 KEINE mit 41 Kandidatinnen und Kandidaten

Zur Wahl standen somit insgesamt 1.786 Kandidatinnen und Kandidaten.

Betrachtet man das Wahlgesehehen detaillierter, kann man nicht nur von einem bundesweiten Gesamtwahlkampf, sondern auch von 1.786 KandidatInnenwahlkämpfen oder Einzelwahlkämpfen sprechen, wenn man die Aktivitäten der wahlwerbenden Parteien bspw. auf die jeweiligen Orts- oder Regionalorganisationen herunterbricht.

Im Ablauf des Wahlkampfes zeigte sich, dass vor allem für die SpitzenkandidatInnen und teilweise für die zweitplatzierten KandidatInnen bundesweite Wahlkampfmittel, Auftritte und Veranstaltungen organisiert wurden. An dezentralen Veranstaltungen und auch in den Regionen und bei diversen Interessensgruppen waren jedoch auch viele andere KandidatInnen aktiv. Weiters fanden sich viele kleine dezentrale Besuche und Veranstaltungen bspw. bei Seniorenverbänden, Bauernorganisationen, Unternehmensverbänden, Unternehmensbesuchen und vielem mehr.

Nach bisherigen Angaben wahlwerbender Parteien entstand bei jedem Wahlkampf bisher ein großer Organisations-, Kommunikations- und Koordinationsaufwand. Einzelne Parteien verfügen nach eigenen Angaben weit mehr als 10.000 Meldeeinheiten³, die die Organisation von Wahlkämpfen und Kontrolle der individuellen Aufwendungen und Rückmeldungen selbiger an die Bundespartei aufwendig gestalten.

¹ Angaben laut Bundesministerium für Inneres: <https://www.bundeswahlen.gv.at/2024/nr/>

² Angaben laut BMI: https://www.bmi.gv.at/412/Nationalratswahlen/Nationalratswahl_2024/files/Verlautbarung_Bundeswahlbehoerde_BF_20240816.pdf

³ Siehe Angaben der ÖVP aus den Wahlkämpfen zum Europäischen Parlament 2019 und zur Nationalratswahl 2019

02-03 Aufbau des Gutachtens

Ein Gutachten ist ein begründetes Urteil eines Sachverständigen über eine Zweifelsfrage. Es enthält Dokumentationen, Darstellungen von Erfahrungssätzen sowie die Ableitung von Schlussfolgerungen für die Beurteilung eines Geschehens oder Zustands durch eine oder einen Sachverständige/n.¹

Wie lief der Gutachtenprozess ab?

Aus eingangs angeführten Gründen und auch aufgrund gebotener Sparsamkeit, Wirtschaftlichkeit und Zweckmäßigkeit wurde eine kompakte, praktikable und nach Möglichkeiten kostensparende Befundaufnahme auf Basis folgender 4 Schwerpunkte gewählt:

1. Dokumentation und Analyse öffentlich zugänglicher und einsehbarer Daten

Eine Vielzahl von Informationen zu Wahlwerbungsaktivitäten, Kampagnenschaltungen bspw. in Social Media, Inseratenschaltungen, „Plakatwellen“ etc. werden von Tages- und Wochenzeitungen, Magazinen, Onlineblogs etc. publiziert und veröffentlicht. Diese wurden kontinuierlich beobachtet und dienen als Grundlage der Begutachtung.

2. Stichprobenartige Analysen

von Wahlkampfveranstaltungen / Kampagnenaktivitäten sowie Wahlwerbungs-geschenken oder anderer Medienelemente, die beobachtet und dokumentiert werden.

3. Chronologische Betrachtung des Wahlkampfes

Dies ermöglicht eine leichtere und schnellere Einordnung bspw. von Vorlaufzeiten von Beauftragungen, Kampagnendauer, Vorarbeiten oder Veröffentlichungen von Medien- oder Kampagnenelementen und öffnen Fragen, wie bspw. die Abgrenzung zu sonstigen Aktivitäten der Parteien. Fragen zu Zeit, Personal und Finanzplanung und Projektmanagement können so einfacher formuliert werden

4. Analyse des Projektmanagements im Wahlkampf

in Hinblick auf wahlkampfrelevante und teilweise auch kostenintensive Prozesse im Hintergrund der Wahlkämpfe - bspw. hinsichtlich Personalbedarf, Strategiefindung, Schulungs- & Trainingsmaßnahmen, Liquiditätsplanung.

Der Leitgedanke der Prüfungskriterien orientierte sich an der Praxis des Projektmanagements in der Realisation von Kommunikationsprojekten im Bereich Medienwesen.

Fragestellungen waren bspw.: Wie kann man einen Wahlkampf entwickeln? Was und wen braucht man dazu, um einen Wahlkampf umzusetzen? Auf welche Probleme und Fragestellungen könnte man bei der Umsetzung treffen? Wie entsteht Mehraufwand und wodurch ergeben sich mögliche Einsparungspotenziale?

Die nachfolgenden Ausführungen orientieren sich daran, den Gutachtenprozess als auch die Ergebnisse anschaulich darzustellen.

Die Informationen und Details (Befunde) zu den Parteien finden sich unter: 03 Befunde.

¹ sieh mehr dazu in: Lothar Neimke - Das Sachverständigengutachten, 2012

Auf welche Details wurde im Gutachtenprozess besonders geachtet?

1. Beobachtung verfügbarer Informationen zu den eingesetzten Mitteln & Medien im Wahlkampf
2. Fragestellungen zu Ablauf / Durchführung der Kampagnen
3. Fragestellungen zu den notwendigen Ressourcen der umgesetzten Teilprojekte, zu Kampagnenelementen und sonstigen Mitteln
4. Stichproben von Anzeigen in Print- und Onlinemedien und auf genutzten Social Media Plattformen: auf Facebook, X (vormals Twitter), Instagram, TikTok beworbene „Posts“
5. Stichproben von analogen klassischen Formaten wie Außenwerbung, Postwurfsendungen, Flyer etc.
6. Stichproben bei Veranstaltungsformaten: Durch Besuche von Veranstaltungen wurden Fragen zu Personalaufwand, Organisationsaufwand, Projektmanagement, Zulieferer, Catering, Medientechnik, Veranstaltungstechnik, etc. formuliert
7. Merchandising (Werbegeschenke (Give-aways), Speisen/Getränke, personalisierte Features, allgemeine Werbemittel etc.) - Stichproben
8. Plausibilität und Nachvollziehbarkeit, Projektmanagement (Organisation und Abwicklung, Verantwortlichkeiten des jeweiligen Wahlkampfteams)

Welche öffentlich zugänglichen Informationen wurden zusätzlich genutzt?

1. Rechenschaftsberichte der Parteien an den Rechnungshof: [Link](#)¹
2. Webseiten der wahlwerbenden Parteien und KandidatInnen
3. Aktuelle Medienberichterstattung
4. Von den Parteien als Medien genutzte Kommunikationsmittel (bspw. Pressekonferenzen)
5. Von den Parteien genutzte Social Media - Foren (bspw. Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, WhatsApp, TikTok)
6. Livestreams, Radio und Video & TV-Beiträge
7. Informationen des BMI
8. Publikationen zum Wahlkampf
9. Aktuelle Medienanalysen und Monitoringdaten von FOCUS
10. Öffentliche Daten (Meta, Google)

Zusätzlich bei allen Parteien wurde beobachtet:

1. Videobotschaften: produziert in professioneller Ausstattung, semiprofessionellem Ambiente, spontan oder via Smartphone für Präsenz in Social-Media-Kanälen und auf der eigenen Homepage
2. Präsenz durch Außenwerbung: Plakate, Banner, Fahnen, Wimpel, Fahrzeugbeschriftungen, Landschaftselemente etc.
3. Text / Bild Botschaften in: Sozialen Medien (Postings), Emails und analoge Postformate (Mailings), eigene Homepage
4. Anzeigen / Inserate: in klassischen Medien und Online
5. Drucksorten: Flyer, Sticker, Buttons, Autogrammkarten, Broschüren etc.
6. Persönlicher Einsatz und Präsenz der KandidatInnen
7. Einsatz von: SympathisantInnen, MitarbeiterInnen, prominenten FürsprecherInnen, sonstiges Personal

Die Informationen und Details (Befunde) zu den Parteien finden sich unter: 03 Befunde.

¹ siehe dazu https://www.rechnungshof.gv.at/rh/home/was-wir-tun/was-wir-tun_5/was-wir-tun_6/Kontrolle_der_Parteien.html

02-04 Allgemeine Beobachtung aus dem Wahlkampf und dem Gutachtenprozess¹

Was braucht man für einen Wahlkampf und wie wird er umgesetzt?

Ausgegangen wurde von dem Verständnis, dass ein Wahlkampf ein abgeschlossenes Ereignis, sprich ein „Projekt“ für eine Partei darstellt. Daran wurden die praxisorientierten Beobachtungen und späteren Prüfungskriterien ausgerichtet. Beobachtet wurde weiters, dass Wahlkämpfe regelmäßig wiederkehrende Ereignisse im „Geschäftsalltag“ von Parteien sind und deshalb davon auszugehen ist, dass dafür angemessene Vorkehrungsmaßnahmen getroffen werden.

Es stellte sich daher die Frage, in welchem Ausmaß die jeweilige Partei Vorkehrungen trifft, in welcher Weise sie das Projekt: „Wahlkampf“ plant, steuert und den „Wahlkampf“ umsetzt, und wie sie Erfahrungen aus Wahlkämpfen evaluiert und das Wissen für folgende „Projekte“ sichert.

Wie im klassischen Projektmanagement üblich, können auch für Wahlkämpfe folgende Phasen festgemacht werden:

1. Vorbereitungen, Vorkalkulation, Grobplanung
2. Start
3. Planung, Kalkulation von Ressourcen, Ermittlung des Bedarfs, Beauftragungen
4. Umsetzung, Steuerung und Kontrolle
5. Abschluss, Evaluation, Dokumentation

Gesamtheit aller Aufwendungen für einen Wahlkampf (WK)

Die Aufwendungen der Parteien können nach Beobachtung wie folgt in 4 Kategorien gegliedert werden:

1. Aufwendungen, die dem WK dienen und in das WK-Budget eingerechnet werden
2. Aufwendungen, die zwischen Stichtag und Wahltag anfallen, aber aufgrund gesetzlicher Bestimmungen nicht in das WK-Budget eingerechnet werden müssen
3. Aufwendungen bis zu einer Freigrenze von € 18.565 pro KandidatIn (laut § 4 Abs 1 PartG)
4. Aufwendungen, die in keine der 3 vorangegangenen Kategorien eingerechnet werden

Unter Punkt 1 finden sich die Aufwendungen, die im Allgemeinen in den bisher bekannten öffentlich gemachten Aufstellungen die „offiziellen Wahlkampfkosten“ abbilden.

Unter Punkt 2 werden von den Parteien jährlich wiederkehrende Formate von bspw. Veranstaltungen auch in Wahlkampfzeiten genutzt.

¹ Nach B. Sommerer, 2020: Gutachten zur Plausibilität der Wahlwerbungskosten bei der Österreichischen Nationalratswahl 2019

Medienbegriff

Im Sinne eines aussagekräftigen Gutachtens zum Fachbereich Medienwesen wurde auf einen umfassenden Medienbegriff Bezug genommen, der analoge, digitale, klassische, alte wie neue Medien aber auch Mittel und Instrumente, die zu Medien gemacht werden, umfasst. Beobachtet wurden im Gutachtenprozess die Instrumente & Medien, die von den kandidierenden Parteien zur Verbreitung von Inhalten in die Öffentlichkeit verwendet oder genutzt wurden.

Orientiert an den jeweiligen Wahlkampfplanungen der Parteien im Wahlkampf ist beobachtbar, dass eine Vielzahl von Mitteln und Medien eingesetzt wird, um diese Ziele zu erreichen. Beobachtbar ist darüber hinaus, dass laufend neue Mittel und Instrumente zu Medien gemacht werden, die davor nicht als Medien im Sinne eines politischen Kommunikationsinstrumentes genutzt wurden.

Weitere Begriffsdefinitionen

Medium: Vermittler, Träger, Sendbote, Kommunikationsmittel
Hilfsmittel, um sich verständlich zu machen.

Plural: Medien

Ohne Medien keine Kommunikation.¹

¹ siehe mehr dazu: Andreas Ströhl: Medientheorie kompakt, 2014

03 Befunde zu den 12 wahlwerbenden Parteien - Übersicht

Allgemeine Angaben und Informationen zu den Befunden

Die Entwicklung und Realisation einzelner möglicher Wahlkampfmittel und Wahlkampfelemente stellt auch für Parteien ein Geschäftsgeheimnis dar. Wann, wie und zu welchen Konditionen Drucksorten oder Wahlkampfgeschenke entwickelt und beauftragt werden, unterliegt je nach Parteistruktur, finanziellen Möglichkeiten und vorhandenem Personal spezifischen Gewohnheiten und Erfahrungswerten. Da Parteien, wie bspw. auch Unternehmen, Entwicklungs- und Produktionsprozesse geheim halten, finden sich öffentlich nur sehr wenige Informationen und Anhaltspunkte zu Art der Beauftragung, zu Geschäftsverhältnissen sowie Auftragsabwicklung.

Zusätzlich gestalten sich Kreativhonorare und die Verrechnung von Nutzungsrechten für Kreativleistungen sehr unterschiedlich und können nur sehr grob als Näherungswerte angegeben werden. Nach Erhebungen von Design Austria und WKO wäre im Bereich von Grafik und Kommunikationsdesign 2024 ein durchschnittlicher Kreativ-Stundenlohn von ca. 104 Euro (ca. 125 Euro inkl. 20% MwSt) anzunehmen¹.

Weiters sind bei der Erstellung von Kreativprojekten auch freie pauschale Honorare inkl. Nutzungsrechten möglich und üblich. Zu welchen Konditionen Parteien Kreativdienstleistungen, Beratungsleistungen oder Erhebungsleistungen (Marktforschung) beauftragen oder Werbeflächen mieten, sowie zu welchen Rabatten oder sonstigen Vergünstigungen Leistungen einkaufen, ist öffentlich nicht bekannt.

Zu den Befunden können folgende allgemeine Informationen gegeben werden:

1.	<p>Informationen zu Außenwerbung</p> <p>Um Wahlplakate zu einem gewünschten Termin im Außenraum platzieren zu können, sind folgende Projektstufen allgemein üblich und können interne wie externe Kosten verursachen. Je nach Partei und vorhandenem Team können einzelne Schritte teamintern erfolgen oder aber auch ausgelagert werden (Haftungsfragen).</p> <p><u>Grob kann man folgende Schritte der Realisation (Kostenpositionen) nennen:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Gesamtkoordination (Wahlkampfleitung, ggf. in Kooperation mit externen Projektmanagement- oder Beratungsagenturen) 2) Konzeption & Strategiefindung (ggf. in Kooperation mit Beratungs- & Kreativagenturen) inkl. Streuplanung 3) Entwurfs-Phase (ggf. in Kooperation mit Kreativagenturen) 4) Reinzeichnung (Layout) mit ø 1-3 Korrekturschleifen (Kreativagenturen) 5) Freigabe durch den Auftraggeber 6) Produktion von Plakaten (Druckerei) & Lieferung 7) Ggf. hinzuziehen von Schaltagenturen (Positionierung, Kontrolle, Monitoring Vandalismus) 8) Plakatieren auf gemieteten stationären und mobilen Werbeflächen, ggf. auch Sonderwerbeflächen (mobile Boards, Landschaftselemente etc.) inkl. Nachkleben bei Vandalismus (Werbefirmen) 9) Entsorgung Restmaterialien
-----------	---

¹ Siehe dazu: Design: Kalkulation und Honorar, 2018 – Hinweis: Als Honorarangabe findet sich in der Publikation der Wert von 82 Euro im Jahr 2018. Angepasst an die Inflation seit 01/2019 entspräche dies bei einer Inflation von seither ca. 26,8% zum Zeitpunkt des Wahlkampfes 03-06/2024 einem Wert von ca. 104 Euro (Inflationsrechner Statistik Austria)

Detailinformationen zu Außenwerbung:

Außenwerbung kann sehr kreativ und vielfältig sein, im Wahlkampf wurden bisher primär klassische Wahlplakate auf fixen und mobilen Werbeflächen in verschiedenen Formaten (bspw. von A4 bis A0, verschiedene Bogenformate, „Hohlkammerplakate“, Banner, Fahnen, sonstige Schaelemente) beobachtet.

In den verfügbaren Daten sind Angaben über spezielle Werbeformate wie bspw. „Dreieckständer“ oder Hohlkammerplakate, oder diverse andere individuelle oder mobile Werbetafeln aber nicht enthalten.

Nach Rücksprache mit Branchenvertretern werden kurzzeitige Vorlaufzeiten für Plakatierungen von Wahlen von ca. 6-8 Wochen bestätigt. Möglicher Vandalismus wird meist vorab auf Basis von Erfahrungswerten je nach Parteien von den Werbefirmen in die Preise einkalkuliert. Ungeplante Zusatzkosten können durch gewünschte nicht geplante Sonderklebungen, schlechte Koordination / Kommunikation entstehen.

Zur Befundung wurden herangezogen: Beobachtungen durch die Gutachterin, Erhebungen und Daten von Media Focus, Kalkulationsrichtlinien von Design Austria. Festgestellt wurde, dass öffentliche Daten nur in sehr eingeschränktem Maße bekannt sind oder erhoben werden. Man kann davon ausgehen, dass verfügbare Daten unvollständig sind.

Die in den Befunden angegebenen Kosten für Außenwerbung umfassen nur Mieten von Werbeflächen und werden bei den jeweiligen Parteien individuell ausgeführt: Die Angaben sind aber mangels öffentlich zugänglicher Daten unvollständig. Angaben erfolgen bei Außenwerbung laut verfügbarer Daten von FOCUS, inkl. 5% Werbeabgabe, inkl. 20% MwSt. Siehe jeweilige Detailangaben.

Entwicklungskosten, Kosten für Grafik sowie Kosten für Druck sind nicht enthalten.

Mögliche Rabatte oder sonstige Vergünstigungen sind öffentlich nicht bekannt und somit auch nicht inkludiert.

Grobes Kostenkalkulationsbeispiel (nach Design Austria, s.o.)

Möglicher Arbeitsaufwand pro Plakatentwurf:

ca. 8-10 h oder ca. 1.000 - 1.250 Euro (inkl. 20% MwSt) zuzüglich Nutzungs- & Lizenzrechte, Beratungsleistung, sonstige Leistung. Auch die Generalabwicklung von Kampagnen über Kreativagenturen ist bekannt und branchenüblich.

Druckkostenbeispiele (inkl. 20% MwSt) Stand 2024:

A1 Plakate (594x841): 10.000 Stück / Blueback / 4C: ca. 2.400 - 3.000 Euro


16-Bogen Plakat (3360 x 2380): 1000 Stück / Blueback / 4C: ca. 4.600 - 5.500 Euro

24-Bogen Plakat (5040 x 2380): 1000 Stück / Blueback / 4C: ca. 6.700 - 8.200 Euro

Hohlkammerplakate (A1 - 594x841): 2000 Stück/4c: ca. 3.600 - 3.700 Euro

Zusätzliche Kosten: Erstellung von Text-, Bildmaterialien, Retusche, Lektorat, Bild & Lizenzrechte

Hinweis: Angaben verstehen sich als grobe Kalkulationsgrundlage. Mit höher werdender Stückzahl verringert sich proportional der Einzelpreis / Drucksorte und unterliegt zusätzlich starken Schwankungen von Papierpreisen, Art der Kundenbeziehung und Verhandlungsgeschick.

2.	<p>Direktwerbung</p> <p>a 1. Folder 2. Postwurfsendungen 3. sonstige Direktwerbung (bspw. Mailings) Wie auch schon unter Pos 1 (Außenwerbung) angegeben, können auch Drucksorten sehr kreativ und vielfältig sein. Im Wahlkampf wurden primär Kleindrucksorten, Folder (diverse Faltprospekte bspw. A5, Din Lang, einfach Flyer in verschiedenen Kleinformaten) vereinzelt A4-Postsendungen beobachtet. Zusätzlich versenden Parteien Direktwerbung via Digitaler Medien (Newsletter, Einladungen etc.)</p> <p><u>Arbeitsaufwand pro Drucksortenentwurf</u> (nach Design Austria, s.o.) bspw.: ca. 2-8 h oder ca. 208 - 832 Euro (ca. 250 - 1.000 inkl. 20% MwSt) zuzüglich Nutzungs- & Lizenzrechte, Beratungsleistung, sonstige Leistung. Auch die Generalabwicklung von Kampagnen über Kreativagenturen ist bekannt und branchenüblich.</p> <p><u>Jeweilige Auflage und Anzahl von Drucksorten sind öffentlich nicht bekannt.</u></p> <p><u>Druckkostenbeispiele (inkl. 20% MwSt) Stand 2024:</u> Wickelfalz-Folder (100x210): 1.000 Stück / Kunstdruck 190g / 4C: ca. 140 - 170 Euro Wickelfalz-Folder (100x210): 10.000 Stück / Kunstdruck 190g / 4C: ca. 770 - 960 Euro Folder mit Kreuzbruch (A4 auf A6): 1.000 Stück / Kunstdruck 170g / 4C: ca. 110 - 150 Euro Flyer A4 (148x210/2 Seitig): 50.000 Stück / Kunstdruck 120g / 4C : ca. 1.400 - 1.800 Euro Flyer A5 (148x210/2 Seitig): 50.000 Stück / Kunstdruck 120g / 4C : ca. 800 - 960 Euro Papiersticker (75x75): 2.000 Stück / 4c: ca. 110-160 Euro</p> <p><u>Zusätzliche Kosten:</u> Erstellung von Text-, Bildmaterialien, Retusche, Lektorat, Bild & Lizenzrechte</p> <p>b Wahlkampfgeschenke zur Verteilung (Stichproben) Der Markt für Werbegeschenke („Give-aways“) ist sehr groß. Nachfolgende Angaben und Kostenbeispiele für Neukundenangebote, ohne Verhandlung, Rabatte, Fracht.</p> <p>Als eines der beliebtesten Werbegeschenke gelten im Wahlkampf Schreibgeräte. <u>Herstellungskosten-Beispiele (inkl. 20% MwSt, österreichische Anbieter) Stand 2024:</u> Kugelschreiber Gute Qualität / 500.000 Stück- € 0,52 / St: gesamt ca. 312.000 Euro Kugelschreiber Gute Qualität / 1.000.000 Stück - € 0,39 / St: gesamt ca. 468.000 Euro Stifte – Mittlere bis einfache Qualität ca. / 500.000 Stück - € 0,17 / St: gesamt ca. 102.000 Euro Stifte – Mittlere bis einfache Qualität ca. / 1.000.000 Stück - € 0,13 / St: gesamt ca. 156.000 Euro</p> 
-----------	--

Weitere übliche Werbegeschenke - Give-aways

Herstellungskosten-Beispiele (inkl. 20% MwSt, österreichische Anbieter) Stand 2024:

Haftnotizen (82x70) 1.000 Stück: ca. 720-840 Euro

Süße Werbung – Traubenzucker 10.000 Stück: ca. 1.680-1.920 Euro

Süße Werbung – Vegane Gummibären 10.000 Stück: ca. 3.600-3.840 Euro

Salzige Werbung – Knabber 10.000 Stück: ca. 5.200-5.520 Euro

Streichhölzer (55x36): 10.000 Stück: ca. 3.000-3.120 Euro

Buttons (dm 56) 10.000 Stück: 4.080-4.320 Euro

„Multitool-Schlüssel“ – per Stück ca. ab 1,75, bei 2.000 Stück ca. 4.200 Euro

Tragetaschen Baumwolle Druck 4c - 5.000 Stück: ca. 13.200-15.600 Euro

Tragetaschen Papier Druck 4c - ab 1.000 Stück: ca. 720-1.200 Euro

c Printmedien

Hier können mitunter zeitungähnliche Formate entwickelt und realisiert werden.

Arbeitsaufwand pro Magazinwurf (nach Design Austria) bspw.:

Pauschalsumme für 4-Seitiges Magazin ca. 25h – 2.600 Euro zuzüglich Nutzungs- & Lizenzrechte, Beratungsleistung, sonstige Leistung. Auch die Generalabwicklung über Kreativagenturen ist bekannt und branchenüblich.

Druckkostenbeispiel „Programmroschüren“ (inkl. 20% MwSt):

„Zeitung“ (ca. A4, ca. 8 S): 10.000 Stück / 4C / Kunstdruck 130g: ca. 1.800 - 2.160 Euro

„Wahlprogramm“ (A4, ca. 100 S): 20.000 Stück / 4C / Kunstdruck 250 / 90g: ca. 28.800-33.600 Euro

„Themenbuch“ (A5, ca. 200 S): 5.000 Stück / 4C / Kunstdruck 250 / 90g: ca. 9.600-10.800 Euro



Zusätzliche Kosten: Erstellung von Text-, Bildmaterialien, Retusche, Lektorat, Bild & Lizenzrechte, Dokumentation, Pressearbeit

Grob kann man folgende Schritte der Realisation von Drucksorten und Werbegeschenken (Kostenpositionen) nennen:

- 1) Konzeption & Entwurfs-Phase (ggf. in Kooperation mit Kreativagenturen)
- 2) Reinzeichnung (Layout) mit ø 1-3 Korrekturschleifen (Kreativagenturen)
- 3) Freigabe durch den Auftraggeber
- 4) Produktion von Drucksorten / Werbegeschenken (Druckerei/Händler) & Lieferung
- 5) Verteilung innerhalb der Kampagne (Distribution)

3.	Informationen zu Inseraten und Werbeeinschaltungen
	<p>a in Printmedien Zur Befundung wurden herangezogen: Beobachtungen durch die Gutachterin, Recherche bei Mediadaten in Medienhäusern, Erhebungen und Daten von Media Focus. Angaben für Neukundenangebote, ohne Verhandlung, Rabatte (inkl. Werbeabgabe, inkl. MwSt)</p> <p>b 1. in Hörfunkmedien 2. in audiovisuellen Medien 3. in Kinospots Zur Befundung wurden herangezogen: Beobachtungen durch die Gutachterin, Recherche, Erhebungen und Daten von Media Focus. (inkl. Digitalabgabe, inkl. MwSt)</p> <p>c im Internet [einschließlich Social Media] Seit März 2019 veröffentlicht META (Facebook) Werbeberichte als auch Google Ads Werbeberichte zu politischer Werbung. (inkl. Digitalabgabe, inkl. MwSt)</p> <p>Einzusehen unter: www.facebook.com/ads/library</p> <p>Sowie unter : https://adstransparency.google.com/?region=AT</p> <p>Zu YouTube sind keine Werbedaten öffentlich einsehbar. Aktuell hingewiesen sei auf die sehr detaillierten Forschungsergebnisse zu Social Media Nutzung von Parteien und Organisationen der Arbeitsgemeinschaft Wahlbeobachtung.org¹ und die Forschungsarbeiten des Vienna Center for Electoral Research und des Institutes für Staatswissenschaften, beides an der Uni Wien².</p> <p><u>Hinweis Kosten Herstellung Medienbeiträge:</u> Erstellung von Text-, Video- und Bildmaterialien, Retusche, Lektorat, Bild & Lizenzrechte sind in den angegebenen Kosten mangels öffentlicher Informationen nicht enthalten.</p> <p><u>Aufwand Herstellung - Beispiele (inkl. MwSt, österreichische Anbieter) Stand 2024:</u> Erstellung von „Content“ für 1 Social Media - Post (bspw. Videoschnitt): 1-4 h ca. 125 - 500 Euro Erstellung von Grafikelementen für 1 Social Media - Post: 1-3 h ca. 125 - 375 Euro</p>
4.	Informationen zu Umfragen / Maßnahmen zu Meinungsbildung
	<p>1. mit dem Wahlkampf beauftragte Kommunikations-, Media-, Werbe-, Direktwerbe-, Event-, Schalt-, PR- Agenturen</p> <p>Wie eingangs ausgeführt, gibt es nur sehr wenig öffentlich wahrnehmbare Informationen zu den von Parteien beauftragten Agenturen. Öffentliche Informationen konnten nur in sehr geringem Ausmaß festgestellt werden. Auftragsabwicklung und Leistungserbringung sind in der Kreativ- und Werbebranche sehr unterschiedlich, ebenso unterschiedlich gestalten sich die Honorare und Verrechnung der Nutzungsrechte.</p> <p>Ferner sind auch Pauschalhonorare für einzelne Leistungen, ganze Kampagnen und / oder Generalunternehmer-Leistungen für die Abwicklung ganzer Kampagnen üblich.</p> <p>Wie eingangs ausgeführt, kann auch hier der von Design Austria und WKO angegebene Kreativ-Stundenlohn von 104 Euro (ca. 125 Euro inkl. 20% MwSt) für Kreativdienstleistungen angenommen werden.</p> <p>Die Geschäftsbeziehungen zu Schaltagenturen und Werbeunternehmen („Generalstreuer“) sowie für Parteien übliche Geschäftskonditionen, Rabatte und sonstige Vergünstigungen sind nicht öffentlich bekannt. Bei Event-Agenturen ist hier von einer Vorlauf- und Planungszeit von mindestens 2-4 Wochen (kleine bis mittlere Events) auszugehen.</p>

¹ siehe mehr dazu: <https://www.wahlbeobachtung.org/category/eu/>

² siehe mehr dazu: <https://viecer.univie.ac.at/> sowie <https://staatswissenschaft.univie.ac.at/>

