

1267/AB
vom 25.06.2025 zu 1395/J (XXVIII. GP)
Bundesministerium für Frauen, Wissenschaft und Forschung
bmfwf.gv.at

Herrn Präsidenten des Nationalrats
 Dr. Walter Rosenkranz
 Parlamentsdirektion
 Dr. Karl Renner Ring 3
 1017 Wien

Geschäftszahl: 2025-0.332.259

Die schriftliche parlamentarische Anfrage Nr. 1395/J-NR/2022 betreffend Kostenkontrolle für Werbung in sozialen Netzwerken und Online Medien im 1. Quartal 2025, die die Abgeordneten zum Nationalrat Michael Schnedlitz, Kolleginnen und Kollegen am 25. April 2025 an mich richteten, beantworte ich nach den mir vorliegenden Informationen wie folgt, weise allerdings darauf hin, dass dem Bundesministerium für Frauen, Wissenschaft und Forschung vom Bereich Frauen für diesen Zeitraum keine Daten vorliegen:

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

Zu Frage 1:

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

Social Media Profil / Kommunikationskanal	Profil
Facebook Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung, https://www.facebook.com/bmwf.gv.at	Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung
Facebook, Twitter, Youtube, Instagram BeSt - Beruf Studium Weiterbildung, https://www.facebook.com/bestinfo.at https://www.youtube.com/user/BeStinfoMesse https://twitter.com/bestinfo_at https://www.instagram.com/bestmesse/	Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung zur Bildungsmesse Beruf Studium Weiterbildung
Facebook Lange Nacht der Forschung, https://www.facebook.com/LangeNachtderForschung	Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung, Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und

	Technologie und Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft zur Initiative Lange Nacht der Forschung
Facebook Wissenschaftsbuch des Jahres, https://www.facebook.com/wissenschaftsbuch	Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung zum Thema Wissenschaftsbuch des Jahres
Instagram Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung, https://www.instagram.com/bmbwf.gv.at	Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung
Instagram Wissenschaftsbuch des Jahres, https://www.instagram.com/wissenschaftsbuch.at/	Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung zum Thema Wissenschaftsbuch des Jahres
Instagram Lange Nacht der Forschung, https://www.instagram.com/LangeNachtderForschung	Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung, Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie und Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft zur Initiative Lange Nacht der Forschung
LinkedIn Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung, https://at.linkedin.com/company/bmbwf https://www.linkedin.com/company/bmbwf/	Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung
Youtube Kanal des Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft und Forschung, https://www.youtube.com/@bmbwf	Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung

Die angeführten Accounts wurden regelmäßig einer inhaltlichen Evaluierung unterzogen und Themen tagesaktuell angepasst.

Zu Frage 2:

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 Betreuung der Social Media Accounts erfolgte durch die nach der Geschäftseinteilung jeweils zuständigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, wobei angemerkt wird, dass im angefragten 1. Quartal 2025 bei der Social Media Betreuung von z.B. Facebook, Instagram, LinkedIn keine Differenzierung hinsichtlich der Bereiche Bildung sowie Wissenschaft und Forschung erfolgte.

Fallweise ist auch eine Betreuung durch externe Auftragnehmerinnen und Auftragnehmer erfolgt, so etwa hinsichtlich der Social Media Kanäle Facebook und Instagram BeSt - Beruf Studium Weiterbildung und Youtube Kanal des Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft und Forschung.

Zu Frage 3:

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 SocialMedia-Plattform? (Bitte um detaillierte Auflistung nach Plattform und aufgewendetem Budget)

Für Online-Schaltungen in den vorstehend genannten Social Media-Profilen bzw. sonstigen digitalen Kommunikationskanälen wird auf nachstehende Aufstellung hingewiesen.

