

Korinna Schumann  
Bundesministerin

Herrn  
Dr. Walter Rosenkranz  
Präsident des Nationalrates  
Parlament  
1017 Wien

Geschäftszahl: 2025-0.437.034

Wien, 23.6.2025

Sehr geehrter Herr Präsident!

Ich beantworte die an mich gerichtete schriftliche parlamentarische **Anfrage Nr. 1389/J der Abgeordneten Michael Schnedlitz, Kolleginnen und Kollegen, betreffend Kostenkontrolle für Werbung in sozialen Netzwerken und Online-Medien im 1. Quartal 2025** wie folgt:

**Frage 1:** *Welche Social-Media-Seiten wurden im 1. Quartal 2025 von Ihrem Ressort betrieben? (Bitte um Auflistung jeweils nach Plattform und Namen der Seite)*

Folgende Kanäle werden durch die nach der Geschäftseinteilung zuständige Stelle des Bundesministeriums für Arbeit, Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz (BMASGPK) bespielt bzw. inhaltlich betreut:

- **Facebook:**  
<https://www.facebook.com/bmasgpk/>  
<https://www.facebook.com/KorinnaSchumann> (1.Posting am 3. März 2025)  
<https://www.facebook.com/UlrikeKonigsbergerLudwig> (seit 3. März 2025)  
<https://www.facebook.com/freiwilligenweb>  
<https://www.facebook.com/esf.oesterreich/>  
<https://www.facebook.com/EUropaInOesterreich>

- **YouTube:**  
[https://www.youtube.com/@bmasgpk\\_aut](https://www.youtube.com/@bmasgpk_aut)  
<https://www.youtube.com/Freiwilligenweb>  
[https://www.youtube.com/channel/UCh\\_hkkU5TtMvgX1whj-jeZg](https://www.youtube.com/channel/UCh_hkkU5TtMvgX1whj-jeZg)
- **Instagram:**  
[https://www.instagram.com/bmasgpk\\_aut/](https://www.instagram.com/bmasgpk_aut/)  
<https://www.instagram.com/korinna.schumann> (1. Posting am 3. März 2025)  
<https://www.instagram.com/ludwigulrike> (seit 3. März 2025)  
<https://www.instagram.com/boysday.at/>  
[https://www.instagram.com/esf\\_oesterreich/](https://www.instagram.com/esf_oesterreich/)
- **Flickr:**  
<https://www.flickr.com/photos/sozialministerium/>
- **LinkedIn:**  
<https://www.linkedin.com/company/bundesministerium-f-r-arbeit-soziales-gesundheit-pflege-und-konsumentenschutz/?viewAsMember=true>  
<https://www.linkedin.com/in/ulrike-koenigsberger-ludwig-bbb005b9> (1. Posting am 7. März 2025)  
<https://www.linkedin.com/company/esf-österreich>
- **Snapchat:**  
[https://www.snapchat.com/add/bmasgpk\\_aut](https://www.snapchat.com/add/bmasgpk_aut)
- **X:**  
<https://twitter.com/bmsgpk> (Kanal seit 14.4.2025 ruhend gestellt)  
<https://x.com/SchumannKorinna> (1. Posting am 3. März 2025)  
[https://x.com/ludwig\\_ulrike](https://x.com/ludwig_ulrike) (Kanal seit 31.3.2025 ruhend gestellt)
- **Bluesky:**  
<https://bsky.app/profile/bmasgpkaut.bsky.social>  
<https://bsky.app/profile/schumannkorinna.bsky.social> (1. Posting am 3. März 2025)  
<https://bsky.app/profile/ulrike65.bsky.social>

Im Zusammenhang mit fit2work wird seitens des Sozialministeriumservice (SMS), in seiner Funktion als Büro der Steuerungsgruppe fit2work der YouTube-Kanal „fit2work Austria“ (<https://www.youtube.com/user/fit2workAustria>) betrieben.

Der YouTube-Kanal „NEBA Österreich“ (NEBA ÖSTERREICH - YouTube) wird seit Mai 2023 vom *Dachverband dabei austria* betrieben.

Die Sektion III hat die Videos zum Thema Tierschutz und Tiergesundheit vom YouTube Kanal des ehemaligen BMG (2018) übernommen und hat seit der Zusammenlegung mit dem Sozialministerium einen eigenen Kanal mit Videos zu diesen Themen.

**Frage 2:** *Welche Mitarbeiter Ihres Ministeriums waren im 1. Quartal 2025 mit der Betreuung der Social-Media-Seiten beschäftigt? (Bitte um detaillierte Auflistung jeweils nach Name, Funktion, Organisationseinheit, Beschäftigungszeitraum und Beschreibung des Tätigkeitsbereichs)*

Die Social-Media-Accounts und -Seiten werden von den laut Geschäftseinteilung meines Ressorts inhaltlich jeweils zuständigen Abteilungen betreut.

Die YouTube-Kanäle „fit2work Austria“ und „NEBA Österreich“ werden wie in Frage 1 angeführt extern von einer Agentur bzw. vom *Dachverband dabei austria* betrieben.