	<p>2. Call-Center einschließlich wahlspezifischer Meinungsforschung</p> <p>Öffentlich wahrnehmbare Information zu Meinungsforschung und Umfragen beschränken sich aktuell größtenteils auf die „Sonntagsfragen“ und „Kanzlerfragen“, die hauptsächlich von Medienhäusern beauftragt werden.</p> <p>Dennoch ist nach aktuellem Recherchestand der Markt der politischen Umfragen sehr groß, konkrete Zahlen konnten bisher (Stand Dezember 2024) noch nicht eruiert werden. Informationen, welche Parteien zu Strategiefindung und Kampagnenführung Umfragen in Auftrag geben, welche Stammkundenrabatte oder sonstige Vergünstigungen diese von Meinungsforschungsinstituten erhalten, sind öffentlich nicht bekannt.</p>
<p>5.</p>	<p>Informationen zu Aufwendungen für zusätzlichen Personalaufwand</p>
	<p>Allgemein beobachtbar waren zentrale Organisation der jeweiligen Wahlkämpfe durch die Bundes- und Landesparteien (siehe dazu die Pressearbeit der jeweiligen Parteien), tw. auch durch regionale VertreterInnen der Parteien zur Unterstützung bei Veranstaltungen in den Regionen sowie die Betreuung und Begleitung, vorwiegend der SpitzenkandidatInnen und Listenweiten durch Social Media-Teams (je nach Partei 1 bis ca. 6 Personen), Fotografinnen, sowie ggf. individuelle Organisationsteams.</p> <p>Ein relevanter Personalaufwand liegt ferner in der Pressearbeit, Erstellung von Presstexten, Betreuung von Presseanfragen und Terminen, darüber hinaus im Krisenfall auch die Organisation von Krisenkommunikation.</p> <p>Zusätzlich beobachtbar waren bei Regierungsparteien der Einsatz namhafter Persönlichkeiten und Regierungsmitglieder im Wahlkampf (Detail siehe bei jeweiligen Parteien)</p> <p><u>Nähere Informationen zu Beschäftigungsverhältnissen, Auftragskonditionen bei externer Leistung sind öffentlich nicht verfügbar.</u></p>
<p>6.</p>	<p>Informationen zu Aufwendungen für die Wahlwerber durch die politische Partei</p>
	<p>Nach Beobachtung werden die Wahlwerber offenbar von den Bundes- und Landesparteien mit Werbematerialien ausgestattet, ferner werden Termine und Veranstaltungen organisiert, sowie Koordinationsleistungen und Pressearbeit erbracht.</p> <p>Darüber hinaus waren persönliche Assistenz, Social Media-Betreuung, Fotodokumentation und auch Fahrten für SpitzenkandidatInnen beobachtbar.</p>
<p>7.</p>	<p>Informationen zu Aufwendungen für natürliche Personen und Personengruppen zur Unterstützung eines Wahlwerbers durch die politische Partei</p>
	<p>Wurden nur in sehr geringem Ausmaß beobachtet.</p>

8.	Informationen zu Wahlveranstaltungen
	<p>Allgemein wurden die Aktivitäten der Parteien medial beobachtet sowie vertiefende Stichproben bei Kampagnen und Veranstaltungen vor Ort gemacht. Die Bilddokumentation begann wenn möglich 1-2 h vor Veranstaltungsbeginn (Aufbauarbeiten).</p> <p>Gliederbar sind Wahlkampfveranstaltungen in grob geschätzte Kostenrahmen:</p> <p><u>Kleine Events</u> (Straßenwahlkampf, Gespräche, Podiumsdiskussionen, Pressekonferenzen) Budget: 0 bis ca.20.000 Euro</p> <p><u>Mitteltgroße Events</u> (interaktive Veranstaltungen, Diskussionsrunden, tw. unter Verwendung von vor Ort vorhandener Technik und Ausstattung, kleine mobile Veranstaltungen, Reise-/Nächtigungskosten, Verpflegung, Mietkosten für div. Aufsteller etc..) Budget: bis ca. 90.000 Euro</p> <p><u>Wahlkampf-Veranstaltungen Typ A (Tourevents)</u>: Ausstattung mit kleinen mobilen Bühnen, inkl. Technik und technischer Betreuung, Budget für Einzelveranstaltungen bis ca. 150.000 Euro</p> <p><u>Wahlkampf-Veranstaltungen Typ B (Großevents)</u>: Anmietung von Räumen / Hallen mit zusätzlicher Ausstattung an Technik, Dekoration oder Veranstaltungen im öffentlichen Raum inkl. voller technischer Ausstattung: bspw bis ca. 800.000 Euro</p> <p><u>Hinweis</u>: Die Angaben zu den Beträgen verstehen sich inkl. 20 % MwSt.</p> <p><u>Hinweis zu Straßenwahlkampfständen</u>: Alle Aufwendungen für Straßenwahlkämpfe / Straßenwahlkampfstände (Planung, Organisation, Kommunikation etc.) werden nach Beobachtung zentral (bspw. von Bundes- oder Landesorganisationen) im Rahmen des Gesamtwahlkampfes organisiert. Inwieweit Transporte und Anfahrten sowie für die Durchführung von Straßenwahlkämpfen benötigtes Personal in die jeweiligen Kosten pro Wahlkampfstand anteilig eingerechnet werden, ist öffentlich nicht bekannt.</p> <p>Ferner waren bei Straßenwahlkämpfen regionale / lokale Besonderheiten zu beobachten (Give-aways wie bspw. Blumen, Kernöfläschchen, „Kipferlverteilung“ oder „Obstverteilung“)</p>

9.	Sonstiges / Besonderheiten
	<p>Beobachtet wurde ein Wahlkampf, der sich intensiv mit der Bewerbung der SpitzenkandidatInnen beschäftigte.</p> <p><u>Hinweis zu Social Media Aktivitäten:</u> Pressternine, Veranstaltungen, Teilnahme an sonstigen Events wurden intensiv durch die Social Media Teams dokumentiert und auf die Social Media Kanäle individuell ausgespielt.</p> <p>Beobachtet wurde ferner eine intensive Nutzung der Medienmaterialien von Diskussions- und Interviewformaten und „Elefantenrunden“ der österreichischen Privatsender und des ORF. Diese öffentlich zugänglichen Medienmaterialien (Joyn, ORF-ON) werden von den jeweiligen Medienteams tw. neu geschnitten, mit Grafiken versehen und kurze passgenaue Videos für Social-Media produziert.</p> <p>Nach aktuellen Beobachtungen verrechnen die Medienhäuser (bspw. ORF) keine Nutzungsrechte an die Parteien und stellen bislang das Medienmaterial (Content) unentgeltlich den Parteien zur Verfügung. Dies ermöglicht den Parteien Einsparungspotential bei der Social Media Arbeit, da die eigene Herstellung von Content mit vergleichbarer Qualität einen hohen finanziellen Zusatzaufwand bedeuten würde.</p> <p><u>Hinweis zu Fahrzeugen:</u> Allgemein waren auch div. Fahrzeuge als Werbeträger beobachtbar. Diese wurden von den Parteien mit den Parteifarben, Logos und Werbesprüchen versehen. Da teilweise ähnliche Fahrzeugtypen im Einsatz waren, ist es auch möglich, dass Fahrzeugflotten von den Parteien zugemietet wurden. Öffentliche Informationen sind dazu nicht verfügbar.</p> <p><u>Hinweis zu allgemeiner Bewerbung der Wahl zum Nationalrat:</u></p> <p>Neben den Parteien war auch eine verstärkte Informations- und Werbetätigkeit der Stadt Wien und des Bundesministeriums für Inneres zu beobachten.</p> <p>Anzumerken ist, dass aufgrund des <u>Hochwasser-Ereignisses in Mitteleuropa ab 13.9.2024</u> (besonders in Niederösterreich) gegebenenfalls Veranstaltungen, Termine und Aktionen in ganz Österreich von den Parteien abgesagt / reduziert wurden. Wie weit anfallende Kosten (Mieten, Stornokosten, vorbereitete Materialien, Drucksorten etc.) in die Wahlkampfkosten eingerechnet werden, ist nicht bekannt.</p> <p>Weiters gab es in eine <u>Serie von gefälschten Wahlkampfplakaten</u>, Ermittlungen dazu sind laut Medienberichten noch anhängig (2025).</p> <p>Signifikant waren ebenso zivilgesellschaftliche Kampagnen, bspw. „Ein Versprechen für die Republik“, eine Kampagne zu „Demokratie wählen“, eine Kampagne der Initiative „Sag Ja zu Österreich“ sowie eine Kampagne der Initiative „Zusammen stärker“.</p>

10 Bildbeilagen Allgemeiner Teil

zu 9 Sonstiges / Besonderheiten (Allgemeine Informationen)
Allgemeine Werbetätigkeiten Stadt Wien - Standard 27.9.2024

**Ob ich gut zur Wahl komm?
Fix!**

Mach auch du barrierefrei dein Kreuzerl am 29. September bei der Nationalratswahl.

Wie auch bei der Europawahl gibt es bei der Nationalratswahl viele neue barrierefrei erreichbare Wahllokale. Erkundige dich rechtzeitig, wo dein zuständiges Wahllokal ist. Am besten in der Amtlichen Wahlinformation oder online mit der Wahllokal-Suche.

Am Wahltag sind die Wiener Wahllokale von 7 bis 17 Uhr geöffnet.

Stadt Wien

29. September
Fix!
Nationalratswahl

Mehr Informationen unter:
wien.gv.at/wahlen · 01/4000-4001

Allgemeine Werbetätigkeiten des Bundesministerium Inneres - Krone 21.9.2024

**Wahlsonntag:
Wahlkarte
liegt noch
bei der Post?
Rufen Sie die BMI-Hotline an.**

0800 202220

ENTWICKELUNG: FINEC-HAFTUNG

Bundesministerium Inneres

Wahlkarten, die bei Postfilialen nicht rechtzeitig behoben werden, werden zurückgeholt. Über die BMI-Hotline 0800 202220 können betroffene Wahlberechtigte beim Innenministerium nachfragen, wo sich ihre Wahlkarte befindet und abgeholt werden kann.

Besonderheit: Serie von gefälschten Wahlkampfplakaten, Graz (11.9.2024)



Mo., 10.02.2025 5°C Wien

ERMITTLUNGEN LAUFEN

Fake-Wahlplakate: Hausdurchsuchung in Graz

Steiermark | 17.12.2024 07:05



Am 11. September 2024 tauchten in Graz plötzlich diese Plakate auf (Bild: Krone KREATIV/Scheriau, Traby, zVg)

Besonderheit: Zivilgesellschaftliche Kampagnen im Begutachtungszeitraum



Besonderheit: Zivilgesellschaftliche Kampagnen im Begutachtungszeitraum



Eine zweite Chance für die zweite Republik

Persönlichkeiten, die die Zweite Republik in hohen Ämtern maßgeblich mitgeprägt haben, trafen zusammen, um Alternativen zu der geplanten Regierungskoalition von FPÖ und ÖVP aufzuzeigen.

Am Stein der Republik versammelten sich Bundespräsident a.D. Heinz Fischer, Dritte Nationalratspräsidentin a.D. Heide Schmidt, EU-Kommissar a.D. Franz Fischler, Minister a.D. Rudolf Anschober, Bundesminister a.D. Ferdinand Lacina, Volkskämmerin a.D. Tereziya Stoisits, Nationalratsabgeordneter a.D. Michael Krathl und ehemaliger Dekan der Rechtswissenschaftlichen Fakultät Heinz Mayer.

Mit ihrem Zusammenkommen wollten die Anwesenden zeigen, dass Koalitionen jenseits populistischer Vereinfachung notwendig und vor allem möglich sind. Zusammen kann eine Alternative zu einer extrem rechten Kanzlerschaft gedacht werden – und gemacht werden.



© Medienwerk.at Georg Hitzl
Am 31. Januar 2025 vor dem Stein der Republik
(von l. n. r.): Tereziya Stoisits, Gabriela Bachar, Heinz Mayer, Heinz Fischer, Heide Schmidt, Franz Fischler, Rudolf Anschober, Ferdinand Lacina, Michael Krathl, Ursula Bittner, Dorotea Rabinovici.



Warum?

- NEID**
schafft keinen Wohlstand.
- HASS**
schafft keinen Arbeitsplatz.
- WUT**
senkt keine Lebenskosten.
- FRUST**
senkt keine Steuern.
- ZORN**
schafft kein Ansehen im Ausland.
- ANGST**
kurbelt die Wirtschaft nicht an.

FAQ

- Warum das alles?**
Die Stimmung im Land ist vor einer Wahlrechtsreform aufgeheizt. Die Exekutive ist leistungsfähiger, verantwortungsvoller und integrierter. Die Exekutive ist leistungsfähiger, verantwortungsvoller und integrierter. Die Exekutive ist leistungsfähiger, verantwortungsvoller und integrierter.
- Was ist das Ziel dieser Bewegung?**
Die Initiative 'Kommunismus' ist eine Initiative, die die Exekutive leistungsfähiger, verantwortungsvoller und integrierter macht.
- Was macht diese Bewegung?**
Die Initiative 'Kommunismus' ist eine Initiative, die die Exekutive leistungsfähiger, verantwortungsvoller und integrierter macht.
- Was kann ich tun?**
Die Initiative 'Kommunismus' ist eine Initiative, die die Exekutive leistungsfähiger, verantwortungsvoller und integrierter macht.

EXTREME
bringen Österreich
nicht weiter.

03-01 Karl Nehammer – Die Volkspartei (ÖVP)

<p>1. Informationen zu Außenwerbung - ÖVP</p>	<p>Laut Daten von Focus Media: ca. 480.000 Euro (ca. 605.000 Euro inkl. 5% Werbeabgabe, inkl. 20 % MwSt)</p> <p><u>Hinweis 1:</u> In diesen Kosten sind „Dreieckständer“, Flächen für Kleinplakate (unter 8 Bogen) und sonstige Sonderwerbformen (bspw. Hohlkammerplakate) nicht enthalten.</p> <p><u>Hinweis 2:</u> Angegebene Kosten beziehen sich nur auf die Mietflächen, exkl. der Erstellung von Texten, Bild- & Grafikmaterialien, Entwurf & Layout (Kreativkosten), sowie exkl. mögliche Beratungskosten, exkl. Herstellungskosten</p> <p><u>Grobe Kalkulation Druckkosten:</u> bis ca. 96.000 Euro (inkl. MwSt) Druckkosten beziehen sich auf die oben angegebenen gemieteten Werbeflächen.</p> <p>Ob die Produktionen von Bannern, Planen, Sonderdrucksorten für den Außenraum, Autobeklebung auch in die Kosten für Außenwerbung eingerechnet werden, ist nicht bekannt.</p> <p><u>Auflage und Anzahl von Drucksorten sind nicht bekannt.</u></p> <p><u>Mögliche Rabatte oder sonstige Vergünstigungen sind öffentlich nicht bekannt.</u></p>
<p>2. Direktwerbung - ÖVP</p>	<p>a 1. Folder 2. Postwurfsendungen 3. sonstige Direktwerbung (bspw. Mailings) Folder Doppelkreuzbruch „Die starke Mitte“ (geschlossen A6 105 x 115, offen A3 / 16-S, ca. 190g) div. Postkarten A6 (ca. 160-190g) und Wickelfalz-Folder mit Mutationen für lokale KandidatInnen (geschlossen A6 – 6 Seitig, 105 x 115, ca. 120g), „Fanny entdeckt Österreich“ – Ausmalbuch (ca. 200x2000 24S), A5 Flyer für Veranstaltungs- & Programmhinweise (ca. 120g), Bierdeckel (95x95),</p> <p>b Wahlkampfgeschenke zur Verteilung Kugelschreiber mit Namens-Mutationen für KandidatInnen, Feuerzeuge, Streichhölzer, Süße Geschenke: Bonbons, Gummibären-Tütchen, Traubenzucker, Karamellkeks-Minis, Taschentücher mit Aufdruck „Politik zum Leben statt zum Heulen“, Give away Universalschlüssel Multitool: „Einer für alle Fälle“ Salzige Geschenke: Salatgewürz-Tütchen Verpackungsmaterial: Papiertaschen mit Aufdruck</p> <p>c parteieigene Printmedien Ggf. periodische Aussendungen der Partei an Mitglieder wurden öffentlich nicht bekannt.</p> <p><u>Hinweis:</u> Kosten für Direktwerbung können grundsätzlich in Kosten für Entwicklung, Erstellung von Texten, Bild- & Grafikmaterialien, Entwurf & Layout (Kreativkosten), Kosten für Herstellung (Druck) und Kosten für Verteilung / Versendung (Distribution) getrennt werden.</p> <p><u>Auflage und Anzahl von Drucksorten und Wahlkampfgeschenken sind nicht bekannt.</u></p> <p><u>Mögliche Rabatte oder sonstige Vergünstigungen sind öffentlich nicht bekannt.</u></p>

<p>3. Informationen zu Inseraten und Werbeeinschaltungen - ÖVP</p> <p><i>a in Printmedien</i> Laut Daten von Focus Media: 1.080.000 Euro in diversen Printmedien (ca. 1.361.000 Euro inkl. 5% Werbeabgabe, inkl. 20% MwSt) Zusätzlich konnten zwei Kampagnen des ÖVP Parlamentsclubs festgestellt werden: „Kampagne für das Kilometergeld“ und „Für unsere Einsatzkräfte“ des ÖVP Parlamentsclubs, zusammen in der Höhe von ca. 150.000 Euro (ca. 180.000 Euro inkl. 20% MwSt) <u>Hinweis: Mögliche Rabatte oder sonstige Vergünstigungen sind öffentlich nicht bekannt.</u></p> <p><i>b 1. in Hörfunkmedien 2. in audiovisuellen Medien 3. in Kinospots</i> Laut Daten von Focus Media: Radio – keine Schaltungen Laut Daten von Focus Media: TV ca. 48.000 Euro (ca. 60.000 Euro inkl. 5% Werbeabgabe, inkl. 20% MwSt) <u>Mögliche Rabatte oder sonstige Vergünstigungen sind öffentlich nicht bekannt.</u></p> <p><i>c im Internet [einschließlich Social Media]</i> Aktive Social Media Arbeit vorwiegend auf Facebook und X (Twitter), TikTok, Instagram etc. Laut Daten von Focus Media gesamt: ca. 165.000 Euro (ca. 208.000 Euro inkl. 5% Digitalabgabe, inkl. 20% MwSt) Laut Daten von Meta: ca. 140.000 Euro, Volkspartei & Karl Nehammer (ca. 176.000 Euro inkl. 5% Digitalabgabe, inkl. 20% MwSt) Laut Daten von Google: ca. 14.600 Euro (ca. 18.000 Euro inkl. 5% Digitalabgabe, inkl. 20% MwSt) Informationen zu YouTube, Twitter u.ä. sind öffentlich nicht bekannt. <u>Hinweis zu Entwicklung und Herstellung: Alle Kosten exkl. der Erstellung von Texten, Bild-, Video- & Tonmaterialien, Entwurf & Layout (Kreativkosten), sowie exkl. mögliche Beratungskosten.</u> <u>Mögliche Rabatte oder sonstige Vergünstigungen sind öffentlich nicht bekannt.</u> <u>Hinweise zu aktiver Social-Media Arbeit: vorwiegend auf Facebook, Instagram und X (Twitter) mit Erstellung von Texten, Bildmaterialien, Grafiken (Meme) Kurzvideos.</u> Betreiben diverser Social-Media Kanäle (Facebook, X (Twitter), YouTube, ...) <u>Stichprobe zu Social Media Aktivitäten: Facebook ca. 330 Posts jeweils der Bundespartei und des Spitzenkandidaten Karl Nehammer, mit Ausspielungen auf andere Kanäle (Twitter, Instagram, TikTok etc.) inkl. Erstellung von Videos und Grafiken</u> <u>Stichprobe zu Pressearbeit: ca. 85 Presseaussendungen (OTS) im Begutachtungszeitraum</u> Geschätzter Personalbedarf Social Media & Presse Arbeit: ca. 6-10 Personen Fachpersonal, unter Mitwirkung von SpitzenkandidatInnen und Parteiverantwortlichen Betreiben von Websites: https://www.dievolkspartei.at/ und www.karl-nehammer.at</p>
--

4.	<p>Informationen zu Umfragen / Maßnahmen zu Meinungsbildung - ÖVP</p>
	<p>1. mit dem Wahlkampf beauftragte Kommunikations-, Media-, Werbe-, Direktwerbe-, Event-, Schalt-, PR- Agenturen <u>Es konnten keine öffentlichen Informationen festgestellt werden.</u></p> <p>2. Call-Center <u>Es konnten keine öffentlichen Informationen festgestellt werden.</u></p> <p>3. einschließlich wahlspezifischer Meinungsforschung <u>Dazu waren keine öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p>
5.	<p>Informationen zu Aufwendungen für zusätzlichen Personalaufwand - ÖVP</p>
	<p><u>Mögliche Kostenpositionen:</u></p> <p>Social-Media-Team zur Begleitung des Wahlkampfes (ca. 6-10 Personen) Betreuung von Straßenwahlkampfständen, Veranstaltungen in den Regionen Betreuung von Veranstaltungen Ggf. Betreuung von Pressearbeit Organisation / Koordination, allgemeine Kommunikation</p> <p><u>Zum zusätzlichen Personalaufwand waren keine öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p>
6.	<p>Informationen zu Aufwendungen für die Wahlwerber durch die politische Partei - ÖVP</p>
	<p>Ggf. zentraler Einkauf von Werbematerial und Drucksorten, Organisation von Terminen und Pressearbeit erfolgte mutmaßlich durch die politische Partei.</p> <p><u>Zu den Aufwendungen waren keine öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p>
7.	<p>Informationen zu Aufwendungen für natürliche Personen und Personengruppen zur Unterstützung eines Wahlwerbers durch die politische Partei - ÖVP</p>
	<p>Beobachtet wurden primär Aktivitäten des Spitzenkandidaten Bundeskanzler Karl Nehammer sowie zahlreiche Aktivitäten von Parteimitgliedern und Mitgliedern des Parteivorstandes (u.a. Regierungsmitgliedern).</p> <p>Beobachtbar war ferner ein „Personenkomitee“ für den <u>Spitzenkandidaten Bundeskanzler Karl Nehammer</u>. Angeführt wird das Komitee von Wolfgang Rosam. Hierzu wurde eine Pressekonferenz unter dem Titel „Wir die Mitte - Trendwendegespräch“ am 13. Juni 2024 im Café Landtmann abgehalten. Welche konkreten Leistungen im Rahmen des Komitees erbracht wurden, ist öffentlich nicht bekannt.</p> <p><u>Zu den Aufwendungen waren keine öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p>

8.	<p>Informationen zu Wahlveranstaltungen - ÖVP</p> <p>Beobachtet wurden kleine Wahlkampfstände, ausgestattet mit einfachen Präsentationstischen, Fahnen mit Parteilogo und ausgelegtem Werbematerial, Plakatständer, Verteilen von Geschenktüten (Papiertüten mit Parteilogo) unter Mitwirkung lokaler KandidatInnen sowie individuelle „Aktionen“ (bspw. „Kipferlverteilen“)</p> <p>Die genaue Anzahl der in Österreich verwendeten Stände ist nicht bekannt. Auszugehen ist von mindestens 3-6 Ständen pro Bundesland</p> <p><u>Geschätzter Kostenrahmen:</u> jeweils unter 5.000 Euro</p> <p>Beobachtet wurden ferner die Teilnahme an ca. 8 signifikanten Veranstaltungen (Informations- und Diskussionsveranstaltungen, Pressekonferenzen etc.) tw. unter Nutzung vorhandener Einrichtungsgegenstände und einfacher technischer Ausstattung, ggf. vor Ort</p> <p><u>Geschätzter Kostenrahmen:</u> jeweils unter 5.000 Euro</p> <p><u>Stichprobe Kampagnen: „Bürgermeistertour Karl Nehammer“ ab 20.6.2024 (Tour ca. 4 Wochen)</u> Besuche bei BürgermeisterInnen, in Gemeinden, mit zahlreichen Fototerminen, Aufbereitung für Social Media Posts und Online-Kommunikation</p> <p><u>Aufwand:</u> Fahrten, Kommunikation, Organisation, Social-Media Betreuung, ggf. Nächtigungen</p> <p><u>Geschätzter Kostenrahmen:</u> unter 30.000 Euro</p> <p><u>Stichprobe Kampagnen: Sommertour Karl Nehammer mit Dr. Christian Stocker „Arbeiten für Österreich“ ab 8.7.2024. in ganz Österreich</u> Tour für FunktionärInnen und Mitglieder / Motivationsveranstaltungen</p> <p><u>Aufwand:</u> Fahrten, Organisation, Kommunikation, Dokumentation, Social-Media Betreuung, ggf. Nächtigungen, Dokumentation Erstellung von Videomaterial, Social-Media Betreuung</p> <p><u>Geschätzter Kostenrahmen:</u> unter 40.000 Euro</p> <p><u>Stichprobe Kampagnen: Sommer-Kampagne der JVP mit der JVP-Obfrau Claudia Plakolm - „Muhtiger“ ab 10.7.2024 (mit analogem Schaelement „Muhtiger“, Aufbereitung für Social Media, Präsenz in allen Bundesländern)</u></p> <p><u>Aufwand:</u> Erstellung von Videomaterial, Social-Media Betreuung, Kommunikation, ggf. Fahrten</p> <p><u>Geschätzter Kostenrahmen:</u> unter 10.000 Euro</p> <p><u>Stichprobe Kampagnen: Bundesländertour Karl Nehammer sowie Pressekonferenz (ab 19.8.24 – Dauer ca. 2 Wochen bis 31.8.24) „Stabilität für Österreich“ - Tour durch ganz Österreich zur Bewerbung des „Österreich-Plans“</u> Ca. 11 signifikante Stationen in ganz Österreich</p> <p><u>Aufwand:</u> Fahrten, Kommunikation, Organisation, Dokumentation, Social-Media Betreuung, ggf. Nächtigungen, etc.</p> <p><u>Geschätzter Kostenrahmen:</u> je nach Aufwand, pro Station ca. 5.000 - 8.000 Euro</p> <p><u>Stichprobe Kampagnen: Präsentation des Wahlprogramms der ÖVP, 5.9.2024</u> Pressekonferenz, Programm ca. 270 Seiten,</p> <p><u>Aufwand:</u> Organisation, Kommunikation</p> <p><u>Geschätzter Kostenrahmen:</u> je nach Aufwand, pro Station unter 7.000 Euro</p>
-----------	---

Stichprobe Wahlkampfveranstaltungen: „Wahlkampfauftakt“ – Wien, Steffi Arena 7.9.2024

Geschlossene Veranstaltung, nur für akkreditierte Parteimitglieder / Motivationsveranstaltung
Begutachtung erfolgte über Medienberichte, sowie über Besichtigung außerhalb der Veranstaltungszeit.

Hinweis: Liveübertragung durch ORF

Aufwand: Umfangreiche Planung und Vorbereitungsarbeiten, Bühnenbau (inkl. Technik / mehrere Screens) Bild, Licht, Verkabelung, und Tonregie, Lichtregie, Bildregie

Ggf. zugemietete Ton- und Videotechnik, Livemusik-Acts, Bierzelttische, Stehtische, Sitzgelegenheiten, Halle mit Ausstattung für ca. 3.500 Gäste

Auf- & Abbauzeit : ca. 2-3 Tage, inkl. Probedurchläufen

Weitere Ausstattung: Großbanner Außenbereich, Plakatwände / Infowände, Plakatständer, Werbematerial, umfangreiche Abdeckungen von Sitzreihen in der Sporthalle (mehrere 100m²)

Vorplatz / Empfang: Fahnen, Parteizelte / Partyzelte (vor dem Gebäude) sowie Medienbereich
Raumdekoration mit Spruchbanner, Portaldekoration, Gebrandeter Fuhrpark

Personalbedarf: Wahlkampfteam vor Ort von ca. 30-40 Personen, zugemietete Teams von VeranstaltungstechnikerInnen, LichttechnikerInnen, Regie, Betreuung etc. 40-50 Personen

Transporte / Fahrten: Da Parteimitglieder aus ganz Österreich zugegen waren, könnten hier Fahrt- und Übernachtungskosten möglich sein.

Sicherheit: Umfangreiche Vorkehrungen durch Security und Polizei

Verpflegung: Konsumation vor Ort (gegen Bezahlung)

Geschätzter Kostenrahmen: unter 700.000 Euro (zuzüglich Kosten für Security)

Stichprobe Wahlkampfveranstaltungen: Wahlkampfabschluss Lichtenfelsgasse 27.9.2024

Wahlkampfabschluss wurde als Pressekonferenz vor der Parteizentrale gestaltet
Podium, mobiler Werbeträger, Stehtische, sowie anschließende Verteilaktion von Werbetüten mit Werbegeschenken.

