

 Bundesministerium
Wohnen, Kunst, Kultur,
Medien und Sport

bmwkms.gv.at

Andreas Babler, MSc
Vizekanzler
Bundesminister für Wohnen, Kunst, Kultur,
Medien und Sport

Herrn
Präsidenten des Nationalrates
Dr. Walter Rosenkranz
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2025-0.329.727

Wien, am 24. Juni 2025

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Michael Schnedlitz und weitere Abgeordnete haben am 25. April 2025 unter der **Nr. 1387/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Kostenkontrolle für Werbung in sozialen Netzwerken und Online-Medien im 1. Quartal 2025“ gerichtet.

Diese Anfrage beantworte ich nach den mir vorliegenden Informationen wie folgt:

Einleitend halte ich fest, dass die Bundesregierung keine Werbung schaltet, sondern sich mittels Informationskampagnen an die Bevölkerung wendet.

Zu Frage 1:

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

Das ehemalige Bundesministerium für Kunst, Kultur, öffentlichen Dienst und Sport (BMKÖS) betreute im 1. Quartal 2025 folgende Social-Media-Kanäle:

Plattform Facebook
BMKÖS https://facebook.com/bmkoes.gv.at
Tag des Sports https://facebook.com/tagdessports.at
Bundesdenkmalamt https://facebook.com/bundesdenkmalamt.sterreich
Tag des Denkmals https://facebook.com/TagDesDenkmalsInOsterreich
Creative Europe Desk Austria https://www.facebook.com/creativeeurope.at
Informationsplattform Artist-in-Residenz-Programme www.away.co.at https://facebook.com/artistsaway/
Wiener Hofmusikkapelle https://facebook.com/wiener.hofmusikkapelle
Plattform Instagram
Sportministerium https://instagram.com/sportministerium
Tag des Sports https://instagram.com/tag_des_sports
Kunstkulturministerium https://instagram.com/kunstkulturministerium
Bundesdenkmalamt https://instagram.com/bundesdenkmalamt.gv.at
Tag des Denkmals https://www.instagram.com/tagdesdenkmals.at
Informationsplattform Artist-in-Residenz-Programme www.away.co.at https://instagram.com/artistsaway/
Wiener Hofmusikkapelle https://www.instagram.com/wiener.hofmusikkapelle/p/DDcTlxIM3oi/
Plattform Flickr
BMKÖS https://flickr.com/photos/bmkoes
Fotoservice des Bundesdenkmalamtes https://www.flickr.com/photos/192385065@N05/albums
Plattform Vimeo
BMKÖS https://vimeo.com/bmkoes
Informationsplattform Artist-in-Residenz-Programme www.away.co.at https://vimeo.com/artistsaway

Plattform YouTube
BMKÖS https://youtube.com/channel/UC8EpNitNNgqiH3wzpg1rv_Q
Bundesdenkmalamt https://youtube.com/channel/UCfqAr3ltrDq8Ee_q-MI5bbg
Jobbörse Republik Österreich www.jobboerse.gv.at
Jobbörse Republik Österreich lehre.jobboerse.gv.at
Plattform LinkedIn
BMKÖS https://linkedin.com/company/bmkoes
Jobbörse Republik Österreich https://www.linkedin.com/company/jobboerse https://www.linkedin.com/company/eu-job-information
Plattform Spotify
Podcast „Verwaltung im Wandel. Zukunft gestalten“

Zu Frage 2:

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

Die Social-Media-Accounts und -Seiten wurden von den gemäß der Geschäftseinteilung des ehemaligen BMKÖS für Öffentlichkeitsarbeit vorgesehenen Mitarbeiter:innen betreut.

Zu Frage 3:

- 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)

Im Abfragezeitraum fielen folgende Kosten an:

Medium	Leistung/Zweck/Projekt	Kosten in € inkl. USt
Soziale Medien	(siehe nachstehende Tabelle)	240,00

Zum Social Media Auftritt im Rahmen des „Tag des Denkmals“ ist festzuhalten, dass dieser Teil der Ausschreibung ist; eine Kostenabgrenzung ist nicht möglich, da es sich um einen Pauschalpreis handelt. Die Kosten für die Informationsplattform AWAY (www.away.co.at) für Artist-in-Residence-Programme werden pauschal abgerechnet, eine gesonderte Kostenaufstellung für die Kanäle ist daher nicht möglich.