**Fragen 3 bis 5, 10, 11, 13 bis 16:**

- *Wie hoch waren die Gesamtkosten Ihres Ministeriums für Werbung in Sozialen Netzwerken sowie Online-Medien im 1. Quartal 2025?*
  - a. *Wie hoch waren die aufgewendeten Kosten Ihres Ministeriums je Social-Media-Plattform? (Bitte um detaillierte Auflistung nach Plattform und aufgewendetem Budget)*
- *Wie hoch waren die Gesamtkosten der genannten Social-Media-Seiten für Sponsoring und Postings im 1. Quartal 2025? (Bitte um detaillierte Auflistung nach Kanal, geschaltetem Budget und Anführung der gesponserten Postings)*
- *Wie hoch waren die Kosten, die ausschließlich aus der Bewerbung der jeweiligen Social-Media-Seiten im 1. Quartal 2025 entstanden sind? (Bitte um detaillierte Auflistung nach Plattform, jeweiliger Seite, verwendetem Budget sowie Zeitpunkt der Bewerbung)*
- *Wurde im 1. Quartal 2025 bei der Bewerbung der Social-Media-Beiträge Zielgruppendifinitionen vorgenommen?*
- *Wurden im 1. Quartal 2025 bei der Bewerbung der Seiten sowie der dortigen Schaltungen oder Uploads unterschiedliche Zielgruppendifinitionen vorgenommen?*
  - a. *Wenn ja, inwieweit wurden unterschiedliche Zielgruppendifinitionen vorgenommen? (Bitte um Auflistung jeweils nach Beitrag, Datum der Veröffentlichung, jeweils vorgenommener Zielgruppendifinitionen und Begründung der gewählten Zielgruppe)*

- Wurden im 1. Quartal 2025 bei der Bewerbung der Social-Media-Seiten sowie der dortigen Beiträge bzw. Schaltungen oder Uploads, detailliertes Targeting vorgenommen?  
a. Wenn ja, welche „Interessen“ bzw. „zusätzlichen Interessen“ wurden dabei auf Facebook verwendet um Personen ein- bzw. auszuschließen? (Bitte um detaillierte Auflistung nach Seite, jeweiligem Beitrag, Veröffentlichungsdatum, ausgewählter Interessen und zusätzlichen Interessen und dafür aufgewendetes Budget)
- Wie ist die Frage 13a. für Instagram zu beantworten?
- Wie ist die Frage 13a. für YouTube zu beantworten?
- Wurden im 1. Quartal 2025 bei der Bewerbung der Seiten und dortigen Beiträge bzw. Schaltungen oder Uploads Standorte zur Einschränkung der zu erreichenden Personen ausgewählt? (Bitte um detaillierte Auflistung nach Plattform, Seite, definiertem Standort, Anzahl der dort gesponserten Schaltungen sowie sonstiger Uploads und am jeweiligen Standort geschaltetes Budget)

Eingangs ist anzumerken, dass mein Ressort ausschließlich informative Postings geschalten und keine Accounts bzw. Seiten beworben hat. Es gab nachstehende Informationsmaßnahmen:

Medium	Informationsmaßnahme	Zielgruppe	Zeitraum	Kosten brutto in EUR
Instagram	ÖIP-Influenza Kampagne	In Österreich lebende Erwachsene im Alter von 20 bis 49 Jahre, Familien mit Kindern, junge Erwachsene & breite Öffentlichkeit	26.11. bis 18.12.2024	8.640,-
Instagram und TikTok	HPV-Kampagne	Standort Österreich; Erwachsene 20 bis 49 Jahre, Familien mit Kindern, junge Erwachsene & breite Öffentlichkeit	15.11. bis 31.1.2025	19.860,-
Facebook	Information und Bewusstseinsbildung rund um die Themen Arbeitsschutz und Arbeitsinspektion (5 Postings) Beispiel-Post:	In Österreich lebende User ab 25 Jahren, welche die Plattform auf Deutsch nutzen	Q1 2025	269,36

Medium	Informationsmaßnahme	Zielgruppe	Zeitraum	Kosten brutto in EUR
	<a href="https://tinyurl.com/26kpxytu">https://tinyurl.com/26kpxytu</a>			
Instagram	Information und Bewusstseinsbildung rund um die Themen Arbeitsschutz und Arbeitsinspektion (4 Postings) Beispiel-Post: <a href="https://tinyurl.com/29nrotjc">https://tinyurl.com/29nrotjc</a>	In Österreich lebende User ab 25 Jahren, welche die Plattform auf Deutsch nutzen	Q1 2025	180,49
Museumsguide.net	SMS-Banner	Menschen mit Behinderungen, deren Angehörige und Unternehmen, die Menschen mit Behinderungen einstellen möchten	9.1.2025 bis 9.1.2026	14.400,-

Die Gesamtkosten meines Ressorts für Werbung in Sozialen Netzwerken sowie Online-Medien im 1. Quartal 2025 betrugen EUR 43.376,85 brutto.