Aufwand: Organisation, Kommunikation, Schaumaterialien, mobile Werbeflächen

Geschätzter Kostenrahmen: Wahlkampfveranstaltungen unter 30.000 Euro

9.	Sonstiges / Besonderheiten - ÖVP
	<p>Beobachtet wurde ein fokussierter Social Media Wahlkampf mit variantenreichen Sujets und Medienpräsenz.</p> <p>Signifikant sind die Überlagerungen durch mehrere Kampagnen im Beobachtungszeitraum. Dazu gezählt werden kann die Kampagne „Wir die Mitte“, die bereits seit März 2024 lief und sich über Social Media Kampagnen, Inserate und Pressekonferenzen, Kleinveranstaltungen erstreckte. Weiters zu nennen ist der „Österreichplan“ und die damit verbundene Österreichtour von Bundeskanzlers Karl Nehammer. Teilweise fand diese Tour schon vor dem Begutachtungszeitraum statt, ebenso wie die Präsentation des „Österreichplans“ der auch im Nationalratswahlkampf stellenweise Einsatz fand.</p> <p>Ob bei diesen Kampagnen Kosten abgegrenzt oder angerechnet werden, ist nicht bekannt.</p> <p>Weiters zu nennen ist die Tour „Stabilität für Österreich“ und „Arbeiten für Österreich“.</p> <p><u>Hinweis zu Fahrzeugen:</u> Beobachtbar war der Einsatz von Fahrzeugen als mobiler Werbeträger für den Wahlkampf. Diese wurden gesamt mit Parteifarbe, Logos und Werbesprüchen versehen (Fahrzeugbeklebung, foliert). Da teilweise ähnliche Fahrzeugtypen im Einsatz waren ist es auch möglich, dass Fahrzeuge von der Partei für den Zeitraum des Wahlkampfes zugemietet wurden. Öffentliche Informationen sind dazu nicht bekannt.</p> <p>Anzumerken ist, dass aufgrund des <u>Hochwasser-Ereignisses in Mitteleuropa ab 13.9.2024</u> (besonders in Niederösterreich) gegebenenfalls Veranstaltungen, Termine und Aktionen in ganz Österreich von der Partei abgesagt / reduziert wurden. Wie weit anfallende Kosten (Mieten, Stornokosten, vorbereitete Materialien, Drucksorten etc.) in die Wahlkampfkosten eingerechnet werden, ist nicht bekannt.</p> <p>Schlussfolgerung aus dem Befund: Stand 27.2.2025 Plausibilität der Einhaltung der Kostengrenze von <u>8.662.515 EURO</u> ist gegeben.</p>

10 Bildbeilagen - ÖVP

Zu1: Plakatwerbung: Beispiele Plakate Hängung Wien / Niederösterreich



Zu1: Plakatwerbung: Beispiel Hängung Wien



Zu1: Plakatwerbung: Beispiel Hängung Wien und Vorarlberg



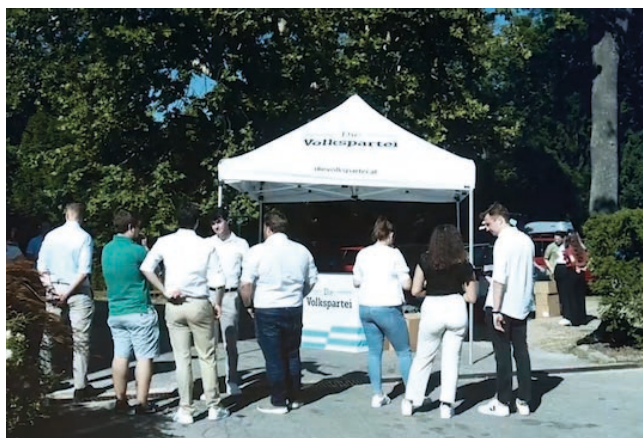
Zu 2: Drucksorten und Wahlkampfgeschenke



Zu 2: Werbegeschenke / Straßenwahlkampf unterwegs, Bsp. aus Graz



Zu 8: Bsp JVP - Kampagnen „Muhtiger“ (Screenshot Instagram) sowie Beispiel Straßenwahlkampf, Graz, sowie Niederösterreich (Quelle: ÖVP)



Zu 8: „Wahlkampfauftakt“ – Wien, Steffi Arena 7.9.2024

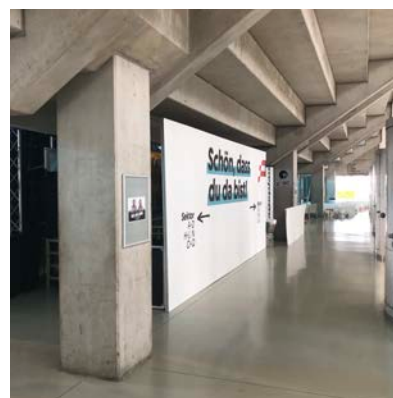
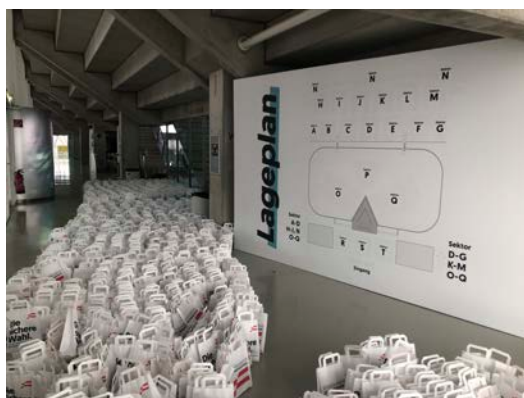
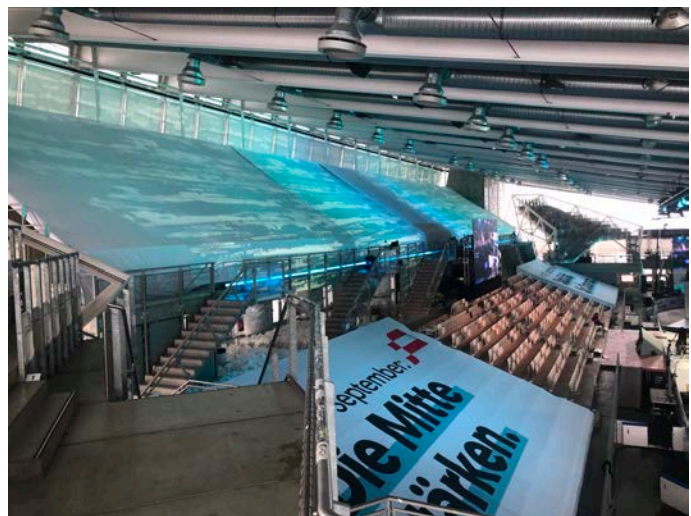
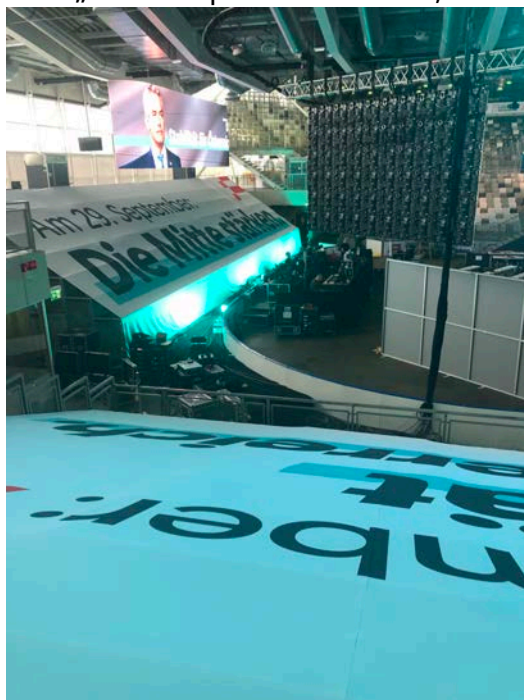
Quelle: ORF-Live-Übertragung, 7.9.2024



Zu 8: „Wahlkampfauftakt“ – Wien, Steffi Arena 7.9.2024 - Quelle: ORF-Report, 9.9.2024



Zu 8: „Wahlkampfauftakt“ – Wien, Steffi Arena 6.9.2024



Zu 8: Wahlkampfabschluss Lichtenfelsgasse 27.9.2024
Quelle: Screenshot Der Standard – Foto: APA Fohringer



Zu 8: Wahlkampfabschluss Lichtenfelsgasse 27.9.2024



Zu 8: Wahlkampfabschluss Lichtenfelsgasse 27.9.2024

Mobile Werbefläche



zu 9: Besonderheiten - Autofolierungen



03-02 Sozialdemokratische Partei Österreichs (SPÖ)

<p>1. Informationen zu Außenwerbung - SPÖ</p>	<p>Laut Daten von Focus Media: ca. 320.000 Euro (ca. 403.000 Euro inkl. 5% Werbeabgabe, inkl. 20 % MwSt)</p> <p><u>Hinweis 1:</u> In diesen Kosten sind „Dreieckständer“, Flächen für Kleinplakate (unter 8 Bogen) und sonstige Sonderwerbformen nicht enthalten.</p> <p><u>Hinweis 2:</u> Angegebene Kosten beziehen sich nur auf die Mietflächen, exkl. der Erstellung von Texten, Bild- & Grafikmaterialien, Entwurf & Layout (Kreativkosten), sowie exkl. mögliche Beratungskosten, exkl. Herstellungskosten</p> <p><u>Grobe Kalkulation Druckkosten:</u> bis ca. 76.000 Euro (inkl. 20 % MwSt) Druckkosten beziehen sich auf die oben angegebenen gemieteten Werbeflächen.</p> <p>Ob die Produktionen von Bannern, Sonderdrucksorten für den Außenraum, Autobeklebungungen auch in die Kosten für Außenwerbung eingerechnet werden, ist nicht bekannt.</p> <p><u>Auflage und Anzahl von Drucksorten sind nicht bekannt.</u></p> <p><u>Mögliche Rabatte oder sonstige Vergünstigungen sind öffentlich nicht bekannt.</u></p>
<p>2. Direktwerbung - SPÖ</p>	<p>a 1. Folder 2. Postwurfsendungen 3. sonstige Direktwerbung (bspw. Mailings) Diverse einfache Wickelfalz Folder mit Mutationen für KandidatInnen (100x210 und 145x145) Diverse einfache 2-seitige Drucksorten (A6, A5) bspw. Flyer ca. A6 – 4c Druck, ca. 90g Diverse regionales Werbematerial (ggf. auch aus Fundus): Malbuch „mit Herz und Hirn“ (145x105, 16-Seitig), Infokarten, sonstige regionale Folder Weiters wurde Informationsmaterial der Initiative Mitmachen genutzt. (Siehe Bildbeilage)</p> <p>b Wahlkampfgeschenke zur Verteilung Sticker „Babler“, Feuerzeuge, Rubbel-Tattoos, div. Knabbertüten (tw. des SPÖ Parlamentsclubs), Ballons, Stifte, Kugelschreiber, Traubenzucker, Bierdeckel, Fächer, Armbänder (Rot-Weiß-Rot), „Wir machen´s wieder gut“-Pflaster, Baumwolltaschen, div. Wimpel und A3 Tafeln, Windräder, Wasserball, Post-it´s, Sticker etc. Regional: Gewürzmischungen, Knabberkerne, A3-Schautafeln bei Veranstaltungen Verpackung: Baumwolltaschen mit Aufdrucken</p> <p>c parteieigene Printmedien Herstellung eines Wahlprogramms „Unser Plan für dein besseres Österreich“ (A4 -116 Seiten, Auflage unbekannt), Broschüre: „Mit Herz und Hirn“ (A4 - 16 Seiten, Auflage unbekannt) sowie periodische Aussendungen der Partei an Mitglieder.</p> <p><u>Hinweis:</u> Kosten für Direktwerbung können grundsätzlich in Kosten für Entwicklung, Erstellung von Texten, Bild- & Grafikmaterialien, Entwurf & Layout (Kreativkosten), Kosten für Herstellung (Druck) und Kosten für Verteilung / Versendung (Distribution) getrennt werden.</p> <p><u>Auflage und Anzahl von Drucksorten und Wahlkampfgeschenken sind nicht bekannt.</u></p> <p><u>Mögliche Rabatte oder sonstige Vergünstigungen sind öffentlich nicht bekannt.</u></p>

3.	Informationen zu Inseraten und Werbeeinschaltungen - SPÖ
	<p>a in Printmedien Laut Daten von Focus Media: ca. 850.000 Euro in diversen Printmedien (ca. 1.071.000 Euro inkl. 5% Werbeabgabe, inkl. 20 % MwSt) <u>Hinweis: Mögliche Rabatte oder sonstige Vergünstigungen sind öffentlich nicht bekannt.</u></p> <p>b 1. in Hörfunkmedien 2. in audiovisuellen Medien 3. in Kinospots Laut Daten von Focus Media: TV ca. 390.000 Euro (ca. 491.000 Euro inkl. 5% Werbeabgabe, inkl. 20 % MwSt) <u>Mögliche Rabatte oder sonstige Vergünstigungen sind öffentlich nicht bekannt.</u></p> <p>c im Internet [einschließlich Social Media] Aktive Social Media Arbeit vorwiegend auf Facebook und X (ehem. Twitter), TikTok Laut Daten von Focus Media gesamt: ca. 16.000 Euro (ca. 20.000 Euro inkl. 5% Digitalabgabe, inkl. 20 % MwSt) Laut Daten von Meta: ca. 110.000 Euro (Andreas Babler und SPÖ) (ca. 139.000 Euro inkl. 5% Digitalabgabe, inkl. 20 % MwSt) Laut Daten von Google: ca. 120.000 Euro (ca. 151.000 Euro inkl. 5% Digitalabgabe, inkl. 20 % MwSt) Informationen zu YouTube Twitter u.ä. sind nicht bekannt. <u>Mögliche Rabatte oder sonstige Vergünstigungen sind öffentlich nicht bekannt.</u></p> <p><u>Hinweis zu Entwicklung und Herstellung: Alle Kosten exkl. der Erstellung von Texten, Bild-, Video- & Tonmaterialien, Entwurf & Layout (Kreativkosten), sowie exkl. mögliche Beratungskosten. Mögliche Rabatte oder sonstige Vergünstigungen sind öffentlich nicht bekannt.</u></p> <p><u>Hinweise zu aktiver Social-Media Arbeit: vorwiegend auf Facebook, Instagram und X mit Erstellung von Texten, Bildmaterialien, Grafiken, Kurzvideos</u></p> <p><u>Stichprobe zu Social Media Aktivitäten: Facebook ca. 340 Posts der Bundespartei und des Spitzenkandidaten Andreas Babler, mit Ausspielungen auf andere Kanäle (Twitter (X) Instagram, TikTok, etc..) inkl. Erstellung von Videos und Grafiken</u></p> <p><u>Stichprobe zu Pressearbeit: ca. 140 Presseaussendungen (OTS) im Begutachtungszeitraum</u></p> <p><u>Geschätzter Personalbedarf Social Media & Presse Arbeit: ca. 2-4 Personen Fachpersonal, unter Mitwirkung von SpitzenkandidatInnen und Parteiverantwortlichen</u></p> <p>Websites: https://www.spo.at/ und www.andibaler.at sowie https://wir-fuer-babler.at</p>
4.	Informationen zu Umfragen / Maßnahmen zu Meinungsbildung
	<p>1. mit dem Wahlkampf beauftragte Kommunikations-, Media-, Werbe-, Direktwerbe-, Event-, Schalt-, PR- Agenturen <u>Es konnten keine öffentlichen Informationen festgestellt werden.</u></p> <p>2. Call-Center <u>Dazu waren keine öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p> <p>3. einschließlich wahlspezifischer Meinungsforschung <u>Dazu waren keine öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p>

5.	Informationen zu Aufwendungen für zusätzlichen Personalaufwand - SPÖ
	<p>Mögliche Kostenpositionen:</p> <p>Social-Media-Team zur Begleitung des Wahlkampfes (ca. 5-8 Personen) Betreuung von Straßenwahlkampfständen, Touren, Veranstaltungen in den Regionen Betreuung von Veranstaltungen (tw. nach Auskünften vor Ort ehrenamtlich) Ggf. Betreuung von Pressearbeit Organisation / Koordination</p> <p>Zum zusätzlichen Personalaufwand waren keine öffentlichen Informationen verfügbar.</p>
6.	Informationen zu Aufwendungen für die Wahlwerber durch die politische Partei - SPÖ
	<p>Ggf. zentraler Einkauf von Werbematerial und Drucksorten, Organisation von Terminen und Pressearbeit erfolgte mutmaßlich durch die politische Partei.</p> <p>Zu den Aufwendungen waren keine öffentlichen Informationen verfügbar.</p>
7.	Informationen zu Aufwendungen für natürliche Personen und Personengruppen zur Unterstützung eines Wahlwerbers durch die politische Partei - SPÖ
	<p>Beobachtet wurden primär Aktivitäten für die Bewerbung des Spitzenkandidaten Andreas Babler sowie Personen mit Vorzugsstimmenwahlkampf, bspw. Doris Bures sowie zahlreiche Aktivitäten von Parteimitgliedern und Sympathisanten. Signifikant auch die Unterstützung der Gruppierung „Initiative Mitmachen“ - nach Auskünften erfolgt diese im Kontext der Bundespartei und ist für die Durchführung von regionalen Wahlkampfveranstaltungen, Diskussionsrunden, Informationsveranstaltungen und Motivation von Parteimitgliedern und FunktionärInnen zuständig. Zu den Aufwendungen waren keine öffentlichen Informationen verfügbar.</p> <p>Weiters war das Personenkomitee „Wir für Andres Babler“ wahrnehmbar. Dieses wurde nach öffentlichen Informationen von der Bundesorganisation organisiert.</p>
8.	Informationen zu Wahlveranstaltungen - SPÖ
	<p>Beobachtet wurden kleine Wahlkampfstände mit Zelten, ausgestattet mit einfachen Wahlkampfzelten und Präsentationstischen, Fahne mit Parteilogo und ausgelegtem Werbematerial, Plakatständer, tw auch Stände mit Lastenrädern.</p> <p>Die genaue Anzahl der in Österreich verwendeten Stände ist nicht bekannt. Auszugehen ist von mindestens 3-6 Ständen pro Bundesland</p> <p><u>Geschätzter Kostenrahmen: jeweils unter 5.000 Euro</u></p> <p><u>Stichprobe Kampagnen: Tour Andreas Babler „Mit Herz und Hirn“ (ab 2.8.2024 Start in Salzburg)</u> Tour erfolgte im gebrandeten Wohnmobil mit zahlreichen Stationen, Kleinevents und Pressestatements in ganz Österreich. Ca. 18 - 22 signifikante Stationen. Zusätzlich wurden lokale Events und Kundgebungen organisiert.</p> <p><u>Aufwand:</u> Fahrten im Wohnmobil, Fahrer, Organisation, Kommunikation, Dokumentation, Social-Media Betreuung, ggf. Nächtigungen, Erstellung von Bild- und Videomaterial, Social-Media Betreuung, Wohnmobil ausgestattet als „Miniwahlkampfbüro“ (siehe „Babler-Tour durchs Salzkammergut, Klaus Knittelfelder, die Presse 17.8.2024) technische Ausstattung für Kundgebungen tw. vor Ort organisiert.</p> <p><u>Geschätzter Kostenrahmen: unter 60.000 Euro (exkl. der regionalen Veranstaltungen)</u></p>

Stichprobe Wahlkampfveranstaltungen: Wahlkampfauftakt Linz - ARS- Center, 29.8.2024

Wahlkampfveranstaltung mit Anmeldung und kontrolliertem Zugang

Aufwand: Einsatz einer mobilen Trailer-Bühne, inkl. zugemieteter technischer Ausstattung, Tonanlage, Lautsprecher, Technischem Team vor Ort, Absperrungen, Bild-, Ton- und Lichtregie. Wahlkampfteam vor Ort von ca. 20-30 Personen, Medienbereich, Tourbetreuung der „Initiative Mitmachen“ und Veranstaltungsteam.

Weiters wurden Parteizelte und Fahnen bereitgestellt, sowie Dekoration mit mehreren Spruchbannern (samt zugehörigen Trassingbauten), Raumdekoration mit Spruchbanner

Unterhaltung: Live-Konzert mit Roman Gregory und Band

Sitzgelegenheiten: Bierzeltgarnituren, Auslage von regionalen und nationalen Werbematerialien und Spruchtafeln (A3) sowie Sitzgelegenheiten Tribüne des Ars Electronica Centers

Konsumationsmöglichkeiten: gegen Kauf vor Ort. Sowie freien Getränken (Wasser) bei Eingang

Auf- und Abbauzeiten: ca. 2 Tage

Geschätzter Kostenrahmen: Wahlkampfveranstaltung unter 300.000 Euro

Stichprobe Kampagnen: „Mit Herz und Hirn“ Graz 24.8.24, Innsbruck 31.8.2024

Im Zusammenhang mit der „Mit Herz und Hirn“-Tour waren auch lokale Wahlkampfveranstaltungen beobachtbar, bspw. am 24.8.24 in Graz oder 31.8. im Treibhaus in Innsbruck.

Aufwand: Mobile Schauwände, Mobile Wahlkampfstände, Rollups, Nutzung lokaler Infrastruktur des Veranstaltungsortes, Organisation, Kommunikation, Social-Media Betreuung, ggf.

Nächtigungen, Nutzung technische Ausstattung vor Ort.

Geschätzter Kostenrahmen: je Veranstaltung unter 25.000 Euro

Ob diese „Mit Herz und Hirn“ - Events auch unter die Kampagnenbezeichnung „Aufholjagd“ bzw. „Aufholjagd zum Wahlkampfspurt“ (ca. 7 weitere Veranstaltungen) gezählt werden, ist öffentlich nicht bekannt.

Stichprobe: Wahlkampfveranstaltungen: Präsentation Wahlkampfprogramm, 11.9.2024

Gestaltet als Pressekonferenz mit Livestream

Aufwand: Nutzung technische Ausstattung vor Ort

Geschätzter Kostenrahmen: unter 5.000 Euro

Stichprobe Wahlkampfveranstaltungen: Wahlkampfabschluss Viktor-Adler-Markt 28.9.2024

Wahlkampfveranstaltung mit Kundgebung

Aufwand: Einsatz einer mobilen Bühne, inkl. technischer Ausstattung, Tonanlage, Lautsprecher Wahlkampfteam vor Ort von ca. 12-20 Personen, Tourbetreuung und Veranstaltungsteam, Medienbereich. Weiters wurden mehrere Parteizelte (SPÖ WIEN) und Fahnen bereitgestellt

Sitzgelegenheiten: in den Randbereichen (öffentlicher Raum), Auslage von regionalen und nationalen Werbematerialien. Medienbereich

Konsumationsmöglichkeiten: gegen Kauf vor Ort.

Geschätzter Kostenrahmen: unter 70.000 Euro

9.	Sonstiges / Besonderheiten - SPÖ
	<p>Beobachtet wurde ein Wahlkampf mit regionalen kleinen Veranstaltungen (bspw. Teilnahme von KandidatInnen an regionalen Diskussionsrunden etc.). Signifikant ist die Unterstützung der „Initiative Mitmachen“, die merklich Straßenwahlkampf, Infoveranstaltungen, kurze Reden mit dem Parteivorsitzenden Andreas Babler, organisierte und durchführte.</p> <p>Signifikant wahrnehmbar war ebenso die intensive Pressearbeit mit tw. sehr langen umfangreichen Presstexten und 140 Aussendungen im Beobachtungszeitraum.</p> <p><u>Hinweis zu Fahrzeugen:</u> Beobachtbar war der Einsatz von gebrandeten Fahrzeugen als Werbeträger für den Wahlkampf. Dazu wurden Werbesprüche für den Nationalrats-Wahlkampf, Logos und Bildmaterialien (Fahrzeugbeklebung) auf ggf. bestehenden Fahrzeugen (bspw. Marke Renault) der Landesorganisationen/Bundesorganisation ergänzt. Ob für den Zeitraum des Wahlkampfes Fahrzeuge zugemietet wurden und wieviele „gebrandete“ Fahrzeuge in Österreich genutzt wurden, ist öffentlich nicht bekannt.</p> <p>Anzumerken ist, dass aufgrund des <u>Hochwasser-Ereignisses in Mitteleuropa ab 13.9.2024</u> (besonders in Niederösterreich) gegebenenfalls Veranstaltungen, Termine und Aktionen in ganz Österreich von der Partei abgesagt / reduziert wurden. Wie weit anfallende Kosten (Mieten, Stornokosten, vorbereitete Materialien, Drucksorten etc.) in die Wahlkampfkosten eingerechnet werden, ist nicht bekannt.</p> <p>Schlussfolgerung aus dem Befund: Stand 27.2.2025 Plausibilität der Einhaltung der Kostengrenze von <u>8.662.515 EURO</u> ist gegeben.</p>

10 Bildbeilagen - SPÖ

Zu 1: Plakatwerbung: Beispiel Hängung Wien:



Zu 1: Plakatwerbung: Beispiel Hängung Linz und Niederösterreich



Zu 2: Drucksorten und Wahlkampfgeschenke:



Zu 8: „Mit Herz und Hirn“ Graz 24.8.24



Zu 8: „Mit Herz und Hirn“-Tour im Wohnmobil

Quelle: Screenshot Salzburger Nachrichten 2.8.2024, Bild: SN/PIN

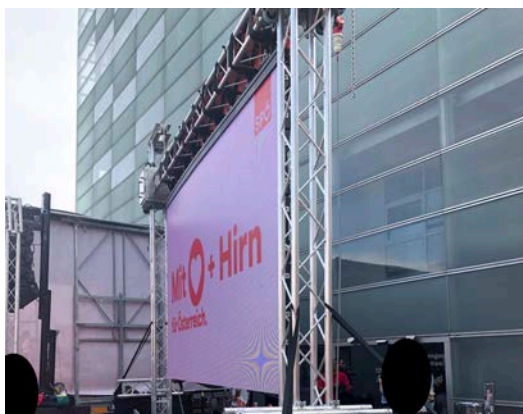
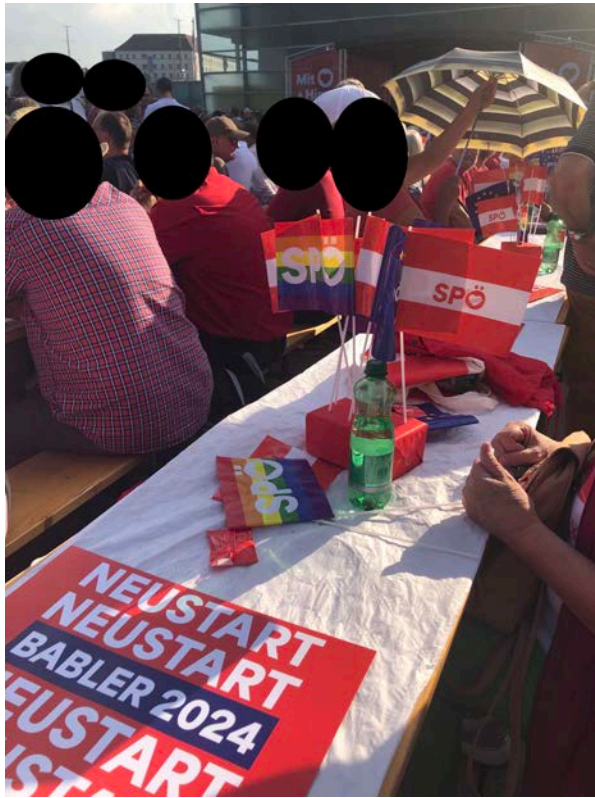


Andi Babler tourt mit dem Wohnmobil durch Österreich.

