

2295/AB
vom 09.09.2025 zu 2784/J (XXVIII. GP)
Bundesministerium für Frauen, Wissenschaft und Forschung
bmfwf.gv.at

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

Geschäftszahl: 2025-0.549.224

Die schriftliche parlamentarische Anfrage Nr. 2784/J-NR/2025 betreffend „Kostenkontrolle für Werbung in sozialen Netzwerken und Online-Medien im 2. Quartal 2025“, die die Abgeordneten zum Nationalrat Michael Schnedlitz, Kolleginnen und Kollegen am 9. Juli 2025 an mich richteten, darf ich anhand der mir vorliegenden Informationen wie folgt beantworten:

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 2. Quartal 2025 von Ihrem Ressort betrieben?
(Bitte um Auflistung jeweils nach Plattform und Namen der Seite)

Social Media Profil / Kommunikationskanal	Profil
Facebook Bundesministerium für Frauen, Wissenschaft und Forschung https://www.facebook.com/bmfwf.gv.at	Bundesministerium für Frauen, Wissenschaft und Forschung
Instagram Bundesministerium für Frauen, Wissenschaft und Forschung https://www.instagram.com/bmfwf.gv.at/	Bundesministerium für Frauen, Wissenschaft und Forschung
Linked-In Bundesministerium für Frauen, Wissenschaft und Forschung https://www.linkedin.com/company/bmfwf/	Bundesministerium für Frauen, Wissenschaft und Forschung
Youtube-Kanal des Bundesministeriums für Frauen, Wissenschaft und Forschung https://www.youtube.com/@BMFWF	Bundesministerium für Frauen, Wissenschaft und Forschung
Facebook Lange Nacht der Forschung https://www.facebook.com/LangeNachtderForschung	Bundesministerium für Frauen, Wissenschaft und Forschung;

	Bundesministerium für Innovation, Mobilität und Infrastruktur; Bundesministerium für Wirtschaft, Energie und Tourismus zur Initiative Lange Nacht der Forschung
Instagram Lange Nacht der Forschung https://www.instagram.com/LangeNachtderForschung	Bundesministerium für Frauen, Wissenschaft und Forschung; Bundesministerium für Innovation, Mobilität und Infrastruktur; Bundesministerium für Wirtschaft, Energie und Tourismus zur Initiative Lange Nacht der Forschung
Facebook Wissenschaftsbuch des Jahres https://www.facebook.com/wissenschaftsbuch	Bundesministerium für Frauen, Wissenschaft und Forschung zum Thema Wissenschaftsbuch des Jahres
Instagram Wissenschaftsbuch des Jahres https://www.instagram.com/wissenschaftsbuch.at/	Bundesministerium für Frauen, Wissenschaft und Forschung zum Thema Wissenschaftsbuch des Jahres
Facebook BeSt – Die Messe für Beruf, Studium und Weiterbildung https://www.facebook.com/bestinfo.at	Bundesministerium für Frauen, Wissenschaft und Forschung zur Bildungsmesse Beruf, Studium, Weiterbildung
Instagram BeSt – Die Messe für Beruf, Studium und Weiterbildung https://www.instagram.com/bestmesse/	Bundesministerium für Frauen, Wissenschaft und Forschung zur Bildungsmesse Beruf, Studium, Weiterbildung
Youtube-Kanal der BeSt – Die Messe für Beruf, Studium und Weiterbildung https://www.youtube.com/user/BeStinfoMesse	Bundesministerium für Frauen, Wissenschaft und Forschung zur Bildungsmesse Beruf, Studium, Weiterbildung
BeSt – Die Messe für Beruf, Studium und Weiterbildung auf X BeSt Bildungsmesse (@bestinfo_at) / X	Bundesministerium für Frauen, Wissenschaft und Forschung zur Bildungsmesse Beruf, Studium, Weiterbildung

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

Zu Frage 2:

2. Welche Mitarbeiter Ihres Ministeriums waren im 2. 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.

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.

Zu Frage 3:

3. Wie hoch waren die Gesamtkosten Ihres Ministeriums für Werbung in Sozialen Netzwerken sowie Online-Medien im 2. Quartal 2025?

a. Wie hoch waren die aufgewendeten Kosten Ihres Ministeriums je Social-Media-Plattform? (Bitte um detaillierte Auflistung nach Plattform und aufgewendetem Budget)

Für Bewerbung von Beiträgen 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 bmfwf.gv.at	Freies Denken in Gefahr / Interview Karl Molden an der Harvard University	02.-06.06.2025	39,53
@Instagram bmfwf.gv.at	Freies Denken in Gefahr / Interview Karl Molden an der Harvard University	02.-06.06.2025	40,09

Hinsichtlich der im Zeitraum vom 1. April 2025 bis zum 30. Juni 2025 getätigten sonstigen Inseratenschaltungen online bzw. digital/audiovisuell in Medien wird auf die Beantwortung der Parlamentarischen Anfrage Nr. 2988/J vom 15. Juli 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 2. 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 2. 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 2. 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 2. 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 2. Quartal 2025 bei der Bewerbung der Social-Media-Beiträge Zielgruppendefinitionen vorgenommen?

11. Wurden im 2. 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 2. 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 2. 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 2. 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 2. 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	Klick-kosten brutto in EUR
@Facebook bmfwf.gv.at	39,53	Nein	An Wissenschaft und Forschung Interessierte	Nein	Nein	Nein	Österreich; Personen mit Interesse an Lehrkräfteausbildung, Hochschule, Beruf, Karriere, Forschung, Wissenschaft, Studium, Universität	Bild und Video	0,59
@Instagram bmfwf.gv.at	40,09	Nein	An Wissenschaft und Forschung Interessierte	Nein	Nein	Nein	Österreich; Personen mit Interesse an Lehrkräfteausbildung, Hochschule, Beruf, Karriere, Forschung, Wissenschaft, Studium, Universität	Bild und Video	0,67

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

Zu Frage 6:

6. Mit wie vielen verschiedenen Rechnungspositionen wurde im 2. 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 2025 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 2. 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, 9. September 2025

Eva-Maria Holzleitner, BSc