Zu den Fragen 4, 7 bis 10, 11, 13 und 16:

- 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)
- 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 angewandtem detaillierten Targeting)
- Wurden bei der Bewerbung der Seiten Zielgruppendefinitionen vorgenommen?
- Wurden im 1. Quartal 2025 bei der Bewerbung der Social-Media-Beiträge Zielgruppendefinitionen vorgenommen?
- Wurden im 1. Quartal 2025 bei der Bewerbung der Seiten sowie der dortigen Schaltungen oder Uploads unterschiedliche Zielgruppendefinitionen vorgenommen?

- a. *Wenn ja, inwieweit wurden unterschiedliche Zielgruppendefinitionen vorgenommen? (Bitte um Auflistung jeweils nach Beitrag, Datum der Veröffentlichung, jeweils vorgenommener Zielgruppendefinitionen und Begründung der gewählten Zielgruppe)?*
- *Wurden im 1. Quartal 2025 bei der Bewerbung er 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)*
- *Wurden im 1. Quartal 2025 bei der Bewerbung der Seiten und dortigen Beiträgen 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)?*

Ich darf zu diesen Fragen auf die nachfolgende Tabelle verweisen.

Werbezeitraum	Account/Plattform	Beitrag/Posting bzw. Werbeinserat	Kurzbeschreibung	Reichweite (Impressionen)	Begründung/Zielgruppen: Region, Alter, Geschlecht	Kosten in € brutto
01.01.-05.01.2025	Facebook BMKÖS/ Instagram Kunstkultur- ministerium	Beitrag	Ausschreibung „Arnold Schönberg Stipendien 2025“	63.751	AUT, 18+, alle Geschlechter	120,00
07.01.-12.01.2025	Facebook BMKÖS/ Instagram Kunstkultur- ministerium	Beitrag	Ausschreibung „Startstipendium für Literatur 2025“	47.898	AUT, 18+, alle Geschlechter	120,00
					Gesamtkosten	240,00

Zu Frage 5:

- *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)?*

Seitens des BMKÖS wurden ausschließlich informative Postings geschaltet und keine Accounts bzw. Seiten beworben.

Zu 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 Rechnungskosten 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 Anfragebeantwortung gearbeitet? (Bitte um Darstellung der etwaigen verschiedenen Rechnungskosten und Auflistung nach jeweils verwendetem Budget pro Seite)?*

Es wird davon ausgegangen, dass in der Fragestellung Rechnungskonten gemeint sind. Hierbei ist anzumerken, dass die Verrechnung im Bereich der für Öffentlichkeitsarbeit zuständigen Abteilung über ein Rechnungskonto erfolgte.

Zu Frage 12:

- *Wurden im 1. Quartal 2025 bei der Erstellung der Zielgruppen Custom Audiences verwendet?*
 - a. Wenn ja, welche Option wurde für die Custom Audience gewählt?*
 - b. Was war die Quelle für die jeweilige Option, die dafür verwendet wurde?*
 - c. Welche Datenquelle wurde für die jeweilige Option verwendet?*

Bei der Erstellung der Zielgruppen wurden keine Custom Audiences verwendet.

Zu den Fragen 14 und 15:

- *Wie ist die Frage 13a. für Instagram zu beantworten?*
- *Wie ist die Frage 13a. für Youtube zu beantworten?*

Es wurde kein detailliertes Targeting auf Instagram und YouTube vorgenommen.

Zu den Fragen 17 bis 19:

- *Wurden im 1. Quartal 2025 bei der Bewerbung, der Seiten und dortigen Beiträgen 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?*

Es wurden keine Verbindungen hergestellt.

Zu 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)?*

Es erfolgte keine Nutzung von Google-Ads durch das BMKÖS.

Andreas Babler, MSc