Zu 8: Wahlkampfauftakt Linz - ARS- Center, 29.8.2024



Zu 8: Wahlkampfauftakt Linz - ARS- Center, 29.8.2024



Zu 8: Wahlkampfabschluss Viktor-Adler-Markt 28.9.2024



Zu 8: Wahlkampfabschluss Viktor-Adler-Markt 28.9.2024



03-03 Freiheitliche Partei Österreichs (FPÖ)

1.	<p>Informationen zu Außenwerbung - FPÖ</p>
	<p>Laut Daten von Focus Media: ca. 430.000 Euro (ca. 542.000 Euro inkl. 5% Werbeabgabe, inkl. 20 % MwSt)</p> <p><u>Hinweis 1:</u> In diesen Kosten sind „Dreieckständer“, Flächen für Kleinplakate (unter 8 Bogen) und sonstige Sonderwerbformen nicht enthalten.</p> <p><u>Hinweis 2:</u> Angegebene Kosten beziehen sich nur auf die Mietflächen, exkl. der Erstellung von Texten, Bild- & Grafikmaterialien, Entwurf & Layout (Kreativkosten), sowie exkl. mögliche Beratungskosten, exkl. Herstellungskosten</p> <p><u>Grobe Kalkulation Druckkosten:</u> bis ca. 86.000 Euro (inkl. 20 % MwSt) Druckkosten beziehen sich auf die oben angegebenen gemieteten Werbeflächen.</p> <p>Weiters wurden ca. 40-50 <u>Fahrzeuggesteuerbefreiungen</u> (Folierung) festgestellt ca. 15 ganzflächig sowie ca. 35 Segmentbefreiungen Kalkulation je nach Fläche und Aufwand der Befreiung: ca. 120-1.000 Euro bei Segmenten Und je nach Autotyp und Größe ca. 3.600-7.200 Euro (inkl. 20 % MwSt) bei Gesamtbefreiung. <u>Hinweis:</u> Ob es sich bei den Fahrzeugen um Privatfahrzeuge, Parteifahrzeuge oder für den Wahlkampf gemietete Fahrzeuge handelt, ist öffentlich nicht bekannt.</p> <p>Weiters wurden zusätzliche Werbetafeln „Hohlkammerplakate“ im ländlichen Raum festgestellt, ob diese in die Kosten zu Außenwerbung hinzugerechnet werden, ist nicht bekannt.</p> <p><u>Auflage & tatsächliche Anzahl von Drucksorten sind nicht bekannt.</u> <u>Mögliche Rabatte oder sonstige Vergünstigungen sind öffentlich nicht bekannt.</u></p>
2.	<p>Direktwerbung - FPÖ</p>
	<p>a 1. Folder 2. Postwurfsendungen 3. sonstige Direktwerbung (bspw. Mailings) Wickelfalz Folder „Herbert Kickl – 5 gute Jahre“ (100x210) 2-seitige Drucksorten Infokarten mit Mutationen von KandidatInnen (Postkarten A6, Flyer A5) zusätzlich regionales Werbematerial der Landesparteien (div. Infomaterial), A5-Buch „Für die Freiheit“ des Freiheitlichen Bildungsinstituts.</p> <p>b Wahlkampfgeschenke zur Verteilung vorwiegend Filzschreiber-Stifte (2 Farben rot und blau), Kugelschreiber, Bleistifte, Feuerzeuge, Buttons „Volkskanzler“, Ballons, Lederkettchen mit Herz, Einkaufswagen-Chip, Regenschutz (blau), Anstecknadel (rot-weiß-rot), Werbematerialien der Freiheitlichen Wirtschaft, Folder der Freiheitlichen Wirtschaft, Energy Drinks der Freiheitlichen Jugend, Folder „Unsere Vision“ der Freiheitlichen Jugend</p> <p><u>Hinweis:</u> Bei der Pressekonferenz zur EU-Wahl am 8.5.2024 wurde die Information gegeben, dass 1.000.000 Stück Fineliner zu diesem Zeitpunkt angefertigt wurden. Ob diese auch im Nationalrats-Wahlkampf verwendet wurden oder neu angefertigt wurden, ist öffentlich nicht bekannt.</p> <p><u>Hinweis:</u> Im Rahmen von Wahlkampfveranstaltungen bspw. in NÖ wurden frische Biolebensmitteln angeboten. Laut Pressemeldungen kamen so 70 t (70.000 kg) Obst und Gemüse vom „Gemüsetraktor“ zur Verteilung. Da die genaue Zusammensetzung des Angebotes nicht bekannt ist, kann hier nur ein sehr grober Richtwert laut Großhandelspreisen von Agrarmarkt Austria für saisonales Mischangebot angenommen werden. Warenwert wäre hier ca. zwischen 30.000-50.000 Euro (inkl. MwSt) anzunehmen (exklusive Transporte).</p>

	<p><u>Hinweis zu Services bei Wahlkampfveranstaltungen:</u> Im Rahmen von Wahlkampfveranstaltungen (siehe Bildbeilagen) wurde neben „Mario´s“ Imbiss-Service (Steiermark) auch ein „Mobiler Pizzabäcker“ und eine „Mobile Schneiderei“ angeboten. In welchem Auftragsverhältnis diese Services für BesucherInnen angeboten wurden, ist öffentlich nicht bekannt.</p> <p><u>Aufwand:</u> Festzustellen waren hier bspw. bei der „Mobilen Schneiderei“ ein gebrandeter Lieferwagen mit Innenausstattung, Großflächigen Folierungen am Wagen, sowie Auslage von Werbematerialien (Details siehe Fotodokumentation)</p> <p><u>Geschätzter Kostenrahmen Ausstattung Schneiderei:</u> unter 10.000 Euro</p> <p><i>c parteieigene Printmedien</i> ggf. periodische Aussendungen der Partei an Mitglieder</p> <p><u>Hinweis:</u> Direktwerbung exkl. der Erstellung von Texten, Bild- & Grafikmaterialien, Entwurf & Layout (Kreativkosten), sowie exkl. mögliche Beratungskosten und Herstellungskosten.</p> <p><u>Hinweis zu Direktwerbung:</u> Beobachtbar war eine Überschneidung mehrerer Werbelinien. So kamen im Wahlkampf Elemente des „Team Kickl“, „Volkskanzler“, „Mit Euch gegen das System“ zum Einsatz. Weiters waren Elemente der Landtagswahlen Steiermark zeitgleich zum Wahlkampf im Einsatz.</p> <p><u>Hinweis:</u> Kosten für Direktwerbung können grundsätzlich in Kosten für Entwicklung, Erstellung von Texten, Bild- & Grafikmaterialien, Entwurf & Layout (Kreativkosten), Kosten für Herstellung (Druck) und Kosten für Verteilung / Versendung (Distribution) getrennt werden.</p> <p><u>Auflage und tatsächliche Anzahl von Drucksorten und Wahlkampfgeschenken sind nicht bekannt. Mögliche Rabatte oder sonstige Vergünstigungen sind öffentlich nicht bekannt.</u></p>
<p>3.</p>	<p>Informationen zu Inseraten und Werbeeinschaltungen - FPÖ</p> <p><i>a in Printmedien</i> Laut Daten von Focus Media: ca. 630.000 Euro in diversen Printmedien (ca. 794.000 Euro inkl. 5% Werbeabgabe, inkl. 20 % MwSt) <u>Hinweis:</u> Mögliche Rabatte oder sonstige Vergünstigungen sind öffentlich nicht bekannt.</p> <p><i>b 1. in Hörfunkmedien 2. in audiovisuellen Medien 3. in Kinospots</i> Laut Daten von Focus Media: im TV ca. 290.000 Euro (ca. 365.000 Euro inkl. 5% Werbeabgabe, inkl. 20 % MwSt) Laut Daten von Focus Media: im Radio ca. 220.000 Euro (ca. 277.000 Euro inkl. 5% Werbeabgabe, inkl. 20 % MwSt) Laut Daten von Focus Media: im Kino ca. 1.600 Euro (ca. 2.000 Euro inkl. 5% Werbeabgabe, inkl. 20 % MwSt)</p> <p>Erstellung der Kurzspots, Redaktion, Bearbeitung etc. nicht inkludiert <u>Hinweis:</u> Mögliche Rabatte oder sonstige Vergünstigungen sind öffentlich nicht bekannt.</p>

	<p>c im Internet [einschließlich Social Media]</p> <p>Aktive Social Media Arbeit vorwiegend auf Facebook und X (ehem. Twitter), TikTok, WhatsApp, Instagram, sowie auf der parteieigenen Website und YouTube</p> <p>Laut Daten von Focus Media: ca. 220.000 Euro (ca. 277.000 Euro inkl. 5% Digitalabgabe, inkl. 20 % MwSt)</p> <p>Laut Daten von Meta: ca. 255.000 Euro (Herbert Kickl und FPÖ) (ca. 321.000 Euro inkl. 5% Digitalabgabe, inkl. 20 % MwSt)</p> <p>Laut Daten von Google Ads: ca. 235.000 Euro (ca. 296.000 Euro inkl. 5% Digitalabgabe, inkl. 20 % MwSt)</p> <p>Informationen zu, YT, Twitter u.ä. sind nicht bekannt.</p> <p>Nutzung eines Films (37 Minuten): „Mit Euch gegen das System“, der schon im Wahlkampf der EU Wahl verwendet wurde: https://www.youtube.com/watch?v=yiBdayY5ZBc - inwieweit hier Kosten abgegrenzt werden, ist öffentlich nicht bekannt.</p> <p><u>Hinweis zu Entwicklung und Herstellung:</u> Alle Kosten exkl. der Erstellung von Texten, Bild-, Video- & Tonmaterialien, Entwurf & Layout (Kreativkosten), sowie exkl. mögliche Beratungskosten. Mögliche Rabatte oder sonstige Vergünstigungen sind öffentlich nicht bekannt.</p> <p><u>Hinweise zu aktiver Social-Media Arbeit:</u> vorwiegend auf Facebook und X mit Erstellung von Texten Bildmaterialien, Grafiken (Meme) Kurzvideos (bspw. Kurzvideos, Reels, etc)</p> <p>Betreiben diverser Social-Media Kanäle (Facebook, X (Twitter), YouTube, ...)</p> <p><u>Stichprobe zu Social Media Aktivitäten:</u> Facebook ca. 380 Posts (Bundespartei) mit tw. Ausspielungen auf andere Kanäle (Twitter, Instagram, TikTok).</p> <p><u>Hinweis:</u> Mögliche Rabatte oder sonstige Vergünstigungen sind öffentlich nicht bekannt.</p> <p>Der YouTube-Kanal „FPÖ-TV“ ist (nach Angaben im Impressum) „eine Produktion des Freiheitlichen Parlamentsclubs und der FPÖ“, mit der Adresse: Freiheitlicher Parlamentsklub, Reichratsstraße 7, 1010 Wien.</p> <p>Über diesen „Produktions-Kanal“ werden laufend Videos zu Statements, Interviews, Reden, Ansprachen, Veranstaltungen, Pressekonferenzen uvm. produziert und veröffentlicht. Verweise, Stils, Links und Ausschnitte daraus finden auch im Wahlkampf Verwendung. Inwiefern hier Produktionskosten (Redaktion, Herstellung, Schnitt etc.) zwischen Parlamentsclub und „FPÖ“ aufgeteilt bzw. abgegrenzt werden, ist öffentlich nicht bekannt.</p> <p><u>Stichprobe zu Pressearbeit:</u> ca. 28 Presseaussendungen (OTS) im Begutachtungszeitraum</p> <p><u>Geschätzter Personalbedarf Social Media & Presse Arbeit:</u> ca. 5-8 Personen Fachpersonal, unter Mitwirkung des Spitzenkandidaten Herbert Kickl und weiterer listengereichten KandidatInnen.</p> <p>Betreiben von Websites: https://www.fpo.e.at und www.volkskanzler.at</p>
<p>4.</p>	<p>Informationen zu Umfragen / Maßnahmen zu Meinungsbildung - FPÖ</p>
	<p>1. mit dem Wahlkampf beauftragte Kommunikations-, Media-, Werbe-, Direktwerbe-, Event-, Schalt-, PR- Agenturen</p> <p><u>Es konnten keine öffentlichen Informationen festgestellt werden.</u></p> <p>2. Call-Center</p> <p><u>Dazu waren keine öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p> <p>3. einschließlich wahlspezifischer Meinungsforschung</p> <p><u>Dazu waren keine öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p>

5.	Informationen zu Aufwendungen für zusätzlichen Personalaufwand - FPÖ
	<p><u>Mögliche Kostenpositionen:</u></p> <p>Social-Media-Team zur Begleitung des Wahlkampfes (ca. 4-6 Personen) Betreuung von Straßenwahlkampfständen, Touren, Veranstaltungen in den Regionen Betreuung von Veranstaltungen (nach Gesprächen an Wahlwerbungsständen übernehmen vielfach Ehrenamtliche die Betreuung der Stände). Ggf. Betreuung von Pressearbeit Ggf. Hilfspersonal für Essenausgaben / Betreuung bei Veranstaltungen</p> <p><u>Zum zusätzlichen Personalaufwand waren keine öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p>
6.	Informationen zu Aufwendungen für die Wahlwerber durch die politische Partei - FPÖ
	<p>Beobachtet wurde ein zentraler Einkauf von Werbematerial und Drucksorten, Organisation von Terminen und Pressearbeit erfolgte mutmaßlich durch die politische Partei und / oder durch den Spitzenkandidaten.</p> <p><u>Zu den Aufwendungen waren keine öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p>
7.	Informationen zu Aufwendungen für natürliche Personen und Personengruppen zur Unterstützung eines Wahlwerbers durch die politische Partei - FPÖ
	<p>Beobachtbar war ferner ein „<u>Personenkomitee</u>“ für einen Vorzugsstimmenwahlkampf für den Kandidaten Leo Lugner. Angeführt wird das Komitee von Christine Lugner. Welche konkreten Leistungen im Rahmen des Komitees erbracht wurden, ist öffentlich nicht bekannt. Siehe genauer unter https://www.youtube.com/watch?v=pFAdaN6-9aU</p> <p>Beobachtet wurden weiter Aktivitäten des Spitzenkandidaten Herbert Kickl sowie zahlreiche Aktivitäten von Mitgliedern der Landesparteien und Landesparteiobleute.</p> <p><u>Zu den Aufwendungen waren keine öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p>
8.	Informationen zu Wahlveranstaltungen - FPÖ
	<p>Beobachtet wurden kleine regionale Wahlkampfstände, ausgestattet mit einfachem Stehtisch, ausgelegtem Werbematerial, Plakatständer.</p> <p>Die genaue Anzahl der in Österreich verwendeten Stände ist nicht bekannt. Auszugehen ist von mindestens 5-10 Ständen pro Bundesland</p> <p><u>Geschätzter Kostenrahmen: jeweils unter 5.000 Euro</u></p> <p>Beobachtet wurden ferner 5 signifikante Pressekonferenzen unter Nutzung vorhandener Einrichtungsgegenstände und technischer Ausstattung vor Ort.</p> <p><u>Geschätzter Kostenrahmen: jeweils unter 5.000 Euro</u></p> <p><u>Stichprobe Wahlkampfveranstaltungen: Präsentation Wahlkampfprogramm, 21.8.2024</u></p> <p>Gestaltet als Pressekonferenz mit Livestream, Wien Palmenhaus</p> <p><u>Aufwand: Nutzung technische Ausstattung vor Ort, Medienbereich</u></p> <p><u>Geschätzter Kostenrahmen: unter 10.000 Euro</u></p>

Stichprobe Kampagnen: Beobachtet wurde ferner eine Serie von Wahlkampf-Präsenzveranstaltungen in den Regionen „Heimatsommer“ (ca. 103 Termine in ganz Österreich 6.8.-1.9.2024) Statt fanden unterschiedlichste Veranstaltungen wie Vorträge, Diskussionsrunden, Bädertour, Besuch bei regionalen Volksfesten, Verteilaktionen, Sommerfeste, eine Schifffahrt, Stammtische, Wanderungen / Tagesausflüge, Würstelstände etc. Die Veranstaltungen wurden als Reihe beworben, organisiert, dokumentiert.

Aufwand: Organisation, Fahrten, Nächtigungen, Mieten von Räumen, Dokumentation für Social-Media. Veranstaltungen sind teilweise in bestehende Formate („Stammtische“) integriert.
Grober Gesamt-Kostenrahmen von ca. 50.000-120.000 (inkl. MwSt)

Stichprobe Kampagnen: In Verbindung mit der Veranstaltungsreihe „Kickl kommt“ wurden 3 markante Wahlkampf-Veranstaltungen am 24.8.2024 in Hallein (Altstadt, mit kleiner mobiler Bühne) und Steyr (Stadtplatz, mit kleiner mobiler Bühne), sowie am 7.9.2024 in Wels (Welser Volksfest, Bühne vor Ort) beobachtet.

Aufwand: Mobile Bühne, Ausstattung mit Display, Pult, Licht, Ton, Verkabelung im öffentlichen Raum, Absperrungen, Security, Organisation von Sitzgelegenheiten, Licht / Tonregie, Auf & Abbauten, Anfahrten, Planung, Betreuung

Alternativ-Aufwand: Einmietung in bestehende Eventausstattung (Wels)

Geschätzter Kostenrahmen: jeweils unter 30.000 Euro (Hallein & Steyr); unter 15.000 Euro (Wels)

Stichprobe Wahlkampfveranstaltungen: Auftakt-Veranstaltung - Graz – Messe, 7.9.2024

Aufwand: Aufbau einer multimedialen Bühne (inkl. Bild-, Licht- und Ton-Technik / diverse Screens), zugemietete Ton-, Licht- und Videotechnik sowie Konzert vorab (John Otti Band), Umfangreiche Sicherheitsabsperrungen, mehrere großflächige Bannerabspannungen eigener Medienbereich, Ausstattung der Halle mit Bierzeltgarnituren / Sitzgelegenheiten, Weitere Ausstattung: Fahnen, Plakatständer, div. Werbematerial, Ballons, LED-Banner an den Absperrungen (Sitzränge)

Sicherheit: Hohe Anzahl an Security-Personal, tw. mit Parteizugehörigkeit gebrandet, tw. beauftragte Security, sowie Polizei

Personal: Wahlkampfteam vor Ort von ca. 25-45 Personen, sowie zugemietetes Technik & Veranstaltungsteam (ca. 25 Personen)

Services: Miettoiletten, Schneiderservice, „Mario´s“ Imbiss-Service

Verpflegung: Würstel & Getränk, erhältlich vor Ort (gegen Bezahlung)

Bedarf Auf- und Abbauten: ca. 3 Tage (inkl. Veranstaltungstag)

Geschätzter Kostenrahmen: unter 600.000 Euro

Stichprobe Wahlkampfveranstaltungen: WK-Abschluss Wien – Stephansplatz, 27.9.2024

Aufwand: Aufbau einer multimedialen Bühne (inkl. Bild-, Licht- und Ton-Technik / diverse Screens), zugemietete Ton-, Licht- und Videotechnik sowie Konzert vorab (John Otti Band) Umfangreiche Sicherheitsabsperrungen, großflächige Banner/ Fahnen, Ausstattung mit kleinen Wahlkampfständen zur Verteilung von Wahlkampf-Giveaways und Regenschutz.

Plakatständer, div. Werbematerial, Ballons,

Sicherheit: Hohe Anzahl an Security-Personal, tw. mit Parteizugehörigkeit gebrandet, tw. beauftragte Security, sowie Polizei

Personal: Wahlkampfteam vor Ort von ca. 25-45 Personen, sowie zugemietetes Technik & Veranstaltungsteam (ca. 25-30 Personen)

Bedarf Auf- und Abbauten: ca. 2- max.3 Tage (inkl. Veranstaltungstag)

Geschätzter Kostenrahmen: unter 600.000 Euro

9.	Sonstiges / Besonderheiten - FPÖ
	<p>Beobachtet wurde ein intensiver Social Media und technikaufwendiger Wahlkampf.</p> <p><u>Hinweis zu Fahrzeugen:</u> Beobachtbar war der Einsatz von gebrandeten Fahrzeugen als Werbeträger für den Wahlkampf. Dazu wurden Werbesprüche für Herbert Kickl, Logos und Bildmaterialien (Fahrzeugbeklebung) auf ggf. bestehenden Fahrzeugen der Landesorganisationen ergänzt. Beobachtbar waren Kleinbusse (bspw. Marke VW, Ford) und ein Kleintransporter („FPÖ Volkskanzler - Gratis Schneider Service“). Ob für den Zeitraum des Wahlkampfes Fahrzeuge zugemietet wurden und wieviele „gebrandete“ Fahrzeuge in Österreich genutzt wurden, ist öffentlich nicht bekannt.</p> <p>Anzumerken ist, dass aufgrund des <u>Hochwasser-Ereignisses in Mitteleuropa ab 13.9.2024</u> (besonders in Niederösterreich) gegebenenfalls Veranstaltungen, Termine und Aktionen in ganz Österreich von der Partei abgesagt / reduziert wurden. Wie weit anfallende Kosten (Mieten, Stornokosten, vorbereitete Materialien, Drucksorten etc.) in die Wahlkampfkosten eingerechnet werden, ist nicht bekannt.</p> <p>Sollten weitere Kosten oder in der Wahlkampfplanung unabsehbare Kosten daraus anfallen besteht die Möglichkeit, dass die Wahlkampfkostengrenze ggf. überschritten wird.</p> <p>Schlussfolgerung aus dem Befund: Stand 27.2.2025</p> <p><u>Plausibilität der Einhaltung der Kostengrenze von 8.662.515 EURO ist voraussichtlich gegeben.</u></p>

10 Bildbeilagen - FPÖ

Zu 1 Plakatwerbung: Beispiel Hängung Wien und Niederösterreich



Zu 1 Plakatwerbung: Beispiel Hängung Wien und Niederösterreich



Zu 2: Drucksorten und Wahlkampfgeschenke



Zu 7: Personenkomitee für Leo Lugner

Quelle: Screenshot Der Standard 12.9.2024



Zu 8: „Kickl kommt“ Hallein und Steyr (24.8.2024) sowie am 7.9.2024 in Wels
Quellen: Screenshot YouTube (Hallein: Kanal Anton Karl, Steyr FPÖ-TV)



Bundesparteiopmann der FPÖ Herbert Kickl 2024 08 24 in Hallein



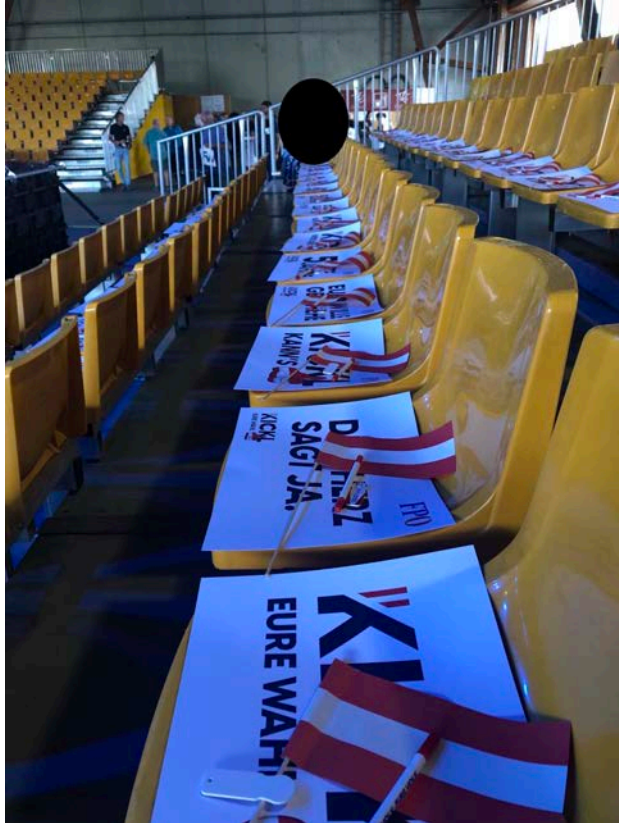
Quellen: Screenshot facebook – Wels 7.9.24, Screenshot ORF.at, Foto: FPÖ / Alois Endl



Zu 8: Auftakt-Veranstaltung 7.9.2024, Graz - Messe



Zu 8: Auftakt-Veranstaltung 7.9.2024, Graz - Messe



Zu 8: Auftakt-Veranstaltung 7.9.2024, Graz – „Mobiles Schneiderservice“



Zu 8: Auftakt-Veranstaltung 7.9.2024, Graz – Messe Wahlkampfstände



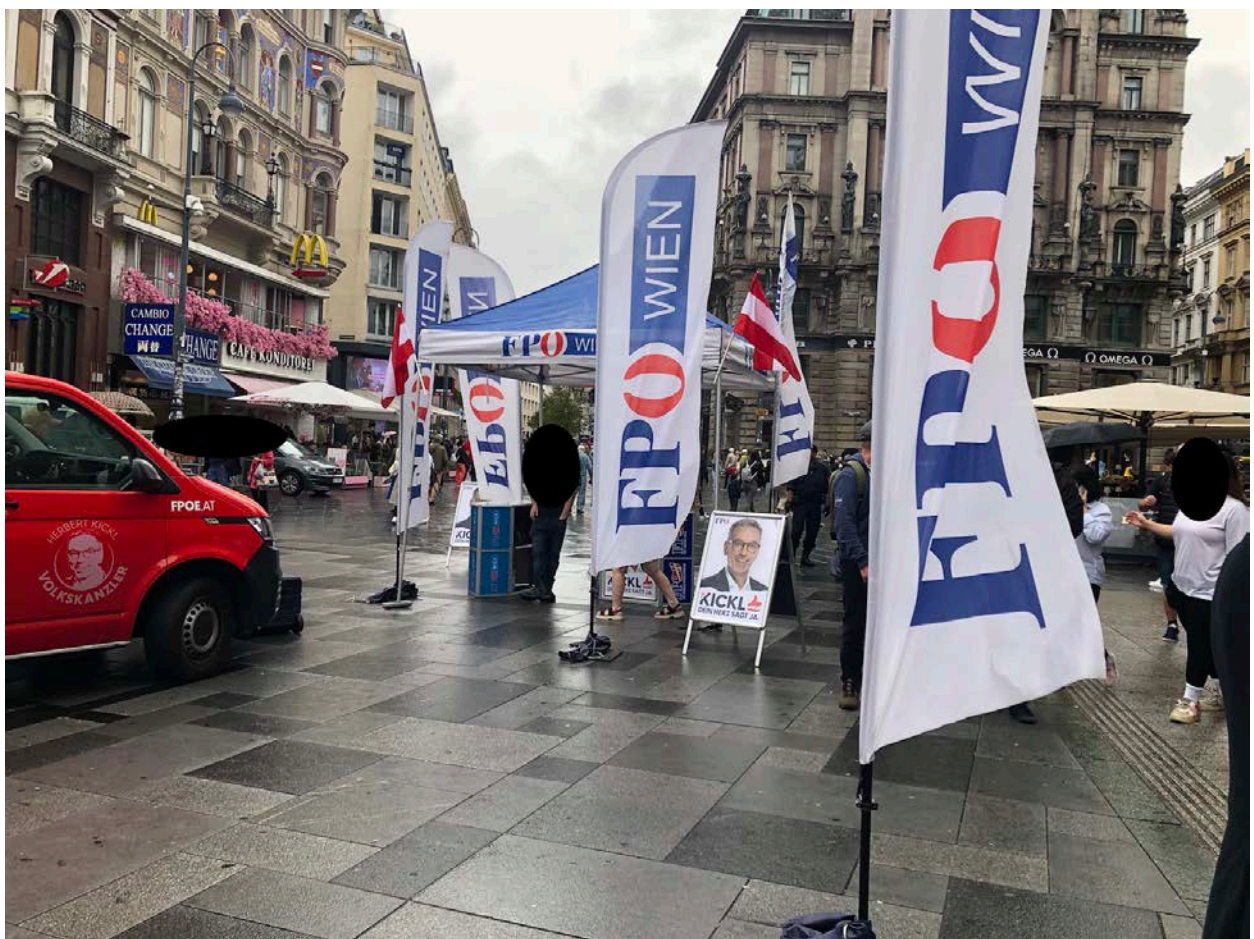
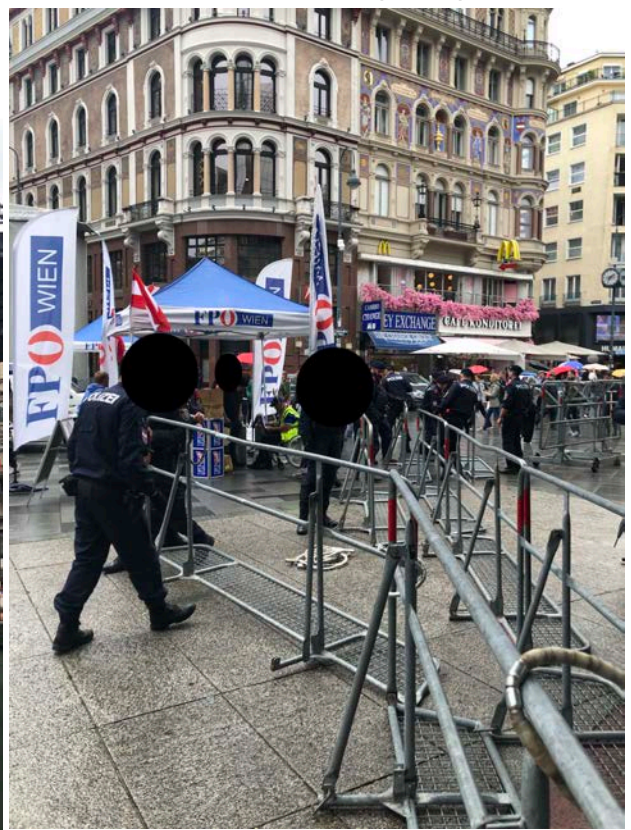
Zu 8: Auftakt-Veranstaltung 7.9.2024, Graz – Messe Autofolierungen



Zu 8: Beispiel WK-Veranstaltung „Wahlkampfabschluss“ 27.9.2024, Wien - Stephansplatz



Zu 8: Beispiel WK-Veranstaltung „Wahlkampfabschluss“ 27.9.2024, Wien - Stephansplatz



Zu 8: Beispiel WK-Veranstaltung „Wahlkampfabschluss“ 27.9.2024, Wien - Stephansplatz



03-04 Die Grünen – Die Grüne Alternative (GRÜNE)

1.	<p>Informationen zu Außenwerbung - DIE GRÜNEN</p>
	<p>Laut Daten von Focus Media: ca. 1.500.000 Euro (ca. 1.890.000 Euro inkl. 5% Werbeabgabe, inkl. 20 % MwSt)</p> <p><u>Hinweis 1:</u> In diesen Kosten sind „Dreieckständer“, Flächen für Kleinplakate (bis 8 Bogen) und sonstige Sonderwerbformen nicht enthalten.</p> <p><u>Hinweis 2:</u> Angegebene Kosten beziehen sich nur auf die Mietflächen, exkl. der Erstellung von Texten, Bild- & Grafikmaterialien, Entwurf & Layout (Kreativkosten), sowie exkl. mögliche Beratungskosten, exkl. Herstellungskosten</p> <p><u>Hinweis 3:</u> Es erfolgten Aussendungen für Plakatwelle 1: 20.8.24 sowie Plakatwelle 2: 5.9.24</p> <p><u>Grobe Kalkulation Druckkosten:</u> bis ca. 150.000-190.000 Euro (inkl. MwSt) Druckkosten beziehen sich auf die oben angegebenen gemieteten Werbeflächen.</p> <p><u>Auflage und Anzahl von Drucksorten sind nicht bekannt.</u> <u>Mögliche Rabatte oder sonstige Vergünstigungen sind öffentlich nicht bekannt.</u></p>
2.	<p>Direktwerbung - DIE GRÜNEN</p>
	<p>a 1. Folder 2. Postwurfsendungen 3. sonstige Direktwerbung (bspw. Mailings) Diverse einfache 2-seitige Drucksorten (bspw. Flyer ca. A6 – 4c Druck – Grammatik ca. 90g) Infokarten, Sticker (ggf. aus Fundus), Folder, Fahnen, Banner</p> <p>b Wahlkampfgeschenke zur Verteilung Sticker, vegane Gummibären, Baumwolltaschen, Baumwollsocken, Sticker, Wimpel div. Schautafeln bei Veranstaltungen, Kugelschreiber, sowie das „Service Fahrradcheck“ (Wien U2 Ausgang Aspern Nord (siehe: Der Standard 23.9.24 „Patschenflicken mit den Grünen“))</p> <p>c parteieigene Printmedien ggf. Wahlprogramm (A4 – 112 Seiten), periodische Aussendungen der Partei an Mitglieder <u>Hinweis:</u> Kosten für Direktwerbung können grundsätzlich in Kosten für Entwicklung, Erstellung von Texten, Bild- & Grafikmaterialien, Entwurf & Layout (Kreativkosten), Kosten für Herstellung (Druck) und Kosten für Verteilung / Versendung (Distribution) getrennt werden.</p> <p><u>Auflage und Anzahl von Drucksorten und Wahlkampfgeschenken sind nicht bekannt.</u> <u>Mögliche Rabatte oder sonstige Vergünstigungen sind öffentlich nicht bekannt.</u></p>
3.	<p>Informationen zu Inseraten und Werbeeinschaltungen - DIE GRÜNEN</p>
	<p>a in Printmedien Laut Daten von Focus Media: ca. 53.000 Euro in diversen Printmedien (ca. 67.000 Euro inkl. 5 % Werbeabgabe, inkl. 20 % MwSt). Zusätzlich konnten Schaltungen von Landesgruppen für regionale Themen und Veranstaltungen in der Höhe von gesamt ca. 110.000 Euro (ca. 139.000 Euro inkl. 20 % MwSt) festgestellt werden.</p> <p><u>Hinweis:</u> Mögliche Rabatte oder sonstige Vergünstigungen sind öffentlich nicht bekannt.</p>

