

Peter Hanke
 Bundesminister

An den
 Präsidenten des Nationalrates
 Dr. Walter Rosenkranz
 Parlament
 1017 Wien

ministerbuero@bmimi.gv.at
 +43 1 711 62-658000
 Radetzkystraße 2, 1030 Wien
 Österreich

Geschäftszahl: 2025-0.549.477

09. September 2025

Sehr geehrter Herr Präsident!

Die Abgeordneten zum Nationalrat Schnedlitz und weitere Abgeordnete haben am 09. Juli 2025 unter der **Nr. 2790/J** eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend Kostenkontrolle für Werbung in sozialen Netzwerken und Online-Medien im 2. Quartal 2025 an mich gerichtet.

Diese Anfrage beantworte ich wie folgt:

Vorweg darf darauf aufmerksam gemacht werden, dass aufgrund der mit Jänner 2024 in Kraft getretenen Novelle zum Medientransparenzgesetz (BGBl. I Nr. 50/2023) jeweils spätestens am 15. Oktober desselben Jahres und für das zweite Kalenderhalbjahr spätestens am 15. April die Einmeldungen gemäß MedKF-TG in der Medientransparenz-Datenbank der RTR GmbH veröffentlicht werden.

Zu den Fragen 1 und 2:

- *Welche Social-Media-Seiten wurden im 2. Quartal 2025 von Ihrem Ressort betrieben? (Bitte um Auflistung jeweils nach Plattform und Namen der Seite)*
- *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)*

Mein Ressort betreibt zur besseren Sichtbarmachung seiner fachlichen Inhalte die BMIMI-Infothek, auf der in verkürzter Form journalistische Zusammenfassungen über die Arbeit des Ministeriums erscheinen. Angehängt daran werden entsprechende Social Media-Kanäle, um diesen Content einer breiten Öffentlichkeit zur Verfügung zu stellen. Nachfolgend werden die Links zu den Online-Auftritten meines Ministeriums auf verschiedenen Social Media-Plattformen angeführt.

<https://www.facebook.com/Mobilitaetsministerium>
<https://www.instagram.com/bmimi.gv.at>
https://www.x.com/BMIMI_gv_at
<https://www.linkedin.com/company/mobilitaetsministerium/>
https://www.youtube.com/@bmimi_gv_at
<https://www.tiktok.com/@bmimi.gv.at>
<https://www.bsky.app/profile/bmimi.gv.at>

Zusätzlich wurden noch folgende Kanäle/Seiten/Gruppen im abgefragten Zeitraum (mit-) betrieben:

Facebook:

<https://www.facebook.com/patentamt.at>
https://www.facebook.com/klimaaktiv*
<https://www.facebook.com/oesterreichradelt>
<https://www.facebook.com/mobilitaetswoche.oesterreich>
<https://www.facebook.com/oesterreich.zu.fuss>
<https://www.facebook.com/LangeNachtderForschung/>
<https://www.facebook.com/ftiremixed/>
<https://www.facebook.com/klimaticket.at>

X (ehemals Twitter):

https://www.twitter.com/klimaaktiv*
https://www.twitter.com/LNF_Austria?ref_src=twsrc%5Etfw
https://www.twitter.com/CeeJay_remixed
https://www.twitter.com/NaWi_at
<https://www.twitter.com/IEAforschungAT>
https://www.twitter.com/Klimaticket_at

Instagram:

<https://www.instagram.com/patentamt.at/>
https://www.instagram.com/klimaaktiv*
https://www.instagram.com/oesterreich_radelt
<https://www.instagram.com/mobilitaetswoche/>
<https://www.instagram.com/oesterreich.zu.fuss>
<https://www.instagram.com/klimaticket>
<https://www.instagram.com/langenachtderforschung>
<https://www.instagram.com/ftiremixed/>

Video-Plattformen:

<https://www.vimeo.com/patentamt>
https://www.youtube.com/klimaaktiv*
<https://www.youtube.com/user/CeeJayRemixed>
<https://www.youtube.com/user/NaWiTube>

LinkedIn:

<https://www.linkedin.com/company/%C3%B6sterreichisches-patentamt/>
https://www.linkedin.com/company/klimaaktiv*
<https://www.linkedin.com/showcase/diversitec-leading-innovation/>
<https://www.linkedin.com/company/austria-in-space/>
https://at.linkedin.com/company/klimaticket?trk=public_post_feed-actor-name

TikTok:

<https://www.tiktok.com/@klimaaktiv.at>*

https://www.tiktok.com/@klimaticket_at

*Seit 01. April 2025 werden die Kanäle von drei Ressorts gemeinsam betrieben: BMIMI, BMLUK und BMWET

Die Social Media-Accounts und -Seiten des BMIMI bzw. des Österreichischen Patentamtes (ÖPA) werden von den laut jeweiliger Geschäftseinteilung dafür vorgesehenen Organisationseinheiten betreut.

Zu den Fragen 3 bis 6 und 20:

- *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)*
- *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)*
- *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)*
- *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)*
- *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)*

Kanal	Kosten in € (inkl. USt.)
Meta (Facebook und Instagram)	6.602,43*
LinkedIn	2.154,64*
TikTok	938,69

* Teile der Social Media Medien Werbung werden im Rahmen des EUIPO-Projekts „Supporting SME's“ (SME Fund), First Aid Buddy gefördert und zu 90 % vom EUIPO (dem Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum) refundiert.

Es werden ausschließlich informative Postings geschaltet und keine Accounts bzw. Seiten beworben. Für Google Ads fielen im zweiten Quartal keine Kosten an.

Insgesamt gibt es zwei Werbekonten bei META (je eines für das Ministerium und das ÖPA) sowie ein Anzeigekonto bei LinkedIn.

Zu den Fragen 7 bis 19:

- *In welcher Höhe wurden Social-Media-Beiträge seitens Ihres Ministeriums im 2. Quartal 2025 gesponsert? (Bitte um detaillierte Auflistung aller gesponserten Beiträge, je-*

weilige Kosten des Sponsorings, Veröffentlichungsdatum des Beitrags, Kurzbeschreibung des Beitrags und jeweiliger Seite)

- *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 Anweisung der dabei verwendeten Kriterien bei einem etwaigen angewandten detaillierten Targeting)*
- *Wurden bei der Bewerbung der Seiten Zielgruppendefinitionen vorgenommen?*
- *Wurde im 2. Quartal 2025 bei der Bewerbung der Social-Media-Beiträge Zielgruppendefinitionen vorgenommen?*
- *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)*
- *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?*
- *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 aufgewandetes Budget)*
- *Wie ist die Frage 13a. für Instagram zu beantworten?*
- *Wie ist die Frage 13a. für YouTube zu beantworten?*
- *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)*
- *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)*
- *Wie ist die Frage 17 für YouTube zu beantworten?*
- *Wie ist die Frage 17 für Instagram zu beantworten?*

Folgende gezielte Werbungen wurden im zweiten Quartal 2025 geschaltet:

Account/ Plattform	Postings/ Kampagne	Zielgruppe/Targeting	Start der Bewerbung und Bewerbungszeitraum	Kosten in € (inkl. USt.)
Meta Platforms, Inc.	Klimaticket Pride Month	Personen in Österreich (18-55 Jährige)	25.05.- 31.05.2025	1.438,33
Meta Platforms, Inc.	Meme, World RedHead Day	Personen in Österreich (18-55 Jährige)	22.05.-28.05.2025	581,41

Meta Platforms, Inc.	Rabattaktion Sommerbergbahnen, Ausflugsziele, Pride Month	Personen in Österreich (18-55 Jährige)	03.06.-30.06.2025	356,58
Meta Platforms, Inc.	Rabattaktion Mumok	Personen in Österreich (18-55 Jährige)	03.06.-29.06.2025	479,56
TikTok	Rabattaktion Mumok, Eventtipps	Personen in Österreich (18-44 Jährige)	03.06.-28.06.2025	479,77