**Frage 6:** *Mit wie vielen verschiedenen Rechnungspositionen wurde im 1. Quartal 2025 seitens Ihres Ministeriums je Social-Media-Seite gearbeitet? (Bitte um detaillierte Darstellung der etwaigen verschiedenen Rechnungspositionen und Auflistung nach jeweils verwendetem Budget pro Seite)*

- a. *Mit wie vielen verschiedenen Rechnungspositionen wird seitens Ihres Ministeriums je Social-Media-seite zum Stichtag der Einbringung der Anfrage gearbeitet? (Bitte um detaillierte Darstellung der etwaigen verschiedenen Rechnungspositionen und Auflistung nach jeweils verwendetem Budget pro Seite)*

Die Verbuchung der Auszahlungen und Einzahlungen erfolgt entsprechend den Vorgaben des Kontenplans für die Gebarung des Bundes (Kontenplanverordnung 2013, BGBl. II Nr. 74/2012).

Die Öffentlichkeitsarbeit des Sozialministeriumservice wird aus Mitteln des Ausgleichsfonds (ATF) verrechnet (Konto Info und Forschung). Die ÖA-Maßnahmen im Rahmen von fit2work werden über das fit2work Konto beim Sozialministeriumservice (SMS, in seiner Funktion als Büro der Steuerungsgruppe fit2work) verrechnet.

Die Betreuung der Werbeschaltung für den Facebook- und Instagram-Account der Arbeitsinspektion erfolgte durch die „bettertogether GmbH“. Der Vertrag läuft bis 24.5.2026. Das monatliche Entgelt in der Höhe von EUR 682,00 ergibt sich aus EUR 532,00 für die laufende Betreuung sowie EUR 150,00 für das Schaltbudget, jeweils zuzüglich einer allfälligen Umsatzsteuer und einer quartalsweisen Zahlung monatlicher Leistungen (€ 2.455,20 inkl. USt).

#### Fragen 7 bis 9:

- *In welcher Höhe wurden Social-Media-Beiträge seitens Ihres Ministeriums im 1. Quartal 2025 gesponsert? (Bitte um detaillierte Auflistung aller gesponserten Beiträge, jeweilige Kosten des Sponsorings, Veröffentlichungsdatum des Beitrags, Kurzbeschreibung des Beitrags und jeweiliger Seite)*
- *Welcher Beitrag wurde im 1. Quartal 2025 am höchsten gesponsert? (Bitte um detaillierte Auflistung nach Plattform, jeweiliger Seite, entsprechendem Beitrag, geschaltetem Budget und hierzu definierter Zielgruppe unter Ausweisung der dabei verwendeten Kriterien bei einem etwaigen angewandten detaillierten Targeting)*
- *Wurden bei der Bewerbung der Seiten Zielgruppendefinitionen vorgenommen?*

Account/Plattform	Posting	Zielgruppe	Zeitraum	Kosten brutto in EUR
Facebook	Jahresarbeitsschwerpunkt Vermeidung von Unfällen an Tischkreissägen <a href="https://tinyurl.com/267e3u8b">https://tinyurl.com/267e3u8b</a>	In Österreich lebende User ab 25 Jahren, welche die Plattformen in der Sprache Deutsch nutzen.	14.2.2025 bis 28.2.2025	89,98

**Frage 12:** *Wurden im 1. Quartal 2025 bei der Erstellung der Zielgruppen Custom Audiences verwendet?*

- Wenn ja, welche Option wurde für die Custom Audience gewählt?*
- Was war die Quelle für die jeweilige Option, die dafür verwendet wurde?*
- Welche Datenquelle wurde für die jeweilige Option verwendet?*

Nein.

**Fragen 17 bis 19:**

- *Wurden im 1. Quartal 2025 bei der Bewerbung der Seiten und dortigen Beiträge bzw. Schaltungen oder Uploads auf Facebook jemals sogenannte „Verbindungen“ erstellt und verwendet um Personenkreise ein- bzw. auszuschließen? (Bitte um detaillierte Auflistung nach Seite, jeweiligem Beitrag/Upload, insgesamt erstellten und jeweils angewandten „Verbindungen“ sowie für den daraus resultierenden Personenkreis verwendetes Budget)*
- *Wie ist die Frage 17 für YouTube zu beantworten?*
- *Wie ist die Frage 17 für Instagram zu beantworten?*

Nein.

**Frage 20:** *Wie hoch sind die Kosten seitens Ihres Ministeriums im 1. Quartal 2025 für die Nutzung von Google Ads? (Bitte um detaillierte Auflistung der einzelnen Schaltungen, Zeitraum, Beschreibung und Kosten)*

Die Kosten für Google Ads für die Homepage ausbildungbis18.at für die „Kommunikationsarbeit für AusBildung bis 18“ beliefen sich im 1. Quartal 2025 auf EUR 1.800,00 ohne USt. (€ 2.160,00 inkl. USt.).

Mit freundlichen Grüßen

Korinna Schumann