	<p>b 1. in Hörfunkmedien 2. in audiovisuellen Medien 3. in Kinospots Laut Daten von Focus Media im Kino: ca. 8.000 Euro (hier handelt es sich mutmaßlich um einen Spot der Landesorganisation Wien - ca. 10.000 Euro inkl. 5% Werbeabgabe, inkl. 20 % MwSt) Laut Daten von Focus Media im Radio: ca. 700.000 Euro (ca. 882.000 Euro inkl. 5% Werbeabgabe, inkl. 20 % MwSt) <u>Mögliche Rabatte oder sonstige Vergünstigungen sind öffentlich nicht bekannt.</u></p> <p>c im Internet [einschließlich Social Media] Aktive Social Media Arbeit vorwiegend auf Facebook und X (ehem. Twitter), TikTok Laut Daten von Focus Media: ca. 500.000 Euro (ca. 630.000 Euro inkl. 5% Digitalabgabe, inkl. 20 % MwSt) Laut Daten von Meta: ca. 35.500 Euro (ca. 45.000 Euro inkl. 5% Digitalabgabe, inkl. 20 % MwSt) Laut Daten von Google: ca. 22.000 Euro (ca. 28.000 Euro inkl. 5% Digitalabgabe, inkl. 20 % MwSt) Informationen zu Google Ads, YT, Twitter u.ä. sind nicht bekannt.</p> <p><u>Hinweis zu Entwicklung und Herstellung:</u> Alle Kosten exkl. der Erstellung von Texten, Bild-, Video- & Tonmaterialien, Entwurf & Layout (Kreativkosten), sowie exkl. mögliche Beratungskosten. <u>Mögliche Rabatte oder sonstige Vergünstigungen sind öffentlich nicht bekannt.</u></p> <p><u>Hinweise zu aktiver Social-Media Arbeit:</u> vorwiegend auf Facebook, Instagram und X mit Erstellung von Texten Bildmaterialien, Grafiken (Meme) Kurzvideos (bspw. Kurzvideos, Reels, etc) Betreiben diverser Social-Media Kanäle (Facebook, X (Twitter), YouTube, ...) mit Seiten der Bundespartei und eigenen Seiten des Spitzenkandidaten Mag. Werner Kogler</p> <p><u>Stichprobe zu Social Media Aktivitäten:</u> Facebook ca. 260 Posts mit tw. Ausspielungen / Adaptionen für andere Kanäle (Twitter, Instagram, TikTok ca. 80 Beiträge) inkl. Erstellung von Videos und Grafiken, Redaktion, und Betreuung</p> <p><u>Stichprobe zu Pressearbeit:</u> ca. 56 Presseaussendungen (OTS) im Begutachtungszeitraum</p> <p><u>Geschätzter Personalbedarf Social Media & Presse Arbeit:</u> ca. 7-10 Personen Fachpersonal, unter Mitwirkung des Spitzenkandidaten Mag. Werner Kogler und Parteiverantwortlichen, sowie weiteren Listengereichten, bspw. Mag. Alma Zadić.</p> <p>Betreiben einer Website: https://gruene.at/</p> <p><u>Hinweis: Mögliche Rabatte oder sonstige Vergünstigungen sind öffentlich nicht bekannt.</u></p>
4.	Informationen zu Umfragen / Maßnahmen zu Meinungsbildung - DIE GRÜNEN
	<p>1. mit dem Wahlkampf beauftragte Kommunikations-, Media-, Werbe-, Direktwerbe-, Event-, Schalt-, PR- Agenturen <u>Es konnten keine öffentlichen Informationen festgestellt werden.</u></p> <p>2. Call-Center <u>Dazu waren keine öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p> <p>3. einschließlich wahlspezifischer Meinungsforschung <u>Dazu waren keine öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p>

5.	Informationen zu Aufwendungen für zusätzlichen Personalaufwand - DIE GRÜNEN
	<p><u>Mögliche Kostenpositionen:</u></p> <p>Social-Media-Team zur Begleitung des Wahlkampfes (ca. 7-10 Personen) Betreuung von Straßenwahlkampfständen, Touren, Veranstaltungen in den Regionen Betreuung von Veranstaltungen Ggf. Betreuung von Pressearbeit / Fachleute für Krisenkommunikation / PR</p> <p><u>Bedarf „Wahlkampfteam“</u> Nach Beobachtungen von Veranstaltungen: ca. 20-25 Personen Laut Gesprächen & Auskunft an Wahlkampfständen erfolgt die Betreuung auch unter Anstellungsverhältnissen. <u>Zum zusätzlichen Personalaufwand waren keine öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p>
6.	Informationen zu Aufwendungen für die Wahlwerber durch die politische Partei - DIE GRÜNEN
	<p>Ggf. zentraler Einkauf von Werbematerial und Drucksorten, Organisation von Terminen und Pressearbeit erfolgte mutmaßlich durch die politische Partei und / oder durch die SpitzenkandidatInnen.</p> <p><u>Zu den Aufwendungen waren keine öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p>
7.	Informationen zu Aufwendungen für natürliche Personen und Personengruppen zur Unterstützung eines Wahlwerbers durch die politische Partei - DIE GRÜNEN
	<p>Beobachtet wurden primär Aktivitäten des Spitzenkandidaten Mag. Werner Kogler und weiterer Listenplatzierten sowie zahlreiche Aktivitäten von Mitgliedern des Parteivorstandes (u.a. Regierungsmitgliedern)</p> <p><u>Zu den Aufwendungen waren keine öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p>
8.	Informationen zu Wahlveranstaltungen - DIE GRÜNEN
	<p>Beobachtet wurden kleine <u>Wahlkampfstände</u> mit Zelten, ausgestattet mit einfachem Stehtisch, Fahnen mit Parteilogo und ausgelegtem Werbematerial, Plakatständer, Sitzgelegenheiten. Die genaue Anzahl der in Österreich verwendeten Stände ist nicht bekannt. Auszugehen ist von mindestens 2-5 Ständen pro Bundesland</p> <p><u>Geschätzter Kostenrahmen: jeweils unter 3.000 Euro</u></p> <p>Beobachtet wurde ferner die Teilnahme an ca. 12 signifikanten Veranstaltungen (Informations- und Diskussionsveranstaltungen, Wahrnehmung von Einladungen, Pressekonferenzen etc.) unter Nutzung vorhandener Einrichtungsgegenstände und technischer Ausstattung vor Ort.</p> <p><u>Geschätzter Kostenrahmen: jeweils unter 5.000 Euro</u></p> <p><u>Stichprobe Wahlkampfveranstaltungen: Wahlkampfauftakt Wien, 26.8.2024</u></p> <p><u>Aufwand:</u> kleines Podest (Miete, inkl. Technik), Wahlkampfteam vor Ort von ca. 10-15 Personen, Ausstattung mit Audiotechnik für Ansprachen, Medienbereich, Mischpult.</p> <p>Weitere Ausstattung: Wahlkampfstände, Foodtruck, Vergabe von Speiseeis und Sonnenblumen Auslage von Werbematerialien (Taschen, Flyer, Sticker, Gummibärchen). Zur Veranstaltung wurden Wimpel sowie A3-Schautafeln ausgegeben.</p> <p><u>Geschätzter Kostenrahmen: unter 40.000 Euro</u></p>

	<p><u>Stichprobe Wahlkampfveranstaltungen: Wahlkampfabschluss Maria Theresien Platz, 27.9.2024</u></p> <p><u>Aufwand:</u> kleine mobile Bühne (Miete, inkl. Technik, Absperrungen), Wahlkampfteam vor Ort von ca. 10-12 Personen, Ausstattung mit Audiotechnik für Ansprachen, Medienbereich, Mischpult. Weitere Ausstattung: Sonnenblumen, Fahnen, A3-Schautafeln, Musikbegleitung. Zusätzlich wurde ein Wahlkampfstand aufgebaut und Werbematerialien (Sticker, Socken, Gummibärchen) verteilt.</p> <p><u>Geschätzter Kostenrahmen:</u> unter 50.000 Euro</p>
<p>9.</p>	<p>Sonstiges / Besonderheiten - DIE GRÜNEN</p> <p>Beobachtet wurde ein Wahlkampf, mit mittlerem materiellen Mitteleinsatz, der sich primär auf den Spitzenkandidaten, Onlinekommunikation, Kommunikation im öffentlichen Raum (Plakate) und öffentliche Kommunikation in Medien konzentrierte.</p> <p><u>Hinweis:</u> Nach Medienberichten (Kronen Zeitung, 9.7.24: Nur Neos und Grüne beziffern Wahlkampfbudgets https://www.krone.at/3450831) nannten die Grünen ein Wahlkampfbudget für die Bundesorganisation von 5 Mio. Euro.</p> <p>Anzumerken ist, dass aufgrund des Hochwasser-Ereignisses in Mitteleuropa ab <u>13.9.2024</u> (besonders in Niederösterreich) gegebenenfalls Veranstaltungen, Termine und Aktionen in ganz Österreich von der Partei abgesagt / reduziert wurden. Wie weit anfallende Kosten (Mieten, Stornokosten, vorbereitete Materialien, Drucksorten etc.) in die Wahlkampfkosten eingerechnet werden, ist nicht bekannt.</p> <p>Schlussfolgerung aus dem Befund: Stand 27.2.2025</p> <p>Plausibilität der Einhaltung der Kostengrenze von <u>8.662.515 EURO</u> ist gegeben.</p>

10 Bildbeilagen - DIE GRÜNEN

Zu 1 Plakatwerbung: Beispiel Hängung Graz



Zu 1 Plakatwerbung: Beispiel Hängung Wien und Graz

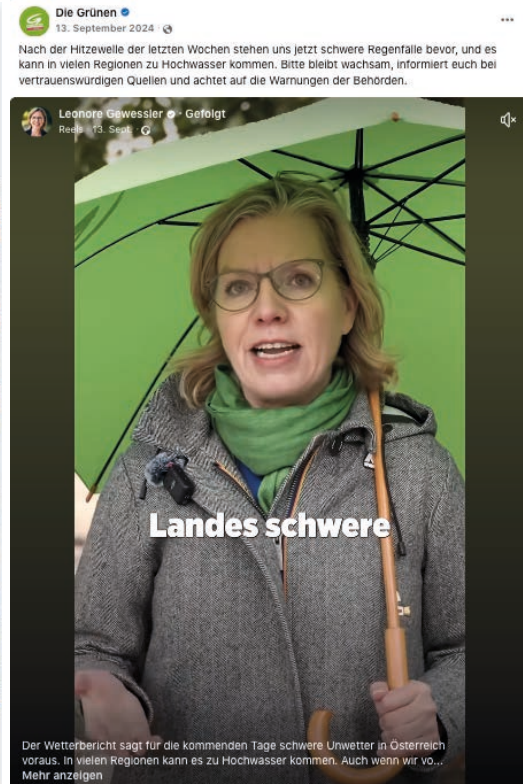


Zu 2: Drucksorten und Wahlkampfgeschenke



Zu 3: Social Media Arbeit / Beispiele

Quelle: Screenshots Facebook / Die Grünen



Zu 8: Beispiel Wahlkampfauftakt 26.8.2024, Wien Sigmund Freud Park

Quelle: Screenshot ORF-Report 9.8.2024



Zu 8: Beispiel Wahlkampfauftakt 26.8.2024, Wien Siegmund Freud Park
Quelle: Screenshot ORF-Report 9.8.2024



Zu 8: Wahlkampfabschluss 27.9.2024, Wien – Maria Theresien Platz



Zu 8: Wahlkampfabschluss 27.9.2024, Wien – Maria Theresien Platz - Wahlkampfstand



03-05 NEOS – Die Reformkraft für dein neues Österreich (NEOS)

<p>1. Informationen zu Außenwerbung - NEOS</p>	<p>Laut Daten von Focus Media: ca. 290.000 Euro (ca. 365.000 Euro inkl. 5% Werbeabgabe, inkl. 20 % MwSt)</p> <p><u>Hinweis 1:</u> In diesen Kosten sind „Dreieckständer“, Flächen für Kleinplakate (bis 8 Bogen) und sonstige Sonderwerbformen nicht enthalten.</p> <p><u>Hinweis 2:</u> Angegebene Kosten beziehen sich nur auf Mietflächen, exkl. der Erstellung von Texten, Bild- & Grafikmaterialien, Entwurf & Layout (Kreativkosten), sowie exkl. mögliche Beratungskosten, exkl. Herstellungskosten, exkl. mögliche Sonderformate und Werbeformen</p> <p><u>Grobe Kalkulation Druckkosten:</u> bis ca. 66.000 Euro (inkl. 20% MwSt) Druckkosten beziehen sich auf die oben angegebenen gemieteten Werbeflächen.</p> <p>Weiters beobachtet wurden Fahrzeugbeklebungen, genaue Anzahl ist öffentlich nicht bekannt.</p> <p><u>Auflage und Anzahl von Drucksorten sind nicht bekannt.</u></p> <p><u>Mögliche Rabatte oder sonstige Vergünstigungen sind öffentlich nicht bekannt.</u></p>
<p>2. Direktwerbung - NEOS</p>	<p>a 1. Folder 2. Postwurfsendungen 3. sonstige Direktwerbung (bspw. Mailings) Stichproben: Diverse 2-seitige und 8-seitige Broschüren (U-Falz), Postkarten kleinformatige bspw. quadratische Sticker (ca. 80x80)</p> <p>b Wahlkampfgeschenke zur Verteilung Flyer, Streichhölzer, Wimpel, Bauwolltragetaschen, Kaugummi, Regenschutz, Post-its, Seifenblasen, T-Shirts, Sonnenbrillen (tw. Verkauf), Kappen, Getränke Süße Werbung: Traubenzucker, Brausesäckchen, Nach Medienberichten: Turnsackerl, Yoyo, Lineal, Radiergummi, Trinkflasche, Schuhbänder, Multifunktionswerkzeug, Sechskantschlüssel, Wasserball</p> <p>c parteieigene Printmedien ggf. Wahlprogramm „Reformen für ein neues Österreich“ (48 Seiten, A4) Broschüre „Reform Express“: geschlossen A4-4 Seitig</p> <p><u>Hinweis:</u> Kosten für Direktwerbung können grundsätzlich in Kosten für Entwicklung, Erstellung von Texten, Bild- & Grafikmaterialien, Entwurf & Layout (Kreativkosten), Kosten für Herstellung (Druck) und Kosten für Verteilung / Versendung (Distribution) getrennt werden.</p> <p><u>Auflage und Anzahl von Drucksorten und Wahlkampfgeschenken sind nicht bekannt.</u></p> <p><u>Mögliche Rabatte oder sonstige Vergünstigungen sind öffentlich nicht bekannt.</u></p>
<p>3. Informationen zu Inseraten und Werbeeinschaltungen - NEOS</p>	<p>a in Printmedien Laut Daten von Focus Media: ca. 610.000 Euro (ca. 769.000 Euro inkl. 5% Werbeabgabe, inkl. 20% MwSt) in diversen Printmedien <u>Hinweis:</u> Mögliche Rabatte oder sonstige Vergünstigungen sind öffentlich nicht bekannt.</p>

b 1. in Hörfunkmedien 2. in audiovisuellen Medien 3. in Kinospots

Laut Daten von Focus Media Radio: ca. 49.000 Euro
(ca. 62.000 Euro inkl. 5% Werbeabgabe, inkl. 20% MwSt)

Laut Daten von Focus Media TV: ca. 53.000 Euro
(ca. 67.000 Euro inkl. 5% Werbeabgabe, inkl. 20% MwSt)

Mögliche Rabatte oder sonstige Vergünstigungen sind öffentlich nicht bekannt.

c im Internet [einschließlich Social Media]

Aktive Social Media Arbeit vorwiegend auf Facebook und X (ehem. Twitter), TikTok etc.

Laut Daten von Focus Media: ca. 700.000 Euro
(ca. 882.000 Euro inkl. 5% Digitalabgabe, inkl. 20 % MwSt)

Laut Daten von Meta: ca. 44 beworbene Posts NEOS Österreich - ca. 72.000 Euro
(ca. 91.000 Euro inkl. 5% Digitalabgabe, inkl. 20 % MwSt)

Laut Daten von Google Ads: ca. 27.100 Euro
(ca. 34.000 Euro inkl. 5% Digitalabgabe, inkl. 20 % MwSt)

Informationen zu YT, Twitter u.ä. sind nicht bekannt.

Mögliche Rabatte oder sonstige Vergünstigungen sind öffentlich nicht bekannt.

Hinweis zu Entwicklung und Herstellung: Alle Kosten exkl. der Erstellung von Texten, Bild-, Video- & Tonmaterialien, Entwurf & Layout (Kreativkosten), sowie exkl. mögliche Beratungskosten.

Mögliche Rabatte oder sonstige Vergünstigungen sind öffentlich nicht bekannt.

Hinweise zu aktiver Social-Media Arbeit: vorwiegend auf Facebook, Instagram und X mit Erstellung von Texten Bildmaterialien, Grafiken (Meme) Kurzvideos (bspw. Kurzvideos, Reels, etc) Betreiben diverser Social-Media Kanäle (Facebook, X (Twitter), YouTube, ...)

Stichprobe zu Social Media Aktivitäten: Facebook ca. 210 Posts (Partei) mit tw. Ausspielungen auf andere Kanäle (Twitter, Instagram, TikTok..) inkl. Erstellung von Videos und Grafiken

Stichprobe zu Pressearbeit: ca. 31 Presseaussendungen (OTS) im Begutachtungszeitraum

Geschätzter Personalbedarf Social Media & Presse Arbeit: ca. 4-8 Personen Fachpersonal, unter Mitwirkung von SpitzenkandidatInnen und Parteiverantwortlichen

Betreiben einer Website: <https://www.neos.eu/>

4. Informationen zu Umfragen / Maßnahmen zu Meinungsbildung - NEOS

1. mit dem Wahlkampf beauftragte Kommunikations-, Media-, Werbe-, Direktwerbe-, Event-, Schalt-, PR- Agenturen

Es konnten keine öffentlichen Informationen festgestellt werden.

2. Call-Center

Dazu waren keine öffentlichen Informationen verfügbar.

3. einschließlich wahlspezifischer Meinungsforschung

Dazu waren keine öffentlichen Informationen verfügbar.

5.	Informationen zu Aufwendungen für zusätzlichen Personalaufwand - NEOS
	<p>Mögliche Kostenpositionen:</p> <p>Social-Media-Team zur Begleitung des Wahlkampfes (ca. 5-10 Personen) Betreuung von Straßenwahlkampfständen, Touren, Veranstaltungen in den Regionen Betreuung von Veranstaltungen / Pressekonferenzen / Kundgebungen Ggf. Betreuung von Pressearbeit Ggf. Fachleute für Krisenkommunikation / PR</p> <p><u>Zum zusätzlichen Personalaufwand waren keine öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p>
6.	Informationen zu Aufwendungen für die Wahlwerber durch die politische Partei - NEOS
	<p>Ggf. zentraler Einkauf von Werbematerial und Drucksorten, Organisation von Terminen und Pressearbeit erfolgte mutmaßlich durch die politische Partei.</p> <p><u>Zu den Aufwendungen waren keine öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p>
7.	Informationen zu Aufwendungen für natürliche Personen und Personengruppen zur Unterstützung eines Wahlwerbers durch die politische Partei - NEOS
	<p>Beobachtet wurden primär Aktivitäten der Spitzenkandidatin Mag. Beate Meinl-Reisinger sowie zahlreiche Aktivitäten von Mitgliedern der Partei und weiteren Listenplatzierten.</p> <p><u>Zu den Aufwendungen waren keine öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p>
8.	Informationen zu Wahlveranstaltungen - NEOS
	<p>Beobachtet wurden Wahlkampfstände mit Wahlkampfbzeln, ausgestattet mit einfachem Stehtisch, Fahnen mit Parteilogo und ausgelegtem Werbematerial, Plakatständer, Sitzgelegenheiten</p> <p>Genauere Anzahl der in Österreich verwendeten Stände ist nicht bekannt. Auszugehen ist von mindestens 1-3 Ständen pro Bundesland</p> <p><u>Geschätzter Kostenrahmen: jeweils unter 5.000 Euro</u></p> <p><u>Stichprobe Kampagnen: Sommertour Mag. Beate Meinl Reisinger „Reformkraft“, ab 6.8.2024</u> Mehrere Stationen in ganz Österreich parallel zur Plakatkampagne „Reformkraft“ Aufwand: Besuch bei Straßenwahlkampfständen / Kurzkundgebungen, Straßengespräche Beobachtung ca. 3 signifikanter Stationen (Kufstein, Salzburg, Linz) Aufwand: Organisation, Reisen, Nächtigungen, Straßenwahlkampfsituation vor Ort, Betreuung durch Wahlkampfteam, Dokumentation für Social-Media Kommunikation <u>Geschätzter Kostenrahmen: gesamt unter 30.000 Euro</u></p> <p><u>Stichprobe Wahlkampfveranstaltungen: Wahlkampfauftakt Strandbar Herrmann, 23.8.2024</u> Aufwand: teilweise unter Nutzung vorhandener Einrichtungsgegenstände und technischer Ausstattung vor Ort. Zusätzliche Raumgestaltung, Ballons, Werbematerialien, Rednerpodest, Tonanlage <u>Geschätzter Kostenrahmen: unter 40.000 Euro</u></p>

	<p>Stichprobe Kampagnen: Präsentation Wahlprogramm 27.8.2024 <u>Aufwand:</u> Gestaltung als Pressekonferenz, teilweise unter Nutzung vorhandener Einrichtungsgegenstände und technischer Ausstattung vor Ort. <u>Geschätzter Kostenrahmen:</u> unter 5.000 Euro</p> <p>Stichprobe Wahlkampfveranstaltungen: Wahlkampfabschluss Wien Freyung, 27.9.2024 <u>Aufwand:</u> mit mittelgroßer mobiler Bühne (Miete, inkl. Technik), Mobile Videowall, Wahlkampfteam vor Ort von ca. 25-35 Personen, Ausstattung mit Audiotechnik für Ansprachen, Medienbereich, Mischpult. Weitere Ausstattung: Fahnen, Luftballons (XXL), Schaeuelement „NEOS“ mit Bodenmontage, diverse Schautafeln. Zusätzlich wurde ein Wahlkampfstand aufgebaut und Werbematerialien verteilt (Flyer, Sticker, Infomaterialien, Spiele, etc.). Es können zur Gestaltung der Veranstaltung auch Elemente aus dem Fundus der Partei Verwendung gefunden haben. <u>Geschätzter Kostenrahmen:</u> Wahlkampfveranstaltung unter 80.000 Euro</p>
9.	Sonstiges / Besonderheiten - NEOS
	<p>Beobachtet wurde ein auf Pressearbeit und Social-Media konzentrierter Wahlkampf, der primär der Spitzenkandidatin Mag. Beate Meini-Reisinger in den Fokus der Kommunikation rückte. Auch hatten weitere Listenplatzierte eine tragende Kommunikationsrolle.</p> <p><u>Hinweis:</u> Nach Medienberichten (Kronen Zeitung, 9.7.24: Nur Neos und Grüne beziffern Wahlkampfbudgets https://www.krone.at/3450831) nannten die NEOS ein Wahlkampfbudget von 3,1 Mio. Euro.</p> <p>Anzumerken ist, dass aufgrund des <u>Hochwasser-Ereignisses in Mitteleuropa ab 13.9.2024</u> (besonders in Niederösterreich) gegebenenfalls Veranstaltungen, Termine und Aktionen in ganz Österreich von der Partei abgesagt / reduziert wurden. Wie weit anfallende Kosten (Mieten, Stornokosten, vorbereitete Materialien, Drucksorten etc.) in die Wahlkampfkosten eingerechnet werden, ist nicht bekannt.</p> <p>Schlussfolgerung aus dem Befund: Stand 27.2.2025 Plausibilität der Einhaltung der Kostengrenze von <u>8.662.515 EURO</u> ist gegeben.</p>

10. Bildbeilagen - NEOS

Zu 1: Plakatwerbung: Beispiel Positionierung Wien und Graz



Zu1: Außenwerbung - Fahrzeugbeklebungen



Zu 1: Mobile Werbeflächen / Lastenfahrrad



Zu 3: Wahlkampfgeschenke



Wahlkampfgeschenke

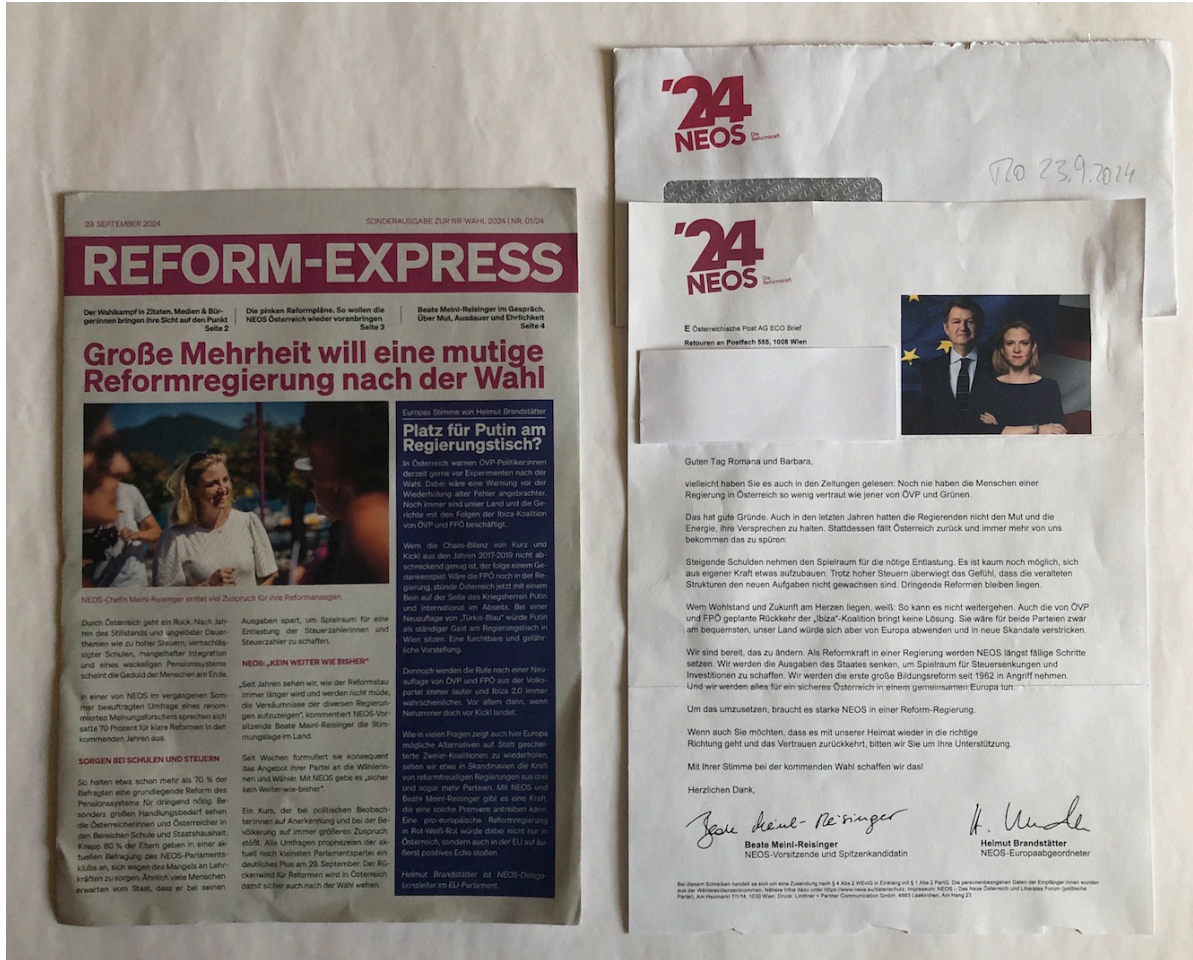
Quelle: Screenshot - Der Standard 23.9.24 / Foto: APA/ Fohringer



Die Neos haben ein breites Angebot an Gimmicks und laden darüber hinaus ins Kino ein.