Medium	Sujet	Zeitraum der Schaltung	Betrag inkl. Abgaben und Steuern in EUR
@Facebook bmbwf.gv.at	Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung: Veranstaltungen, Themen des BMBWF, Infos zu den Ressortthemen Bildung, Wissenschaft und Forschung	01.01.-31.03.2025	Keine Zahlungen aus der UG 31 erfolgt
@Instagram bmbwf.gv.at	Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung: Veranstaltungen, Themen des BMBWF, Infos zu den Ressortthemen Bildung, Wissenschaft und Forschung	01.01.-31.03.2025	Keine Zahlungen aus der UG 31 erfolgt
LinkedIn bmbwf.gv.at	Keine Beitragswerbung.	Keine Werbeschaltungen.	0,00
@Facebook best-info.at	BeSt Wien 2025	06.02.2025 – 09.03.2025	5.764,51
@Instagram bestmesse	BeSt Wien 2025	06.02.2025 – 09.03.2025	4.229,91

Hinsichtlich der im Zeitraum vom 1. Jänner 2025 bis zum 31. März 2025 getätigten sonstigen Inseratenschaltungen online bzw. digital/audiovisuell in Medien wird auf die Beantwortung der Parlamentarischen Anfrage Nr. 1271/J vom 24. April 2025 verwiesen.

Zu den Fragen 4, 5 und 7 bis 19:

4. 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)

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)

7. 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)

8. 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)

9. Wurden bei der Bewerbung der Seiten Zielgruppendefinitionen vorgenommen?

10. Wurde im 1. Quartal 2025 bei der Bewerbung der Social-Media-Beiträge

Zielgruppendefinitionen vorgenommen?

11. 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)

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?

13. 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)

14. Wie ist die Frage 13a. für Instagram zu beantworten?

15. Wie ist die Frage 13a. für YouTube zu beantworten?

16. 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)

17. 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)

18. Wie ist die Frage 17 für YouTube zu beantworten?

19. Wie ist die Frage 17 für Instagram zu beantworten?

Bewerbung	Betrag Brutto in EUR	Page Like	Zielgruppe	Custom Audience	Standorte	Verbindungen	Kriterien	Sujet / Video	Klickkosten brutto in EUR
@Facebook bmbwf.gv.at	0,00	Nein	Bildungs-, Wissenschafts- und Forschungs-interessierte	Nein	Nein	Nein	Österreich, Personen mit diesen Interessen: Berufsbildung, Lehrkräfteausbildung, Schule, Hochschule, Beruf, Karriere, Familie, Eltern, Forschung, Wissenschaft, Studium, Universität, Beruf	Bild und Video	0,00
@Instagram bmbwf.gv.at	0,00	Nein	Bildungs-, Wissenschafts- und Forschungs-interessierte	Nein	Nein	Nein	Österreich, Personen mit diesen Interessen: Berufsbildung, Lehrkräfteausbildung, Schule, Hochschule, Beruf, Karriere, Familie, Eltern, Forschung, Wissenschaft, Studium, Universität, Beruf	Bild und Video	0,00
@Facebook best-info.at	3.690,70	Nein	Bildungs-, Wissenschafts- und Forschungs-interessierte	Nein	Ja (Wien, NÖ und Burgenland)	Nein	Wien, NÖ, Burgenland; Alter 18 bis 45 Jahre mit Interessen: Berufsbildung (Weiterbildung), Lehrerausbildung (Berufsausbildung), Bewerbungs-gespräch (Karriere), Lehrling, Karriere-entwicklung (Karriere), Bewerbung (Karriere), Berufliche Weiterbildung, Karrieremesse (Ausstellung), Berufliche Entwicklung (Berufsausbildung) oder Arbeitsuche (Karriere) Ausbildungsgrad: Berufsabschluss Eltern: Eltern von Teenagern (13-17 Jahre)	Video	1,38
@Instagram bestmesse	3.309,30	Nein	Bildungs-, Wissenschafts- und Forschungs-interessierte	Nein	Ja (Wien, NÖ und Burgenland)	Nein	Wien, NÖ, Burgenland; Alter 18 bis 45 Jahre mit Interessen: Berufsbildung (Weiterbildung), Lehrerausbildung (Berufsausbildung),	Video	1,38