APA/HELMUT FOHRINGER

Zu 3: Aussendungen / Druckwerke



Zu 8: Stichprobe Straßenwahlkampf

Quelle: Screenshot Mein Bezirk, 10.9.2024 / Foto: Neos NÖ



**Zu 8: Stichprobe Wahlkampfveranstaltungen:
Wahlkampfauftakt 23.8.2024, Strandbar Herrmann, Wien
Quelle: Screenshot Salzburger Nachrichten, 23.8.2024, Foto: APA Georg Hochmuth**

von
APA

Freitag
23. August 2024
19:53 Uhr



0 Kommentare

Artikel drucken

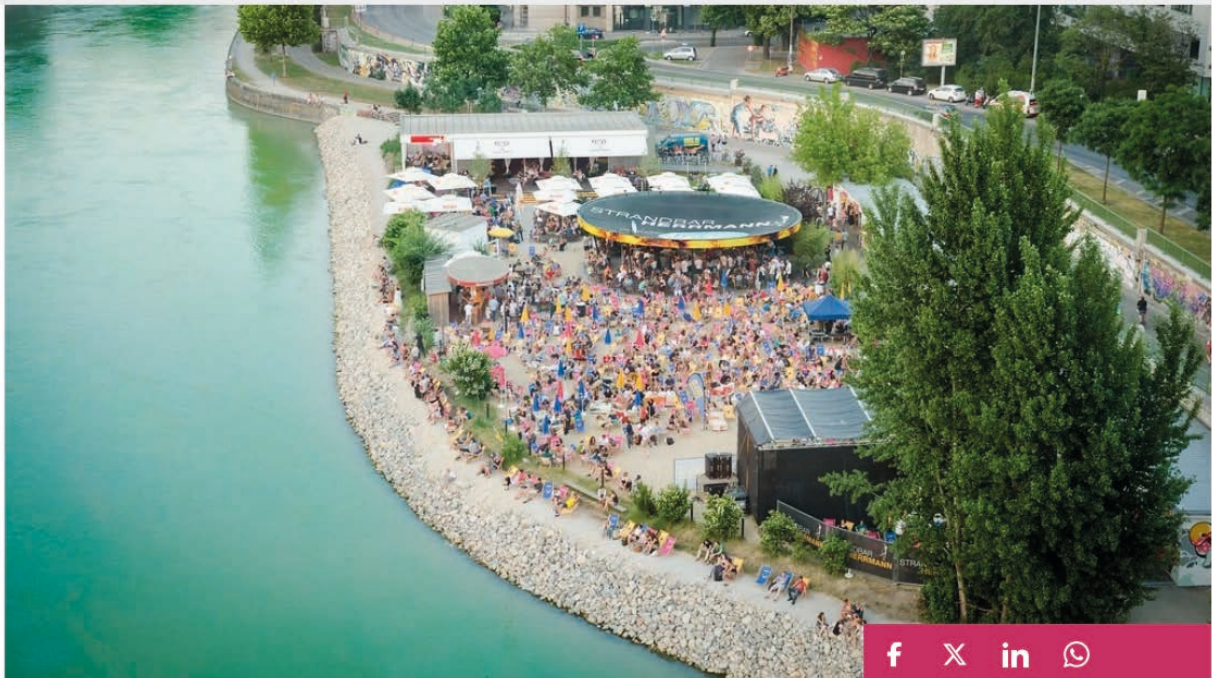


BILD: SN/APA/GEORG HOCHMUTH/GEORG HOCHMUTH

Meinl-Reisinger will regieren

Quelle: Screenshot www.neos.eu Wahlkampfauftakt 23.8.24

NEOS > News > NEOS-Wahlkampfauftakt mit Familienfest



Zu 8: Beispiel Wahlkampfstand 27.9.2024, Wien Freyung



Zu 3 & 8: Auslage bei Ständen – Wahlprogramm (48 Seiten)



Zu 8: Beispiel WK-Abschluss 27.9.2024, Wien Freyung



Zu 8: Beispiel WK-Abschluss 27.9.2024, Wien Freyung



03-06 Die Bierpartei (BIER)

1.	Informationen zu Außenwerbung - BIER
	<p><u>Konnten keine öffentlich zugänglichen Angaben festgestellt werden</u></p> <p><u>Hinweis:</u> Kosten für „Dreieckständer“, Kleinplakate (bis 8 Bogen) und sonstige Sonderwerbformen sind öffentlich nicht bekannt.</p> <p>Einzelplakate bzw. Kleinserien wurden bei Wahlkampfauftritten festgestellt.</p>
2.	Direktwerbung - BIER
	<p>a 1. Folder 2. Postwurfsendungen 3. sonstige Direktwerbung (bspw. Mailings) Kleines Sortiment an einfachen Drucksorten / „Programmkarten“ Vollständige Anzahl der Auflage und Umfang nicht bekannt.</p> <p>b Wahlkampfgeschenke zur Verteilung Diverse Utensilien: Bierdeckel, Sticker, Kleindrucksorten Käuflich erwerbbar im Shop - näheres zum Sortiment siehe „Shop“ auf: https://shop.bierpartei.eu</p> <p>c parteieigene Printmedien <u>Konnten keine festgestellt werden.</u></p> <p><u>Hinweis:</u> Kosten für Direktwerbung können grundsätzlich in Kosten für Entwicklung, Erstellung von Texten, Bild- & Grafikmaterialien, Entwurf & Layout (Kreativkosten), Kosten für Herstellung (Druck) und Kosten für Verteilung / Versendung (Distribution) getrennt werden.</p> <p><u>Auflage und Anzahl von Drucksorten und Wahlkampfgeschenken sind nicht bekannt.</u> <u>Mögliche Rabatte oder sonstige Vergünstigungen sind öffentlich nicht bekannt.</u></p>
3.	Informationen zu Inseraten und Werbeeinschaltungen - BIER
	<p>a in Printmedien <u>konnten keine öffentlichen Informationen dazu festgestellt werden</u></p> <p>b 1. in Hörfunkmedien 2. in audiovisuellen Medien 3. in Kinospots <u>konnten keine öffentlichen Informationen dazu festgestellt werden</u></p> <p>c im Internet [einschließlich Social Media] Laut META Datenbank: Keine Angaben ersichtlich Laut GoogleAds: Keine Angaben ersichtlich</p> <p><u>Hinweise zu aktiver Social-Media Arbeit:</u> vorwiegend auf Facebook und X mit Erstellung von Texten, Bildmaterialien, Grafiken (Meme), Kurzvideos (bspw. Kurzvideos, Reels, etc) Betreiben diverser Social-Media Kanäle (Facebook, X (Twitter), YouTube, ...)</p> <p><u>Stichprobe zu Social Media Aktivitäten:</u> Facebook ca. 240 Posts mit tw. Ausspielungen auf andere Kanäle (bsw X - Twitter) inkl. Erstellung von Videos und Grafiken, Bearbeitung</p> <p><u>Stichprobe zu Pressearbeit:</u> 13 Presseaussendungen (OTS) im Begutachtungszeitraum</p> <p><u>Geschätzter Personalbedarf Social Media Arbeit:</u> ca. 3-5 Personen Fachpersonal, unter Mitwirkung von Spitzenkandidat Dr. Dominik Wlazny und weiterer Parteiverantwortlicher. Betreiben einer Website: www.bierpartei.eu</p> <p><u>Hinweis:</u> Mögliche Rabatte oder sonstige Vergünstigungen sind öffentlich nicht bekannt.</p>

<p>4.</p>	<p>Informationen zu Umfragen / Maßnahmen zu Meinungsbildung - BIER</p> <p>1. mit dem Wahlkampf beauftragte Kommunikations-, Media-, Werbe-, Direktwerbe-, Event-, Schalt-, PR- Agenturen <u>Es konnten keine öffentlichen Informationen festgestellt werden.</u></p> <p>2. Call-Center <u>Dazu waren keine öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p> <p>3. einschließlich wahlspezifischer Meinungsforschung <u>Dazu waren keine öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p>
<p>5.</p>	<p>Informationen zu Aufwendungen für zusätzlichen Personalaufwand - BIER</p> <p><u>Zum zusätzlichen Personalaufwand waren keine öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p>
<p>6.</p>	<p>Informationen zu Aufwendungen für die Wahlwerber durch die politische Partei - BIER</p> <p>Ausstattung mit Werbematerial, Organisation von Terminen; Straßenwahlkampfstände und Pressearbeit erfolgte mutmaßlich durch die politische Partei und / oder durch die jeweiligen VertreterInnen in den Ländern und den Spitzenkandidaten Dr. Dominik Wlazny. <u>Zu den Aufwendungen waren keine sonstigen öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p>
<p>7.</p>	<p>Informationen zu Aufwendungen für natürliche Personen und Personengruppen zur Unterstützung eines Wahlwerbers durch die politische Partei - BIER</p> <p><u>Zu den Aufwendungen waren keine sonstigen öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p>
<p>8.</p>	<p>Informationen zu Wahlveranstaltungen - BIER</p> <p>Beobachtet wurden kleine mobile <u>Wahlkampfstände</u> (Kleinlaster mit Hebebühne), ausgestattet mit einfachem Stehtisch, Einzelplakaten, Plakatständern, Schirmen, kleinen Transparenten / Fahnen und tw. Give aways (bspw. Bierdeckel, Folder, Getränke)</p> <p><u>Aufwand:</u> Kleinlaster als Tourmobil für Präsentation und Kundgebungen ausgestattet (Bühnenhintergrund, Fahnen etc.) und gleichzeitig Transportmittel für unikate Plakatständer, Stehtische, Sitzgelegenheiten, Wahlkampfutensilien etc. Zusätzlich Begleitung, Organisation, Fahrer, Nächtigungen, Dokumentation für Social-Media-Kommunikation Ob der Transporter für den Wahlkampf angemietet wurde, ist öffentlich nicht bekannt. Anzahl der Wahlkampfstände ca.: 26-30 Termine, davon wurden 9 Termine abgesagt. <u>Veranstaltung (Beispiel): Wahlkampfveranstaltung Salzburg, 6.9.2024</u> kleiner mobiler Wahlkampfstand (Kleinlaster mit Hebebühne), Stehtisch, Plakate, Plakatständer, Banner mit Parteilogo</p> <p><u>Geschätzter Kostenrahmen:</u> Gesamttour - Grobe Schätzung: unter 65.000 Euro</p> <p><u>Veranstaltung (Beispiel):</u> Abgehalten wurden zusätzlich <u>Pressekonferenzen</u> unter Nutzung vorhandener Einrichtungsgegenstände und technischer Ausstattung vor Ort, sowie Einladungen zu Interviews und andere Medienformate (Diskussionsrunden)</p> <p><u>Geschätzter Kostenrahmen:</u> jeweils unter 2.000 Euro</p>

9.	Sonstiges / Besonderheiten - BIER
	<p>Beobachtet wurde ein fokussierter Wahlkampf auf den Spitzenkandidaten Dr. Dominik Wlazny, der primär von KandidatInnen der Partei, und nicht näher spezifizierten MitarbeiterInnen getragen wurde.</p> <p><u>Hinweis:</u> Nach Medienberichten (Puls24, 25.8.24: „Kleinparteien mit wenig Budget“) nannte BIER ein Wahlkampfbudget von ca. 350.000 Euro. Weiters sei das im Frühjahr ausgegebene Finanzierungsziel von 1,2 Mio. Euro zu rund 55% erreicht worden (ca. 660.000 Euro).</p> <p>Anzumerken ist, dass aufgrund des <u>Hochwasser-Ereignisses in Mitteleuropa ab 13.9.2024</u> (besonders in Niederösterreich) gegebenenfalls Veranstaltungen, Termine und Aktionen in ganz Österreich von der Partei abgesagt / reduziert wurden. Wie weit anfallende Kosten (Mieten, Stornokosten, vorbereitete Materialien, Drucksorten etc.) in die Wahlkampfkosten eingerechnet werden, ist nicht bekannt.</p> <p>Schlussfolgerung aus dem Befund: Stand 27.2.2025 Plausibilität der Einhaltung der Kostengrenze von <u>8.662.515 EURO</u> ist gegeben.</p>

10 Bildbeilagen - BIER

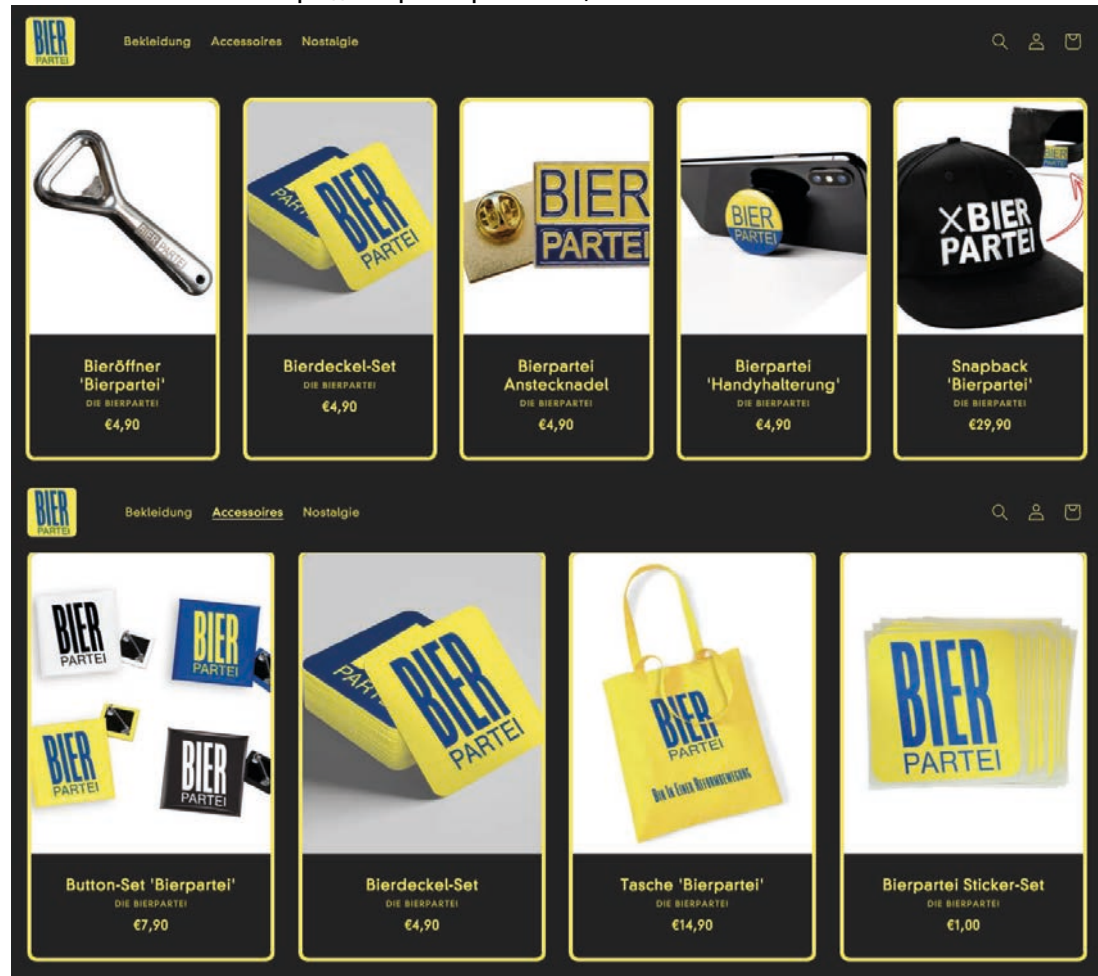
Zu 1: Plakatwerbung

Quelle: Screenshot Mein Bezirk, Foto Siegfried Wolf, 23.8.2024



Zu 2: Webshop

Quelle: Screenshot <https://shop.bierpartei.eu>, 17.12.2024



Zu 2: Drucksorten

Quelle: Screenshot Facebook, 2.8.2024



Zu 3: Medienarbeit

Quelle: Screenshot Facebook



Zu 3: Medienarbeit - Programmübersichten – Österreichtour / Plakatpräsentationen

Quelle: Facebook / Bierpartei



Zu 8: Beispiel Veranstaltungen: Pressekonferenz, Wien 13.8.2024

Quelle: Screenshot Mein Bezirk, Foto: APA Roland Schlager



Zu 8: Beispiel Veranstaltungen: Wahlkampfveranstaltung Salzburg, 6.9.2024

Quelle: Screenshot Salzburger Nachrichten 7.9.2024, Foto: Mayer

von
HILDE MAYER

Samstag
07. September
2024
11:46 Uhr

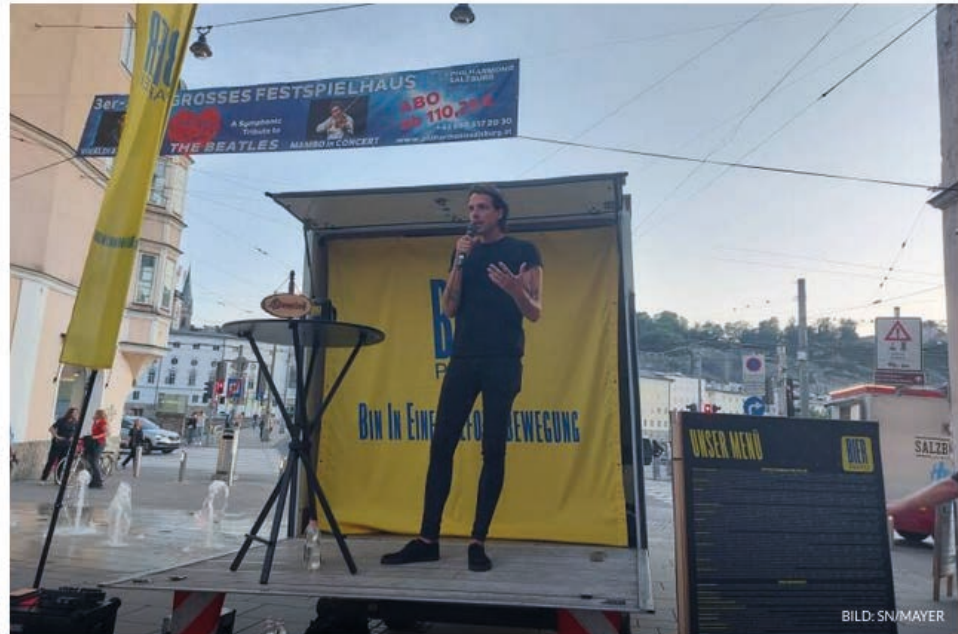
\$\$\$ PLUS VIDEO



0 Kommentare

Artikel drucken

Dominik Wlazny machte mit der Bierpartei am Freitag Stopp in der Salzburger Altstadt. Wie die Partei bei der Nationalratswahl am 29. September punkten will - und wie das im Wahlkampf aufgenommen wird.



Dominik Wlazny beim Tourstopp in Salzburg.

Zu 8: Beispiel Veranstaltungen: Wahlkampfveranstaltung Lienz, 16.9.2024

Quelle: Screenshot Osttiroler Bote 7.9.2024, Foto: Stangl



03-07 MFG - Österreich Menschen - Freiheit - Grundrechte (MFG)

1.	Informationen zu Außenwerbung - MFG
	<p>Konnten keine festgestellt werden.</p> <p><u>Hinweis:</u> Kosten für „Dreieckständer“, Kleinplakate (bis 8 Bogen) und sonstige Sonderwerbformen sind öffentlich nicht bekannt.</p> <p>Einzelplakate / Sonderanfertigungen wurden bei Wahlkampfauftritten festgestellt</p>
2.	Direktwerbung - MFG
	<p>a 1. Folder 2. Postwurfsendungen 3. sonstige Direktwerbung (bspw. Mailings) Kleines Sortiment an einfachen Drucksorten, Wickelfalzfolder, Papiertüten, Vollständige Anzahl der Auflage und Umfang nicht bekannt.</p> <p>b Wahlkampfgeschenke zur Verteilung Diverse Utensilien / Give-aways: Kondome, Stifte, Buttons, Mousepads, Ballons, Süßigkeiten</p> <p>c parteieigene Printmedien Konnten keine festgestellt werden.</p> <p><u>Hinweis:</u> Kosten für Direktwerbung können grundsätzlich in Kosten für Entwicklung, Erstellung von Texten, Bild- & Grafikmaterialien, Entwurf & Layout (Kreativkosten), Kosten für Herstellung (Druck) und Kosten für Verteilung / Versendung (Distribution) getrennt werden.</p> <p><u>Auflage und Anzahl von Drucksorten und Wahlkampfgeschenken sind nicht bekannt.</u></p> <p><u>Mögliche Rabatte oder sonstige Vergünstigungen sind öffentlich nicht bekannt.</u></p>
3.	Informationen zu Inseraten und Werbeeinschaltungen - MFG
	<p>a in Printmedien Laut Daten von Focus Media: ca. 290.000 Euro (ca. 365.000 Euro inkl. 5% Werbeabgabe, inkl. 20 % MwSt) <u>Hinweis:</u> Beobachtet wurden Serienschaltungen in regionalen Medien, die auch hohe Rabatte beinhalten können. Genaue oder öffentliche Angaben sind dazu nicht verfügbar.</p> <p>b 1. in Hörfunkmedien 2. in audiovisuellen Medien 3. in Kinospots Laut Daten von Focus Media - TV: ca. 13.000 Euro (ca. 16.000 Euro inkl. 5% Werbeabgabe, inkl. 20 % MwSt)</p> <p>c im Internet [einschließlich Social Media] Laut META Datenbank: ca. 64 beworbene Inserate mit einem Gesamtetat von ca. 28.000 Euro (ca. 35.000 Euro inkl. 5% Digitalabgabe, inkl. 20 % MwSt) Laut GoogleAds: Keine Angaben ersichtlich</p> <p><u>Hinweise zu aktiver Social-Media Arbeit:</u> vorwiegend auf Facebook und X mit Erstellung von Texten, Bildmaterialien, Grafiken (Meme), Kurzvideos (bspw. Kurzvideos, Reels, etc) Betreiben diverser Social-Media Kanäle (Facebook, X (Twitter), YouTube, ...)</p> <p><u>Stichprobe zu Social Media Aktivitäten:</u> Facebook ca. 230 Posts mit tw. Ausspielungen auf andere Kanäle (Twitter, Instagram) inkl. Erstellung von Videos und Grafiken</p> <p><u>Stichprobe zu Pressearbeit:</u> 21 Presseaussendungen (OTS) im Begutachtungszeitraum</p>

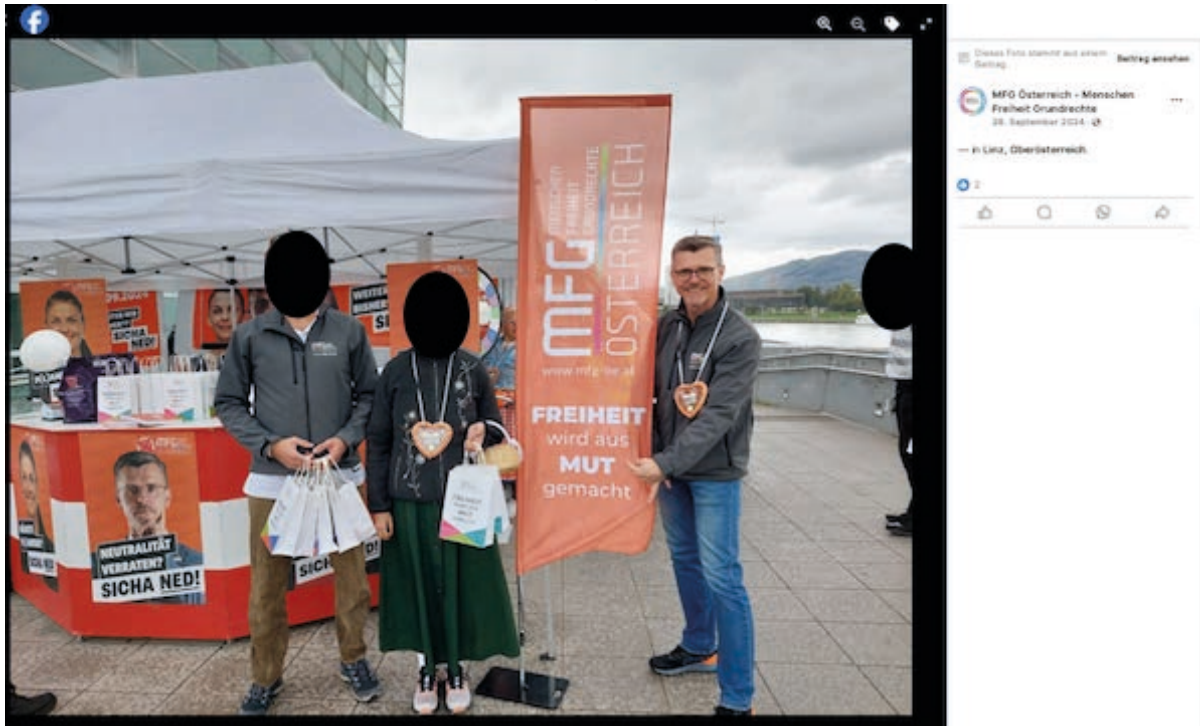
	<p>Geschätzter Personalbedarf Social Media Arbeit: ca. 3-5 Personen Fachpersonal, unter Mitwirkung von Spitzenkandidat Joachim Aigner und der Zweitgereihten Dagmar Häusler und weiteren Parteiverantwortlichen.</p> <p>Betreiben einer Website: www.mfg-oe.at/nationalratswahl-2024/</p> <p>Hinweis: Mögliche Rabatte oder sonstige Vergünstigungen sind öffentlich nicht bekannt.</p>
4.	Informationen zu Umfragen / Maßnahmen zu Meinungsbildung - MFG
	<p>1. mit dem Wahlkampf beauftragte Kommunikations-, Media-, Werbe-, Direktwerbe-, Event-, Schalt-, PR- Agenturen <u>Es konnten keine öffentlichen Informationen festgestellt werden.</u></p> <p>2. Call-Center <u>Dazu waren keine öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p> <p>3. einschließlich wahlspezifischer Meinungsforschung <u>Dazu waren keine öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p>
5.	Informationen zu Aufwendungen für zusätzlichen Personalaufwand - MFG
	<u>Zum zusätzlichen Personalaufwand waren keine öffentlichen Informationen verfügbar.</u>
6.	Informationen zu Aufwendungen für die Wahlwerber durch die politische Partei - MFG
	<p>Ausstattung mit Werbematerial, Organisation von Terminen; Straßenwahlkampfstände und Pressearbeit erfolgte mutmaßlich durch die politische Partei und / oder durch die jeweiligen VertreterInnen in den Ländern und dem Spitzenkandidaten Joachim Aigner und der Zweitgereihten Dagmar Häusler.</p> <p><u>Zu den Aufwendungen waren keine sonstigen öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p>
7.	Informationen zu Aufwendungen für natürliche Personen und Personengruppen zur Unterstützung eines Wahlwerbers durch die politische Partei - MFG
	<u>Zu den Aufwendungen waren keine sonstigen öffentlichen Informationen verfügbar.</u>
8.	Informationen zu Wahlveranstaltungen - MFG
	<p>Beobachtet wurden mobile <u>Wahlkampfstände</u>, ausgestattet mit Präsentationstisch, Einzelplakaten, kleinen Transparenten / Fahnen und tw. Give aways (bspw. Folder / Werbegeschenke), Signifikant waren etwa 7 Veranstaltungen. <u>Geschätzter Kostenrahmen: jeweils unter 5.000 Euro</u></p> <p>Abgehalten wurden <u>Pressekonferenzen</u> unter Nutzung vorhandener Einrichtungsgegenstände und technischer Ausstattung vor Ort, sowie Einladungen zu Interviews und anderen Medienformate (Diskussionsrunden) <u>Geschätzter Kostenrahmen: jeweils unter 3.000 Euro</u></p> <p><u>Stichprobe Kampagne: Veranstaltung (Beispiel): Straßenwahlkampf Graz, 21.9.2024</u> <u>Aufwand: Kleiner Stand mit Pult, Fahne, ausgelegtem Werbematerial, Transport, Organisation</u> <u>Geschätzter Kostenrahmen: unter 3.000 Euro</u></p>

9.	Sonstiges / Besonderheiten - MFG
	<p>Beobachtet wurde ein reduzierter Wahlkampf, der primär von KandidatInnen der Partei, dem Spitzenkandidaten Joachim Aigner und der Zweitgereihten Dagmar Häusler und nicht näher spezifizierten MitarbeiterInnen getragen wurde.</p> <p>Anzumerken ist, dass aufgrund des <u>Hochwasser-Ereignisses in Mitteleuropa ab 13.9.2024</u> (besonders in Niederösterreich) gegebenenfalls Veranstaltungen, Termine und Aktionen in ganz Österreich von der Partei abgesagt / reduziert wurden. Wie weit anfallende Kosten (Mieten, Stornokosten, vorbereitete Materialien, Drucksorten etc.) in die Wahlkampfkosten eingerechnet werden, ist nicht bekannt.</p> <p>Schlussfolgerung aus dem Befund: Stand 27.2.2025 Plausibilität der Einhaltung der Kostengrenze von <u>8.662.515 EURO</u> ist gegeben.</p>

10 Bildbeilagen - MFG

Zu 1: Plakate

Quelle: Screenshot Facebook MFG-Österreich, 28.9.2024



Zu 2: Drucksorten




Zu 3: Medienarbeit

Quelle: Screenshot ORF Report 9.9.2024



Zu 3: Medienarbeit - Facebook 28.9.2024

 **MFG Österreich - Menschen Freiheit Grundrechte** 😊 fühlt sich dankbar – hier:
Linz, Oberösterreich. ...
28. September 2024 · 🌐

🎉 FINALE 🎉

Letzter Infostand in diesem Wahlkampf mit [@Joachim Aligner](#) & unseren Linzer Aktivisten
Nähe Urfahrermarkt 😊

Eine intensive Zeit liegt hinter uns. DANKE an ALLE Unterstützer ❤️❤️

👉 ... Mehr anzeigen



Zu 8: Veranstaltung Beispiel Infostand Graz 21.9.2024



Zu 8: Veranstaltung Pressekonferenz 3.9.2024 – Ankündigung

Quelle: Screenshot www.mfg-oe.at



Pressekonferenz – Livestream Nationalratswahl
2024: „Weiter wie bisher? Sicha ned!“

3. September 2024 @ 10:00 - 11:30



03-08 Die Gelben (BGE)

1	Informationen zu Außenwerbung - BGE
	<p><u>Konnten keine öffentlich zugänglichen Angaben festgestellt werden</u></p> <p><u>Hinweis:</u> Kosten für „Dreieckständer“, Kleinplakate (bis 8 Bogen) und sonstige Sonderwerbformen sind öffentlich nicht bekannt.</p> <p>Einzelplakate / Sonderanfertigungen wurden bei Wahlkampfauftritten festgestellt</p>
2	Direktwerbung - BGE
	<p>a 1. Folder 2. Postwurfsendungen 3. sonstige Direktwerbung (bspw. Mailings) Kleines Sortiment an einfachen Drucksorten Vollständige Anzahl der Auflage und Umfang nicht bekannt.</p> <p>b Wahlkampfgeschenke zur Verteilung Diverse Utensilien / Flyer</p> <p>c parteieigene Printmedien <u>Konnten keine festgestellt werden.</u></p> <p><u>Hinweis:</u> Kosten für Direktwerbung können grundsätzlich in Kosten für Entwicklung, Erstellung von Texten, Bild- & Grafikmaterialien, Entwurf & Layout (Kreativkosten), Kosten für Herstellung (Druck) und Kosten für Verteilung / Versendung (Distribution) getrennt werden.</p> <p><u>Auflage und Anzahl von Drucksorten und Wahlkampfgeschenken sind nicht bekannt.</u> <u>Mögliche Rabatte oder sonstige Vergünstigungen sind öffentlich nicht bekannt.</u></p>
3	Informationen zu Inseraten und Werbeeinschaltungen - BGE
	<p>a in Printmedien <u>konnten keine öffentlichen Informationen dazu festgestellt werden</u></p> <p>b 1. in Hörfunkmedien 2. in audiovisuellen Medien 3. in Kinospots <u>konnten keine öffentlichen Informationen dazu festgestellt werden</u></p> <p>c im Internet [einschließlich Social Media] Laut META Datenbank: ca. 1 beworbenes Inserat idH von ca. 120 Euro (inkl. 5% Werbeabgabe, inkl. 20 % MwSt - Stichprobe) Laut GoogleAds: Keine Angaben ersichtlich</p> <p><u>Hinweise zu aktiver Social-Media Arbeit:</u> vorwiegend auf Facebook mit Erstellung von Texten, Bildmaterialien, Grafiken (Meme) Betreiben diverser Social-Media Kanäle (Facebook, X (Twitter)...) </p> <p><u>Stichprobe zu Social Media Aktivitäten:</u> X (Twitter) ca. 30 Posts mit tw. Ausspielungen auf andere inkl. Erstellung von Grafiken</p> <p><u>Stichprobe zu Pressearbeit:</u> ca. 47 Presseaussendungen (OTS) im Begutachtungszeitraum via „Bürgerlisten Österreich“</p> <p><u>Geschätzter Personalbedarf Social Media Arbeit:</u> ca. 2-3 Personen Fachpersonal, unter Mitwirkung von Parteiverantwortlichen. Betreiben einer Website: https://die-gelben.at/</p> <p><u>Hinweis:</u> Mögliche Rabatte oder sonstige Vergünstigungen sind öffentlich nicht bekannt.</p>

<p>4</p>	<p>Informationen zu Umfragen / Maßnahmen zu Meinungsbildung - BGE</p> <p>1. mit dem Wahlkampf beauftragte Kommunikations-, Media-, Werbe-, Direktwerbe-, Event-, Schalt-, PR- Agenturen <u>Es konnten keine öffentlichen Informationen festgestellt werden.</u></p> <p>2. Call-Center <u>Dazu waren keine öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p> <p>3. einschließlich wahlspezifischer Meinungsforschung <u>Dazu waren keine öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p>
<p>5</p>	<p>Informationen zu Aufwendungen für zusätzlichen Personalaufwand - BGE</p> <p><u>Zum zusätzlichen Personalaufwand waren keine öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p>
<p>6</p>	<p>Informationen zu Aufwendungen für die Wahlwerber durch die politische Partei - BGE</p> <p>Ausstattung mit Werbematerial, Organisation von Terminen; Straßenwahlkampfstände und Pressearbeit erfolgte mutmaßlich durch die politische Partei und / oder durch die jeweiligen VertreterInnen.</p> <p><u>Zu den Aufwendungen waren keine sonstigen öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p>
<p>7</p>	<p>Informationen zu Aufwendungen für natürliche Personen und Personengruppen zur Unterstützung eines Wahlwerbers durch die politische Partei - BGE</p> <p><u>Zu den Aufwendungen waren keine sonstigen öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p>
<p>8</p>	<p>Informationen zu Wahlveranstaltungen - BGE</p> <p>Beobachtet wurden kleine mobile <u>Wahlkampfstände</u>, ausgestattet mit einfachem Stehtisch, Einzelplakaten, kleinen Transparenten / Fahnen. Signifikant wahrnehmbar waren 2 Wahlkampfstände. <u>Geschätzter Kostenrahmen: jeweils unter 3.000 Euro</u></p> <p>Exakte Anzahl der Wahlkampfstände ist nicht bekannt / wurde nicht publiziert.</p> <p>Abgehalten wurden <u>Pressekonferenzen</u> unter Nutzung vorhandener Einrichtungsgegenstände und technischer Ausstattung vor Ort, sowie Rollups und Infomaterialien</p> <p><u>Stichprobe Kampagne: Pressekonferenz Café Landtmann 26.9.2024</u> Ein weiteres Pressegespräch fand am 29.8.24 in Eisenstadt statt. <u>Geschätzter Kostenrahmen: jeweils unter 5.000 Euro</u></p> <p><u>Stichprobe Veranstaltung (Beispiel): Plakatpräsentation 12.8.2024 – Platz der Menschenrechte</u> Aufwand: Ausstattung mit Rollups, Fahnen, Infomaterialien, Organisation, Transport <u>Geschätzter Kostenrahmen: unter 5.000 Euro</u></p>

9	Sonstiges / Besonderheiten - BGE
	<p>Beobachtet wurde ein reduzierter Wahlkampf mit sehr geringem materiellen Mitteleinsatz, der primär von KandidatInnen der Partei, und nicht näher spezifizierten MitarbeiterInnen getragen wurde. Wahlkampf fokussierte sich auf die Region Burgenland.</p> <p>Anzumerken ist, dass aufgrund des <u>Hochwasser-Ereignisses in Mitteleuropa ab 13.9.2024</u> (besonders in Niederösterreich) gegebenenfalls Veranstaltungen, Termine und Aktionen in ganz Österreich von der Partei abgesagt / reduziert wurden. Wie weit anfallende Kosten (Mieten, Stornokosten, vorbereitete Materialien, Drucksorten etc.) in die Wahlkampfkosten eingerechnet werden, ist nicht bekannt.</p> <p>Schlussfolgerung aus dem Befund: Stand 27.2.2025 Plausibilität der Einhaltung der Kostengrenze von <u>8.662.515 EURO</u> ist gegeben.</p>

10 Bildbeilagen - BGE

Zu 3 Beispiel Infostand, Wien Mariahilferstraße, Platz der Menschenrechte 12.8.24

Quelle: Screenshot auf der Parteiwebseite <https://die-gelben.at/>

Fotocredits verm. Bürgerlisten Österreich – Die Gelben BGE



Zu 8: Veranstaltungen

Veranstaltung (Beispiel): Pressekonferenz Café Landtmann 26.9.2024

Quelle: Screenshot auf der Parteiwebseite <https://die-gelben.at/>, Fotocredits, verm. Bürgerlisten Österreich – Die Gelben BGE



03-09 Liste Madeleine Petrovic (LMP)

1.	Informationen zu Außenwerbung - LMP
	<p><u>Konnten keine öffentlich zugänglichen Angaben festgestellt werden</u></p> <p><u>Hinweis:</u> Kosten für „Dreieckständer“, Kleinplakate (bis 8 Bogen) und sonstige Sonderwerbformen sind öffentlich nicht bekannt.</p> <p><u>Hinweis:</u> Einzelplakate / Kleinserien wurden bei Wahlkampfauftritten / festgestellt.</p> <p>Laut Pressemeldungen werden im Wahlkampf 1000 Plakate im Rahmen der Kampagne „Mut statt Angst“ österreichweit eingesetzt (27.8.2024 Plakatpräsentation)</p> <p><u>Geschätzter Kostenrahmen:</u> 1.000 Stück A1 ca. 350 Euro (inkl. MwSt)</p>
2.	Direktwerbung - LMP
	<p>a 1. Folder 2. Postwurfsendungen 3. sonstige Direktwerbung (bspw. Mailings) Kleines Sortiment an einfachen Drucksorten Vollständige Anzahl der Auflage und Umfang nicht bekannt.</p> <p>b Wahlkampfgeschenke zur Verteilung Diverse Kleindrucksorten / Sticker</p> <p>c parteieigene Printmedien Konnten keine festgestellt werden.</p> <p><u>Hinweis:</u> Kosten für Direktwerbung können grundsätzlich in Kosten für Entwicklung, Erstellung von Texten, Bild- & Grafikmaterialien, Entwurf & Layout (Kreativkosten), Kosten für Herstellung (Druck) und Kosten für Verteilung / Versendung (Distribution) getrennt werden.</p> <p><u>Auflage und Anzahl von Drucksorten und Wahlkampfgeschenken sind nicht bekannt.</u> <u>Mögliche Rabatte oder sonstige Vergünstigungen sind öffentlich nicht bekannt.</u></p>
3.	Informationen zu Inseraten und Werbeeinschaltungen - LMP
	<p>a in Printmedien <u>konnten keine öffentlichen Informationen dazu festgestellt werden</u></p> <p>b 1. in Hörfunkmedien 2. in audiovisuellen Medien 3. in Kinospots <u>konnten keine öffentlichen Informationen dazu festgestellt werden</u></p> <p>c im Internet [einschließlich Social Media] Laut META Datenbank: ca. 21 beworbene Inserate mit einem Gesamtetat von ca. 2.200 Euro (ca. 2.800 Euro inkl. 5% Digitalabgabe, inkl. 20 % MwSt) Laut GoogleAds: Keine Angaben ersichtlich</p> <p><u>Hinweise zu aktiver Social-Media Arbeit:</u> vorwiegend auf Facebook und X mit Erstellung von Texten, Bildmaterialien, Grafiken (Meme), Kurzvideos (bspw. Kurzvideos, Reels, etc) Betreiben diverser Social-Media Kanäle (Facebook, X (Twitter), YouTube, Instagram, Telegram ...)</p> <p><u>Stichprobe zu Social Media Aktivitäten:</u> Facebook ca. 190 Posts mit tw. Ausspielungen auf andere Kanäle (Twitter, Instagram, etc...) inkl. Erstellung von Videos und Grafiken</p>

	<p><u>Stichprobe zu Pressearbeit</u>: 22 Presseausendungen (OTS) im Begutachtungszeitraum</p> <p><u>Geschätzter Personalbedarf Social Media Arbeit</u>: ca. 3-5 Personen Fachpersonal, unter Mitwirkung von Spitzenkandidatin Dr. Madeleine Petrovic und weiteren Parteiverantwortlichen.</p> <p>Betreiben einer Website: https://liste-petrovic.at</p> <p><u>Hinweis</u>: Mögliche Rabatte oder sonstige Vergünstigungen sind öffentlich nicht bekannt.</p>
4.	Informationen zu Umfragen / Maßnahmen zu Meinungsbildung - LMP
	<p>1. mit dem Wahlkampf beauftragte Kommunikations-, Media-, Werbe-, Direktwerbe-, Event-, Schalt-, PR-Agenturen <u>Es konnten keine öffentlichen Informationen festgestellt werden.</u></p> <p>2. Call-Center <u>Dazu waren keine öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p> <p>3. einschließlich wahlspezifischer Meinungsforschung <u>Dazu waren keine öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p>
5.	Informationen zu Aufwendungen für zusätzlichen Personalaufwand - LMP
	<u>Zum zusätzlichen Personalaufwand waren keine öffentlichen Informationen verfügbar.</u>
6.	Informationen zu Aufwendungen für die Wahlwerber durch die politische Partei - LMP
	<p>Ausstattung mit Werbematerial, Organisation von Terminen; Diskussionsrunden „Miteinander Reden“/ Straßenwahlkampfstände und Pressearbeit erfolgte mutmaßlich durch die politische Partei und / oder durch die jeweiligen VertreterInnen in den Ländern und der Spitzenkandidatin Dr. Madeleine Petrovic.</p> <p><u>Zu den Aufwendungen waren keine sonstigen öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p>
7.	Informationen zu Aufwendungen für natürliche Personen und Personengruppen zur Unterstützung eines Wahlwerbers durch die politische Partei - LMP
	<u>Zu den Aufwendungen waren keine sonstigen öffentlichen Informationen verfügbar.</u>
8.	Informationen zu Wahlveranstaltungen - LMP
	<p>Beobachtet wurden kleine mobile <u>Wahlkampfstände</u> (Diskussionsrunden, Pressekonferenzen), ausgestattet mit einfachen Sitzmöglichkeiten / Tischen, Einzelplakaten, tw. Werbematerialien (bspw. Flyer) sowie Verwendung von Einrichtungsgegenständen / Ausstattung vor Ort.</p> <p>Allgemein wurden auf der Website der Partei ca. 100 Termine angegeben, worunter auch das Sammeln von Unterstützungserklärungen, „Treffen“ in Lokalen oder ähnliches genannt werden. Exakte Anzahl der Wahlkampfstände ist nicht bekannt / wurde nicht publiziert.</p> <p>Signifikant wahrnehmbar waren ca. 6 Veranstaltungen</p> <p><u>Geschätzter Kostenrahmen</u>: jeweils unter 5.000 Euro</p>

	<p><u>Stichprobe Veranstaltung: Wahlkampfauftakt auf der Rax, 3.9.2024</u> <u>Aufwand:</u> gestaltet als Pressekonferenz, Vorstellung von KandidatInnen, Open Air Event <u>Geschätzter Kostenrahmen:</u> unter 7.000 Euro</p> <p><u>Stichprobe Veranstaltung: Pressekonferenz – Präsentation Wahlplakate, Wien 27.8.2024</u> <u>Aufwand:</u> Pressekonferenz und Plakatpräsentation, Ausstattung mit Stehtischen, Medienbereich, Auslage und Verteilung von Info- & Werbematerialien, Organisation <u>Geschätzter Kostenrahmen:</u> unter 10.000 Euro</p> <p><u>Stichprobe Veranstaltung: Abschluss Wahlkampf Parteilokal, 27.9.2024</u> <u>Aufwand:</u> Pressekonferenz <u>Geschätzter Kostenrahmen:</u> unter 10.000 Euro</p>
9.	Sonstiges / Besonderheiten - LMP
	<p>Beobachtet wurde ein reduzierter Wahlkampf, der primär von KandidatInnen der Partei, und nicht näher spezifizierten MitarbeiterInnen getragen wurde.</p> <p><u>Hinweis:</u> Nach Medienberichten (Puls24, 25.8.24: „Kleinparteien mit wenig Budget“) nannte LMP die ehrenamtliche Beteiligung von ca. 70-100 Personen im Wahlkampf bei einem Kernteam von ca. 20 Personen. Ein Wahlkampfbudget wurde nicht genannt.</p> <p>Anzumerken ist, dass aufgrund des <u>Hochwasser-Ereignisses in Mitteleuropa ab 13.9.2024</u> (besonders in Niederösterreich) gegebenenfalls Veranstaltungen, Termine und Aktionen in ganz Österreich von der Partei abgesagt / reduziert wurden. Wie weit anfallende Kosten (Mieten, Stornokosten, vorbereitete Materialien, Drucksorten etc.) in die Wahlkampfkosten eingerechnet werden, ist nicht bekannt.</p> <p>Schlussfolgerung aus dem Befund: Stand 27.2.2025 Plausibilität der Einhaltung der Kostengrenze von <u>8.662.515 EURO</u> ist gegeben.</p>

10. Bildbeilagen - LMP

Zu 1: Plakatwerbung – Quelle: Screenshot ORF-Report 9.9.2024



Zu 1: Plakatwerbung, Wien

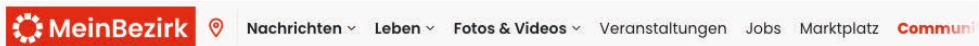


Zu 2: Drucksorten



Zu 8: Pressekonferenz – Präsentation Wahlplakate Wien 27.8.2024

Quelle: Screenshot Mein Bezirk/ Foto: Weingartner Foto



NR-Wahl 2024

Die Spitzenkandidaten der Liste Madeleine Petrovic in Wien

9. September 2024, 09:00 Uhr



Madeleine Petrovic, Nora Summer und Harald Haas.

Foto: Weingartner-Foto / picturedesk.com

hochgeladen von Antonio Šećerović

03-10 Liste GAZA – Stimmen gegen den Völkermord (GAZA)

1.	<p>Informationen zu Außenwerbung - GAZA</p> <p><u>Konnten keine öffentlich zugänglichen Angaben festgestellt werden</u></p> <p><u>Hinweis:</u> Kosten für „Dreieckständer“, Kleinplakate und sonstige Sonderwerbformen sind öffentlich nicht bekannt.</p> <p>Wahrnehmbar waren <u>Einzelplakate („Hohlkammerplakate“)</u> im öffentlichen Raum</p> <p><u>Auflage und Anzahl sind öffentlich nicht bekannt.</u></p>
2.	<p>Direktwerbung - GAZA</p> <p>a 1. Folder 2. Postwurfsendungen 3. sonstige Direktwerbung (bspw. Mailings) Einfache A5 Flyer – 4c Druck /Grammatur ca. 90g Wickelfalzfolder, Banner, A4-Folder, Sticker „Gaza“</p> <p>b Wahlkampfgeschenke zur Verteilung Sticker, Buttons, Getränke / Ölfaschen (Kernöl, ggf. auch von KandidatInnen bereitgestellt)</p> <p>c parteieigene Printmedien <u>Konnten keine festgestellt werden</u></p> <p><u>Hinweis:</u> Kosten für Direktwerbung können grundsätzlich in Kosten für Entwicklung, Erstellung von Texten, Bild- & Grafikmaterialien, Entwurf & Layout (Kreativkosten), Kosten für Herstellung (Druck) und Kosten für Verteilung / Versendung (Distribution) getrennt werden.</p> <p><u>Auflage und Anzahl von Drucksorten und Wahlkampfgeschenken sind nicht bekannt.</u></p> <p><u>Mögliche Rabatte oder sonstige Vergünstigungen sind öffentlich nicht bekannt.</u></p>
3.	<p>Informationen zu Inseraten und Werbeeinschaltungen - GAZA</p> <p>a in Printmedien <u>konnten keine festgestellt werden</u></p> <p>b 1. in Hörfunkmedien 2. in audiovisuellen Medien 3. in Kinospots <u>konnten keine festgestellt werden</u></p> <p>c im Internet [einschließlich Social Media] Laut META Datenbank: ca. 10 beworbene Inserate mit einem Gesamtetat von ca. 900 Euro (ca. 1.100 Euro inkl. 5% Digitalabgabe, inkl. 20 % MwSt) Laut GoogleAds: Keine Angaben ersichtlich</p> <p><u>Hinweise zu aktiver Social-Media Arbeit:</u> vorwiegend auf Facebook mit Erstellung von Texten, Bildmaterialien, Grafiken (Meme), Kurzvideos (bspw. Kurzvideos, Reels, etc) Betreiben diverser Social-Media Kanäle (Facebook, X (Twitter), Instagram) <u>Stichprobe zu Social Media Aktivitäten:</u> Facebook ca. 100 Posts mit tw. Ausspielungen auf andere Kanäle (Twitter, Instagram) inkl. Erstellung von Videos und Grafiken <u>Stichprobe zu Pressearbeit:</u> 8 Presseaussendungen (OTS) im Begutachtungszeitraum <u>Geschätzter Personalbedarf Social Media Arbeit:</u> ca. 1-2 Personen Fachpersonal, unter Mitwirkung von weiteren Parteiangehörigen. Betreiben einer Website: www.gaza.vote</p> <p><u>Hinweis:</u> Mögliche Rabatte oder sonstige Vergünstigungen sind öffentlich nicht bekannt.</p>

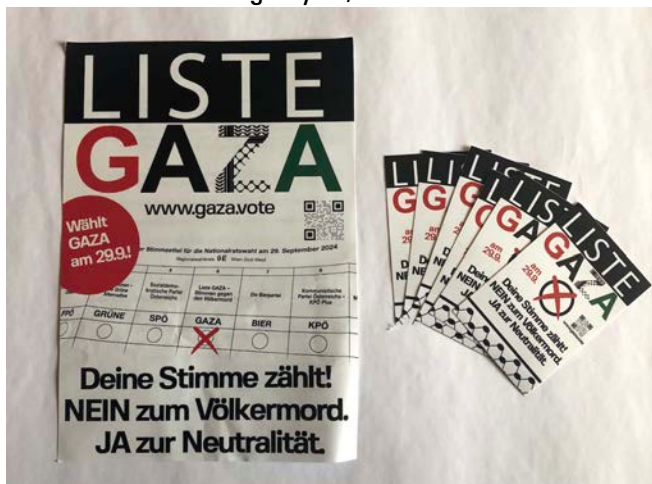
<p>4.</p>	<p>Informationen zu Umfragen / Maßnahmen zu Meinungsbildung - GAZA</p> <p>1. mit dem Wahlkampf beauftragte Kommunikations-, Media-, Werbe-, Direktwerbe-, Event-, Schalt-, PR- Agenturen <u>Es konnten keine öffentlichen Informationen festgestellt werden.</u></p> <p>2. Call-Center <u>Dazu waren keine öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p> <p>3. einschließlich wahlspezifischer Meinungsforschung <u>Dazu waren keine öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p>
<p>5.</p>	<p>Informationen zu Aufwendungen für zusätzlichen Personalaufwand - GAZA</p> <p><u>Zum zusätzlichen Personalaufwand waren keine öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p>
<p>6.</p>	<p>Informationen zu Aufwendungen für die Wahlwerber durch die politische Partei - GAZA</p> <p>Ausstattung mit Werbematerial, Organisation von Terminen und Pressearbeit erfolgte mutmaßlich durch die politische Partei und / oder durch die Spitzenkandidatin. <u>Zu den Aufwendungen waren keine öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p>
<p>7.</p>	<p>Informationen zu Aufwendungen für natürliche Personen und Personengruppen zur Unterstützung eines Wahlwerbers durch die politische Partei - GAZA</p> <p><u>Zu den Aufwendungen waren keine öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p>
<p>8.</p>	<p>Informationen zu Wahlveranstaltungen - GAZA</p> <p>Beobachtet wurden kleine Wahlkampfstände, ausgestattet mit einfachem Präsentationstisch, Fahne / Banner mit Parteilogo und ausgelegtem Werbematerial, Plakate Signifikant waren etwa 11 „Infotische“ (Straßenwahlkampf) <u>Geschätzter Kostenrahmen: jeweils unter 2.000 Euro</u></p> <p>Abgehalten wurden ferner Diskussionsveranstaltungen unter Nutzung vorhandener Einrichtungsgegenstände und technischer Ausstattung vor Ort (Schulveranstaltungen) <u>Geschätzter Kostenrahmen: jeweils unter 2.000 Euro</u></p>
<p>9.</p>	<p>Sonstiges / Besonderheiten - GAZA</p> <p>Beobachtet wurde ein reduzierter Wahlkampf mit sehr geringem materiellen Mitteleinsatz, der primär von KandidatInnen der Partei, und nicht näher spezifizierten MitarbeiterInnen getragen wurde.</p> <p>Anzumerken ist, dass aufgrund des <u>Hochwasser-Ereignisses in Mitteleuropa ab 13.9.2024</u> (besonders in Niederösterreich) gegebenenfalls Veranstaltungen, Termine und Aktionen in ganz Österreich von der Partei abgesagt / reduziert wurden. Wie weit anfallende Kosten (Mieten, Stornokosten, vorbereitete Materialien, Drucksorten etc.) in die Wahlkampfkosten eingerechnet werden, ist nicht bekannt.</p> <p>Schlussfolgerung aus dem Befund: Stand 27.2.2025 <u>Plausibilität der Einhaltung der Kostengrenze von 8.662.515 EURO ist gegeben.</u></p>

10 Bildbeilagen - GAZA

Zu 1: Plakatwerbung, Graz und Burgenland



Zu 2: Direktwerbung: Flyer / Sticker



Quelle: Screenshot ORF-Report 9.9.2024



Zu 8: Wahlkampfveranstaltungen
Straßenwahlkampf Graz: Quelle ORF-Report 9.9.2024



Zu 8: Straßenwahlkampf Wien 27.9.2024



03-11 Kommunistische Partei Österreichs - KPÖ Plus (KPÖ)

1.	Informationen zu Außenwerbung - KPÖ
	<p>Laut Daten von Focus Media: ca. 17.000 Euro (ca. 21.000 Euro inkl. 5% Werbeabgabe, inkl. 20 % MwSt)</p> <p><u>Hinweis:</u> Kosten für „Dreieckständer“, Kleinplakate (bis 8 Bogen) und sonstige Sonderwerbformen sind öffentlich nicht bekannt.</p> <p><u>Hinweis:</u> KPÖ informierte in der Pressekonferenz am 20.8.24. über die Nutzung von 4.000 Plakatständern („Dreieckständer“) österreichweit.</p> <p>Grobe Kalkulation Ständer: ca. 40.000 Euro (ca. 50.000 inkl. 5% Werbeabgabe, inkl. 20% MwSt) Grobe Kalkulation Druck Plakate: ca. 20.000 Stück – ca. 6.000-6.500 Euro (inkl. 20 % MwSt)</p>
2.	Direktwerbung - KPÖ
	<p>a 1. Folder 2. Postwurfsendungen 3. sonstige Direktwerbung (bspw. Mailings) Diverses Sortiment an einfachen Drucksorten, Flyern und Foldern, Mini - Plakate Vollständige Anzahl der Auflage und Umfang nicht bekannt.</p> <p>b Wahlkampfgeschenke zur Verteilung Flyer, Feuerzeuge, Buttons, Poster, Karten, Sticker, Vollständige Anzahl der Auflage und Umfang nicht bekannt.</p> <p>c parteieigene Printmedien <u>Konnten keine festgestellt werden.</u></p> <p><u>Hinweis:</u> Kosten für Direktwerbung können grundsätzlich in Kosten für Entwicklung, Erstellung von Texten, Bild- & Grafikmaterialien, Entwurf & Layout (Kreativkosten), Kosten für Herstellung (Druck) und Kosten für Verteilung / Versendung (Distribution) getrennt werden.</p> <p><u>Auflage und Anzahl von Drucksorten und Wahlkampfgeschenken sind nicht bekannt.</u> <u>Mögliche Rabatte oder sonstige Vergünstigungen sind öffentlich nicht bekannt.</u></p>
3.	Informationen zu Inseraten und Werbeeinschaltungen - KPÖ
	<p>a in Printmedien Laut Daten von Focus Media: ca. 6.500 Euro (ca. 8.000 Euro inkl. 5% Werbeabgabe, inkl. 20 % MwSt)</p> <p>b 1. in Hörfunkmedien 2. in audiovisuellen Medien 3. in Kinospots Laut Daten von Focus Media - Radio: ca. 100.000 Euro (ca. 126.000 Euro inkl. 5% Werbeabgabe, inkl. 20 % MwSt)</p> <p>c im Internet [einschließlich Social Media] Laut META Datenbank: ca. 120 beworbene Inserate mit einem Gesamtetat von ca. 44.000 Euro (ca. 55.000 Euro inkl. 5% Digitalabgabe, inkl. 20 % MwSt) Laut GoogleAds: Keine Angaben ersichtlich</p> <p><u>Hinweise zu aktiver Social-Media Arbeit:</u> vorwiegend auf Facebook und X mit Erstellung von Texten, Bildmaterialien, Grafiken (Meme), Kurzvideos (bspw. Kurzvideos, Reels, etc) Betreiben diverser Social-Media Kanäle (Facebook, X (Twitter), YouTube, ...)</p>

	<p>Stichprobe zu Social Media Aktivitäten: Facebook ca. 450 Posts mit tw. Ausspielungen auf andere Kanäle (Twitter, Instagram) inkl. Erstellung von Videos und Grafiken</p> <p>Stichprobe zu Pressearbeit: 8 Presseaussendungen (OTS) im Begutachtungszeitraum</p> <p>Geschätzter Personalbedarf Social Media Arbeit: ca. 3-6 Personen Fachpersonal, unter Mitwirkung von Spitzenkandidat Tobias Schweiger und weiteren Parteiverantwortlichen.</p> <p>Betreiben einer Website: www-kpoe.at</p> <p>Hinweis: Mögliche Rabatte oder sonstige Vergünstigungen sind öffentlich nicht bekannt.</p>
4.	Informationen zu Umfragen / Maßnahmen zu Meinungsbildung - KPÖ
	<p>1. mit dem Wahlkampf beauftragte Kommunikations-, Media-, Werbe-, Direktwerbe-, Event-, Schalt-, PR- Agenturen <u>Es konnten keine öffentlichen Informationen festgestellt werden.</u></p> <p>2. Call-Center <u>Dazu waren keine öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p> <p>3. einschließlich wahlspezifischer Meinungsforschung <u>Dazu waren keine öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p>
5.	Informationen zu Aufwendungen für zusätzlichen Personalaufwand - KPÖ
	<u>Zum zusätzlichen Personalaufwand waren keine öffentlichen Informationen verfügbar.</u>
6.	Informationen zu Aufwendungen für die Wahlwerber durch die politische Partei - KPÖ
	<p>Ausstattung mit Werbematerial, Organisation von Terminen; Straßenwahlkampfstände und Pressearbeit erfolgte mutmaßlich durch die politische Partei und / oder durch die jeweiligen Landesorganisationen und den Spitzenkandidaten Tobias Schweiger.</p> <p>Individuelle Angebote und Lösungen im Straßenwahlkampf je nach Bundesland.</p> <p>Personalbedarf: Nach Gesprächen an Wahlkampfständen: Tätigkeit erfolgt ehrenamtlich</p> <p><u>Zu den Aufwendungen waren keine sonstigen öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p>
7.	Informationen zu Aufwendungen für natürliche Personen und Personengruppen zur Unterstützung eines Wahlwerbers durch die politische Partei - KPÖ
	<p>Beobachtet wurden unterstützende Aktivitäten namhafter VertreterInnen der KPÖ, wie bspw. Elke Kahr, Kay Michael Dankl und Günther Hopfgartner.</p> <p><u>Zu den Aufwendungen waren keine sonstigen öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p>