							Bewerbungs- gespräch (Karriere), Lehrling, Karriereentwicklung (Karriere), Bewerbung (Karriere), Berufliche Weiterbildung, Karrieremesse (Ausstellung), Berufliche Entwicklung (Berufsausbildung) oder Arbeitsuche (Karriere) Ausbildungsgrad: Berufsabschluss Eltern: Eltern von Teenagern (13-17 Jahre)		
@Instagram bestmesse	499,96	Nein	Bildungs-, Wissen- schafts- und Forschungs- interessierte	Nein	Ja (Wien, NÖ und Burgen- land)	Nein	Wien, NÖ, Burgenland; Alter 18 bis 45 Jahre mit Interessen: Berufsbildung (Weiterbildung), Lehrerausbildung (Berufsausbildung), Bewerbungs- gespräch (Karriere), Lehrling, Karriereentwicklung (Karriere), Bewerbung (Karriere), Berufliche Weiterbildung, Karrieremesse (Ausstellung), Berufliche Entwicklung (Berufsausbildung) oder Arbeitsuche (Karriere) Ausbildungsgrad: Berufsabschluss Eltern: Eltern von Teenagern (13-17 Jahre)	Bild und Video	0,01
@Facebook best-info.at	1.653,16	Nein	Bildungs-, Wissen- schafts- und Forschungs- interessierte	Nein	Ja (Wien, NÖ und Burgen- land)	Nein	Wien, NÖ, Burgenland; Alter 18 bis 45 Jahre mit Interessen: Berufsbildung (Weiterbildung), Lehrerausbildung (Berufsausbildung), Bewerbungsgespräch (Karriere), Lehrling, Karriereentwicklung (Karriere), Bewerbung (Karriere),	Bild und Video	1,43

							Berufliche Weiterbildung, Karrieremesse (Ausstellung), Berufliche Entwicklung (Berufsausbildung) oder Arbeitsuche (Karriere) Ausbildungsgrad: Berufsabschluss Eltern: Eltern von Teenagern (13-17 Jahre)		
@Instagram bestmesse UND @Facebook best-info.at	841,30	Nein	Bildungs-, Wissen-schafts- und Forschungs-interessierte	Nein	Ja (Wien, NÖ und Burgen-land)	Nein	Wien, NÖ, Burgenland; Alter 18 bis 45 Jahre mit Interessen: Berufsbildung (Weiterbildung), Lehrerausbildung (Berufsausbildung), Bewerbungs-gespräch (Karriere), Lehrling, Karriereentwicklung (Karriere), Bewerbung (Karriere), Berufliche Weiterbildung, Karrieremesse (Ausstellung), Berufliche Entwicklung (Berufsausbildung) oder Arbeitsuche (Karriere) Ausbildungsgrad: Berufsabschluss Eltern: Eltern von Teenagern (13-17 Jahre)	Bild und Video	1,61

Weiters wird hinsichtlich von Schaltungen bemerkt, dass die Nutzerinnen und Nutzer entweder auf die Website des Bundesministeriums (<https://www.bmbwf.gv.at/>) geleitet wurden oder auf die jeweils zum kommunizierten Thema spezifischen Websites.

Zu Frage 6:

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)

Für die angesprochenen Ausgaben sind entsprechend der Kontenplanverordnung 2013 idgF in der UG 31 keine eigenen (Verrechnungs-)Konten vorgesehen. Die Ausgaben sind sachlich zugeordnet bei den entsprechenden Konten mitveranschlagt. Dementsprechend sind im Bundesvoranschlag 2024 die entsprechenden Ausgaben kontogerecht mit allen anderen Konten in dem Detailbudget 30.01.01 (für die UG 31) veranschlagt und dort in den jeweiligen Summen enthalten.

Zu Frage 20:

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).

Seitens der für Öffentlichkeitsarbeit zuständigen Organisationseinheit wurden Google Ads nicht genutzt und demgemäß keine diesbezüglichen Aufwendungen getätigt.

Wien, 25. Juni 2025

Eva-Maria Holzleitner, BSc