<p>8.</p>	<p>Informationen zu Wahlveranstaltungen - KPÖ</p> <p>Beobachtet wurden kleine <u>Wahlkampfstände</u>, ausgestattet mit einfachem Stehtisch, Wimpel / Fahne mit Parteilogo, kleinen Transparenten und ausgelegtem Werbematerial, Plakatständer, Die genaue Anzahl der in Österreich verwendeten Stände ist nicht bekannt. Auszugehen ist von mindestens 2-3 Ständen pro Bundesland</p> <p><u>Geschätzter Kostenrahmen:</u> jeweils unter 2.000 Euro</p> <p><u>Stichprobe Veranstaltungen: „Plakatpräsentation“ am 20.8.2024</u> Abgehalten als Open-air-Pressekonferenzen unter Nutzung von Stehtischen, Medienbereich und technischer Ausstattung vor Ort, Präsentation von Plakatständern, Präsentation von Infomaterialien</p> <p><u>Geschätzter Kostenrahmen:</u> unter 5.000 Euro</p> <p><u>Stichprobe Veranstaltungen „Wahlkampfauftakt“: 30.8.2024</u> Aufwand: Präsentation / Pressekonferenz von Parlament / Wien, Ausstattung mit Umzugkartons, Fahnen, Werbematerialien</p> <p><u>Geschätzter Kostenrahmen:</u> unter 10.000 Euro</p> <p><u>Stichprobe Veranstaltungen: „Wahlkampfabschluss“ am 27.9. 2024</u> Aufwand: Gestaltet als Pressekonferenz mit Wahlkampfbelt, Kundgebung, Regenschutz, Medienbereich</p> <p><u>Geschätzter Kostenrahmen:</u> unter 5.000 Euro</p>
<p>9.</p>	<p>Sonstiges / Besonderheiten - KPÖ</p> <p>25.7.2024 Bekanntgabe des Antretens bei der Nationalratswahl 2024, sowie die Bekanntgabe des Spitzenkandidaten Tobias Schweiger.</p> <p>Beobachtet wurde ein Wahlkampf mit reduziertem Mitteleinsatz, der primär von KandidatInnen der Partei, und nicht näher spezifizierten MitarbeiterInnen getragen wurde.</p> <p><u>Hinweis:</u> Nach Medienberichten (Kleine Zeitung, 17.7.24: „KPÖ nimmt 800.000 Euro für Parlamentstraum in die Hand“) nannte die KPÖ ein Wahlkampfbudget von ca. 800.000 Euro.</p> <p>Anzumerken ist, dass aufgrund des <u>Hochwasser-Ereignisses in Mitteleuropa ab 13.9.2024</u> (besonders in Niederösterreich) gegebenenfalls Veranstaltungen, Termine und Aktionen in ganz Österreich von der Partei abgesagt / reduziert wurden. Wie weit anfallende Kosten (Mieten, Stornokosten, vorbereitete Materialien, Drucksorten etc.) in die Wahlkampfkosten eingerechnet werden, ist nicht bekannt.</p> <p>Schlussfolgerung aus dem Befund: Stand 27.2.2025</p> <p>Plausibilität der Einhaltung der Kostengrenze von <u>8.662.515 EURO</u> ist gegeben.</p>

10 Bildbeilagen - KPÖ

Zu 1: Plakatwerbung



Zu 2: Drucksorten / Give aways KPÖ



Zu 8: Beispiel Infostand Graz (30.8.2024)



Zu 8: „Plakatpräsentation“ am 20.8.2024

Quelle: Screenshot ORF Report



Zu 8: „Wahlkampfauftakt“: 30.8.2024

Quelle: Screenshot Der Standard, 30.8.24 - Foto: Christian Fischer

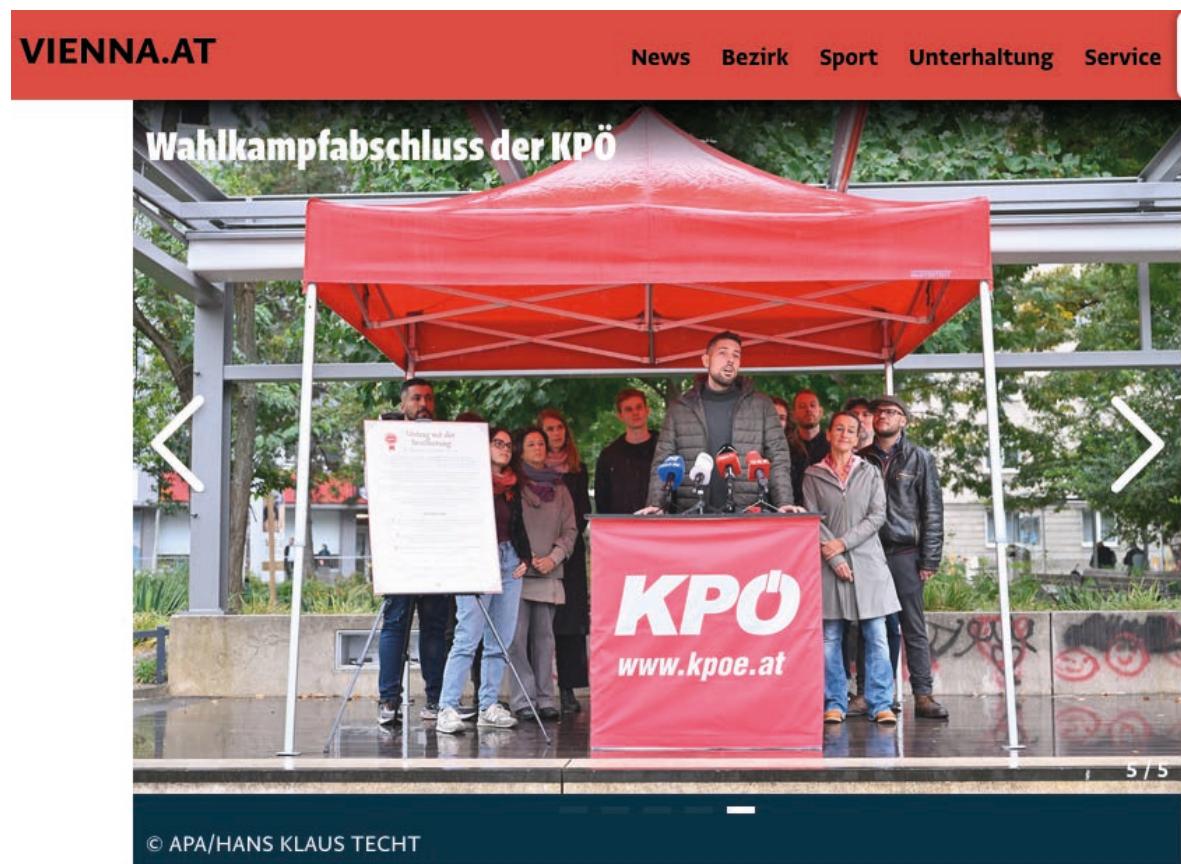
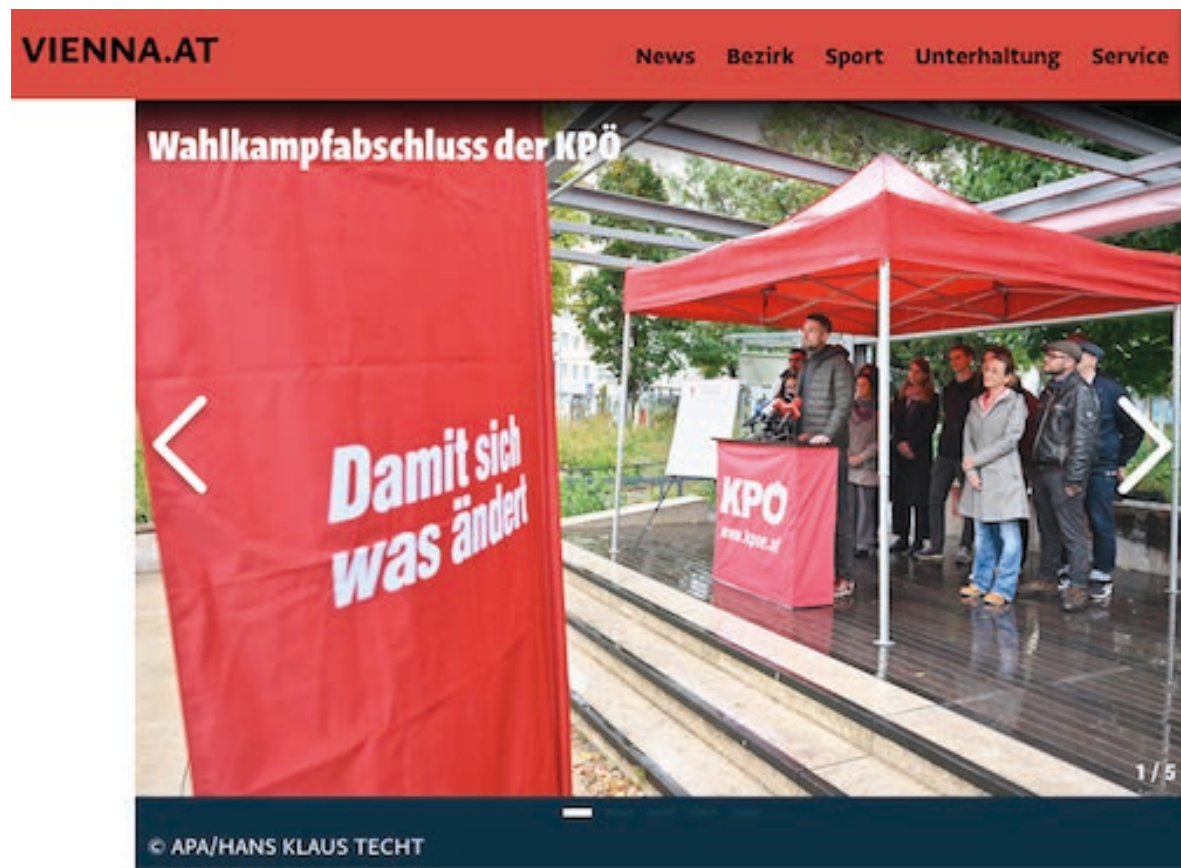


KPÖ-Spitzenkandidat Tobias Schweiger (Mitte) packte unter anderem mit der Listenweiten Bettina Prochaska und dem Listendritten Josef Meszlenyi an und siedelte am Freitagnachmittag temporär vors Parlament.

@Christian Fischer

Zu 8: „Wahlkampfabschluss“ am 27.9.2024

Quelle: Screenshot Vienna.at, Bild: Klaus Techt



03-12 Keine von denen (KEINE)

1.	Informationen zu Außenwerbung - KEINE
	<p><u>Konnten keine öffentlich zugänglichen Angaben festgestellt werden</u></p> <p><u>Hinweis:</u> Kosten für „Dreieckständer“, Kleinplakate und sonstige Sonderwerbformen sind öffentlich nicht bekannt.</p> <p>Wahrnehmbar waren <u>Einzelplakate („Hohlkammerplakate“)</u> und <u>Kleinserien</u> im öffentlichen Raum sowie ein mobiles Großplakat. Genaue Anzahl ist nicht öffentlich bekannt.</p> <p><u>Grobe Kostenkalkulation Großplakat:</u> ca. 400 Euro (inkl. MwSt)</p>
2.	Direktwerbung - KEINE
	<p>a 1. Folder 2. Postwurfsendungen 3. sonstige Direktwerbung (bspw. Mailings) <u>Konnten keine festgestellt werden.</u></p> <p>b Wahlkampfgeschenke zur Verteilung Flyer, vollständige Anzahl der Auflage und Umfang sind nicht bekannt.</p> <p>c parteieigene Printmedien <u>Konnten keine festgestellt werden.</u></p> <p><u>Hinweis:</u> Kosten für Direktwerbung können grundsätzlich in Kosten für Entwicklung, Erstellung von Texten, Bild- & Grafikmaterialien, Entwurf & Layout (Kreativkosten), Kosten für Herstellung (Druck) und Kosten für Verteilung / Versendung (Distribution) getrennt werden.</p> <p><u>Auflage und Anzahl von Drucksorten und Wahlkampfgeschenken sind nicht bekannt.</u></p> <p><u>Mögliche Rabatte oder sonstige Vergünstigungen sind öffentlich nicht bekannt.</u></p>
3.	Informationen zu Inseraten und Werbeeinschaltungen - KEINE
	<p>a in Printmedien <u>konnten keine öffentlichen Informationen dazu festgestellt werden</u></p> <p>b 1. in Hörfunkmedien 2. in audiovisuellen Medien 3. in Kinospots <u>konnten keine öffentlichen Informationen dazu festgestellt werden</u></p> <p>c im Internet [einschließlich Social Media] Laut META Datenbank: ca. 14 beworbene Inserate mit einem Gesamtetat von ca. 1.000 Euro (ca. 1.300 Euro inkl. 5% Werbeabgabe, inkl. 20 % MwSt) Laut GoogleAds: Keine Angaben ersichtlich</p> <p><u>Hinweise zu aktiver Social-Media Arbeit:</u> vorwiegend auf Facebook und X mit Erstellung von Texten, Bildmaterialien, Grafiken (Meme), Kurzvideos (bspw. Kurzvideos, Reels, etc) Betreiben diverser Social-Media Kanäle (Facebook, X (Twitter), Instagram, YouTube, ...) unter dem Parteinamen „Wandel“</p> <p><u>Stichprobe zu Social Media Aktivitäten:</u> Facebook ca. 120 Posts mit tw. parallelen Ausspielungen auf anderen Kanälen (Twitter ca. 150 Posts, Instagram ca. 150 Beiträge) inkl. Erstellung von Videos und Grafiken, Texten.</p>

	<p><u>Stichprobe zu Pressearbeit</u>: keine Presseausendungen (OTS) im Begutachtungszeitraum</p> <p><u>Geschätzter Personalbedarf Social Media Arbeit</u>: ca. 2-4 Personen Fachpersonal, unter Mitwirkung von Spitzenkandidat Fayad Mulla und weiteren Parteiverantwortlichen.</p> <p><u>Betreiben einer Website</u>: www.derwandel.at</p>
4.	Informationen zu Umfragen / Maßnahmen zu Meinungsbildung - KEINE
	<p>1. mit dem Wahlkampf beauftragte Kommunikations-, Media-, Werbe-, Direktwerbe-, Event-, Schalt-, PR- Agenturen <u>Es konnten keine öffentlichen Informationen festgestellt werden.</u></p> <p>2. Call-Center <u>Dazu waren keine öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p> <p>3. einschließlich wahlspezifischer Meinungsforschung <u>Dazu waren keine öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p>
5.	Informationen zu Aufwendungen für zusätzlichen Personalaufwand - KEINE
	<u>Zum zusätzlichen Personalaufwand waren keine öffentlichen Informationen verfügbar.</u>
6.	Informationen zu Aufwendungen für die Wahlwerber durch die politische Partei - KEINE
	<p>Ausstattung mit Werbematerial, Organisation von Terminen; Straßenwahlkampfstände und Pressearbeit erfolgte mutmaßlich durch die politische Partei WANDEL und / oder durch die jeweiligen ParteifunktionärInnen und den Spitzenkandidaten Fayad Mulla.</p> <p>Personalbedarf: Nach Informationen aus Medien und Interviews: Tätigkeit erfolgt ehrenamtlich</p> <p><u>Zu den Aufwendungen waren keine sonstigen öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p>
7.	Informationen zu Aufwendungen für natürliche Personen und Personengruppen zur Unterstützung eines Wahlwerbers durch die politische Partei - KEINE
	<p>Beobachtet wurden unterstützende Aktivitäten namhafter VertreterInnen von WANDEL / KEINE VON DENEN, wie bspw. Fayad Mulla, Dani Platsch und Luna Walch.</p> <p><u>Zu den Aufwendungen waren keine sonstigen öffentlichen Informationen verfügbar.</u></p>

<p>8.</p>	<p>Informationen zu Wahlveranstaltungen - KEINE</p> <p>Beobachtet wurden kleine <u>Wahlkampfstände</u>, ausgestattet mit einfachem Stehtisch, Wimpel / Fahne mit Listenlogo KEINE, kleinen Transparenten und ausgelegtem Werbematerial (Flyer), sowie Plakatständer. Ausgehen kann man von mind. 1-2 Wahlkampfständen / Terminen pro Bundesland. Exakte Anzahl der Wahlkampfstände ist nicht bekannt / wurde nicht publiziert.</p> <p><u>Geschätzter Kostenrahmen:</u> jeweils unter 2.000 Euro</p> <p>Abgehalten wurden <u>Pressekonferenzen</u> / Präsentationen unter Nutzung vorhandener Einrichtungsgegenstände und technischer Ausstattung vor Ort, sowie Einladungen zu Interviews und anderen Medienformaten (Diskussionsrunden)</p> <p><u>Geschätzter Kostenrahmen:</u> gesamt unter 2.000 Euro</p> <p><u>Stichprobe Veranstaltungen:</u> „Sommerfest“ 24.8.2024 <u>Aufwand:</u> Festveranstaltung mit Musik und Verpflegung sowie Bekanntgabe des Antretens bei der Nationalratswahl 2024 <u>Geschätzter Kostenrahmen:</u> unter 8.000 Euro</p> <p><u>Stichprobe Veranstaltungen:</u> „Plakatpräsentation“ 23.9.2024 <u>Aufwand:</u> Präsentation von Plakaten vor dem Parlament, Fahnen, Pressekonferenz <u>Geschätzter Kostenrahmen:</u> unter 2.000 Euro</p> <p><u>Stichprobe Veranstaltungen:</u> „Empfangskomitee“ 27.9.2024 <u>Aufwand:</u> Enthüllung eines Plakates <u>Geschätzter Kostenrahmen:</u> unter 1.000 Euro</p>
<p>9.</p>	<p>Sonstiges / Besonderheiten - KEINE</p> <p>9.7.-30.7.2024 Sammeln von Unterstützungserklärungen wurde aktiv für Öffentlichkeitsarbeit genutzt. Aktionen im öffentlichen Raum sowie Social Media Arbeit unterstützten die Bestrebungen</p> <p>Beobachtet wurde ein reduzierter Wahlkampf, der primär von KandidatInnen der Partei, und nicht näher spezifizierten MitarbeiterInnen getragen wurde.</p> <p><u>Hinweis:</u> Nach Medienberichten (Puls24, 25.8.24: „Kleinparteien mit wenig Budget“) nannte WANDEL (KEINE) ein Wahlkampfbudget von ca. 20.000 Euro. Weiters wurde laut Medienberichten auf eine offizielle Schlusskundgebung verzichtet.</p> <p>Anzumerken ist, dass aufgrund des <u>Hochwasser-Ereignisses in Mitteleuropa ab 13.9.2024</u> (besonders in Niederösterreich) gegebenenfalls Veranstaltungen, Termine und Aktionen in ganz Österreich von der Partei abgesagt / reduziert wurden. Wie weit anfallende Kosten (Mieten, Stornokosten, vorbereitete Materialien, Drucksorten etc.) in die Wahlkampfkosten eingerechnet werden, ist nicht bekannt.</p> <p>Schlussfolgerung aus dem Befund: Stand 27.2.2025 Plausibilität der Einhaltung der Kostengrenze von 8.662.515 EURO ist gegeben.</p>

10 Bildbeilagen - KEINE

Zu 1: Plakatwerbung
Quelle: Screenshot ORF-Report (4.9.2024)



Zu 1: Plakat, Hängung Wien



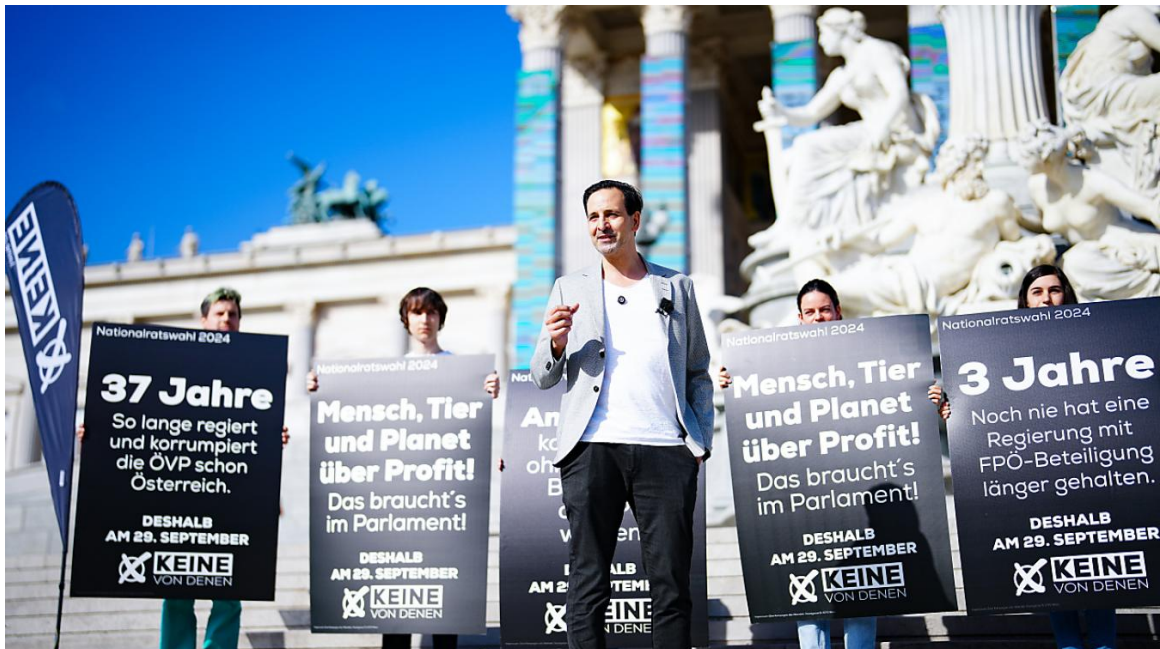
Zu 2: Drucksorten (Screenshot, fb-Seite, 26.7.2024)

Sowie zu 8: Straßenwahlkampf (Screenshot, fb-Seite Wandel, 26.7.2024)



Zu 8: Plakatpräsentation 23.9.2024

Quelle: Screenshot Puls24 23.9.24 / Foto: APA Eva Manhart



Zu 8: Veranstaltung (Beispiel): „Plakatpräsentation“ 23.9.2024

 Wandel
23. September 2024 · 🌐

Gerade haben wir vor dem Parlament unsere Plakate vorgestellt.

Die einen machen klar, warum KEINE VON DENEN wählbar ist.

Die anderen, warum KEINE VON DENEN die nötige Opposition im Parlament ist, die endlich Mensch, Tier und Planet über Profit stellt.



Zu 8: Veranstaltung (Beispiel): „Empfangskomitee“ 27.9.2024

 Wandel
27. September 2024 · 🌐

Unser Empfangskomitee für Herrn Karl Nehammer gestern am Küniglberg.

Statt Kinderarmut zu beenden, empfiehlt er Armutsbetroffenen ihre Kinder mit McDonalds Essen zu ernähren. Übrigens einem der Konzerne, die in Österreich kaum Steuern zahlen.

Deshalb am 29.9. KEINE VON DENEN!



04 Weiterführende Quellen / Literatur:

(Anregung – gelistet nach dem Jahr des Erscheinens)

- Gustav Le Bon: Psychologie der Massen 1912 / 2016
Edward Bernays: Propaganda – die Kunst der PR, 1928
Ludwik Fleck: Erfahrung und Tatsache, 1929 / 1983
Ludwik Fleck: Entwicklung und Entstehung einer wissenschaftlichen Tatsache, 1935
Walter Lippmann: Walter Ötsch, Silja Graupe Hg.: Die öffentliche Meinung 1949 / 2018
Marshall McLuhan: The Medium is the Message: An Inventory of Effects, 1967
Paul Watzlawick: Wie wirklich ist die Wirklichkeit, 1976
Thomas S. Kuhn: Die Entstehung des Neuen, 1978
Schulz von Thun: Miteinander Reden 1-3, 1981
Paul Watzlawick: Die erfundene Wirklichkeit, 1985/1999
Walter Krämer: So lügt man mit Statistik, 1991
Wichard Woyke: Stichwort: Wahlen, 1998
Fritz Plasser: Politische Kommunikation in Österreich, 2004
Friedrich Eisenmenger – design austria: Honorar 6 Kalkulations-Richtlinien, 2008 / 2017
Petra Bernhardt, Leila Hadj-Abdou, Karin Liebhart, Andreas Pribersky: Europäische Bildpolitiken, 2009
Thomas Hofer: Die Tricks der Politiker, 2010
Sylvia Jalocha: Die Inszenierung der Politik durch die Massenmedien, 2010
Fritz Plasser: Politik in der Medienarena, 2010
Walter Krämer: Die Angst der Woche – Warum wir uns vor den falschen Dingen fürchten, 2011
Hubert Sickinger: Politikfinanzierung in Österreich – Ein Handbuch, 2011
Ralf Bohn, Heiner Wilharm (Hg.): Inszenierung und Vertrauen, 2012
Fritz Plasser: Erfolgreich Wahlkämpfen, 2012
Lothar Neimke: Das Sachverständigengutachten, 2012
Bernhard Schellmann, Andreas Baumann, Martin Gläser, Thomas Kegel: Handbuch Medien, 2013
Ralf Bohn / Heiner Wilharm (Hg.): Inszenierung und Effekte – Die Magie der Szenographie, 2013
Bernhard Pörksen: Die gehetzte Politik, 2013
Hubert Sickinger: Politisches Geld - Parteienfinanzierung und öffentliche Kontrolle in Österreich, 2013
Winfried Schulz: Medien und Wahlen, 2014
Andreas Ströhl: Medientheorie kompakt, 2014
Bernhard Pörksen: Kommunikation als Lebenskunst: Philosophie und Praxis des Miteinander-Redens, 2014
Ralf Bohn, Heiner Wilharm (Hg.): Inszenierung und Politik, 2015
Elisabeth Wehling: Politisches Framing: Wie eine Nation sich ihr Denken einredet - und daraus Politik macht, 2016
Ingrid Brodnig: Hass im Netz - Was wir gegen Hetze, Mobbing und Lügen tun können, 2016
Lorenz Brockmann: Crashkurs Wahlkampf: Die fünf Säulen einer Wahlkampfstrategie, 2017
Marie Luisa Frick: Zivilisiert streiten – Zur Ethik der politischen Gegnerschaft, 2017
Lorenz Brockmann: Wie man eine Wahl gewinnt: Leitfaden für einen erfolgreichen Wahlkampf, 2017
Ingrid Brodnig: Lügen im Netz, Wie Fake News, Populisten und unkontrollierte Technik und manipulieren, 2017
Bernhard Pörksen: Die große Gereiztheit, 2018
Hans Rosling: Factfulness, Wie wir lernen, die Welt so zu sehen, wie sie wirklich ist, 2018
Hubert Sickinger, Mathias Huter, Florian Skrabal, Marion Breitschopf: Parteienfinanzierung, Abgeordneteneinkünfte, Medientransparenz, Lobbygesetzgebung, Informationsfreiheit, 2019
Barbara Tóth, Thomas Hofer: Wahl 2019 - Strategien, Schnitzel, Skandale, 2019
Julia Ebner: Radikalisierungsmaschinen: Wie Extremisten die neuen Technologien nutzen und uns manipulieren, 2019
Christian Eisner, Michael R. Kogler, Andreas Ulrich: Recht der politischen Parteien, 2019
Jeanette Hofmann / Norbert Kersting / Claudia Ritzi / W. J. Schünemann (Hg.): Politik in der digitalen Gesellschaft, 2019
Dossier: Wie Korruption Österreich prägt, 2019
Bernhard Pörksen, Friedemann Schulz von Thun: Die Kunst des Miteinander-Redens, 2022
Andy Kaltenbrunner, Medienhaus Wien: Der österreichische Journalismus-Report, VI & VII, 2020, 2022
Petra Bernhardt: Wie Bilder Wahlkampf machen, 2021
Kohl, Karner, Sobotka, Rausch Amon, Ofner: Österreichisches Jahrbuch für Politik, 2023
Gerald Fleischmann: Message Control, 2023
Dossier: Wolfgang Sobotka, Schule der Macht, 2024
Ingrid Brodnig, Florian Klenk, Gabi Waldner, Armin Wolf: Praktischer Journalismus, 2024

Gutachterin: Mag. Barbara Sommerer, Allgemein beeidete und gerichtlich zertifizierte Sachverständige, Fachbereich 79.80 Medienwesen, LG f ZRS Graz - Th. Stammelstraße 54, 8052 Graz | www.sommerer.cc

Alle Bildmaterialien, wenn nicht anders angegeben: Barbara Sommerer

Angaben wurden nach bestem Wissen und Gewissen notiert.
Übertragungs- und Schreibfehler sind möglich.

Letzte Seite.