- **ÖPA**

Account/ Plattform	Posting	Zielgruppe/Targeting	Start der Bewerbung und Bewerbungszeitraum	Kosten in Euro (inkl. USt.)
LinkedIn	KMU Förderung	Personen in Österreich (18-65+ Jährige) Interessen: Technologie, Finanzen, Wirtschaft, Marketing, Werbung, Wissenschaft, Umwelt, Business, Management Unternehmensgröße: Ein-Personen-Unternehmen, 2–10 Beschäftigte, 11–50 Beschäftigte, 51–200 Beschäftigte Kenntnisse: Patentrecht, Markenmanagement, Patentrecherche, Innovationsentwicklung, Technologische Innovation, Patentanmeldungen, Grafikdesign, Kleine Unternehmen, Patentrechtsstreit, neu gegründete Startups, Design, Patentvorbereitung, Produktinnovation, Startups, Patentierbarkeit, Markenentwicklung	03.06-30.06.2025	750,00*
LinkedIn	Seminar Fördertipps für KMUs	Personen in Österreich (18-65+ Jährige)	12.05.-19.05.2025	300,00*
LinkedIn	Workshop "Strategie und Management von IP"	Personen in Österreich (18-65+ Jährige) Interessen: Engineering, Technologie, Marketing, Werbung, Vertrieb, Einzelhandel, Business, Management, Gesellschaft, Kultur, Kunst, Unterhaltung Karrierestufen: Geschäftsführung, Berufseinsteiger:in, Berufserfahren, Manager:in, Unternehmensinhaber:in, Partner:in Unternehmensgröße: Ein-Personen-Unternehmen, 2–10 Beschäftigte, 11–50 Beschäftigte, 51–200 Beschäftigte	01.04-06.04.2025	144,66
LinkedIn	Seminar Bewerbung Urheberrecht April 2025	Personen in Österreich (18-65+ Jährige)	21.04-27.04.2025	300,00
LinkedIn	MASTERS OF IP: Campus Edition	Personen in Österreich (18-65+ Jährige)	27.05.-02.06.2025	300,00
LinkedIn	KI im IP Management	Personen in Österreich (18-65+ Jährige)	12.06.-22.06.2025	359,98
Meta Platforms, Inc.	KMU Förderung	Personen in Österreich (18-65+ Jährige) Interessen: Start-Up, Kleine und mittelständische Unternehmen (Wirtschaft und Finanzen), Unternehmertum (Wirtschaft und Finanzen), Marke (Marketing), Innovation (Wirtschaft und Finanzen) oder Design (Design) Verhalten: Inhaber von Kleinunternehmen Berufsbezeichnung: Creative Designer, Graphic designer, Business Owner, Freelance Designer, Owner and Founder, Owner/Managing Director,	03.06.-30.06.2025	749,90*

		Owner and CEO oder Founder		
Meta Platforms, Inc.	Seminar KI im IP Management	Personen in Österreich (18-65+ Jährige)	12.06.-22.06.2025	360,00
Meta Platforms, Inc.	Masters of IP Juni 2025	Personen in Österreich (18-65+ Jährige)	27.05.-02.06.2025	359,96
Meta Platforms, Inc.	Seminar Urheberrecht	Personen in Österreich (18-65+ Jährige)	21.04.-27.04.2025	300,00
Meta Platforms, Inc.	Seminar Fördertipps Für KMUs	Personen in Österreich (18-65+ Jährige)	12.05.-19.05.2025	299,98*
Meta Platforms, Inc.	Workshop Strategie	Personen in Österreich (18-65+ Jährige)	01.04.-06.04.2025	151,09

* Teile der Social Media Medien Werbung werden im Rahmen des EUIPO-Projekts „Supporting SME’s“ (SME Fund), First Aid Buddy gefördert und zu 90 % vom EUIPO (dem Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum) refundiert.

- „klimaaktiv“ und „Österreich zu Fuß“

Account/Plattform	Posting	Zielgruppe/Targeting	Start der Bewerbung und Bewerbungszeitraum	Kosten in Euro (inkl. USt.)
Meta Platforms, Inc.	Angebote und Services der Klimaschutzinitiative klimaaktiv/klimaaktiv mobil	Personen in Österreich (18-65+ Jährige)	01.01.-31.03.2025	495,54*
Meta Platforms, Inc.	Angebote und Services der Klimaschutzinitiative klimaaktiv/klimaaktiv mobil	Personen in Österreich (18-65+ Jährige)	01.01.-31.03.2025	536,40*
TikTok	Angebote und Services der Klimaschutzinitiative klimaaktiv/klimaaktiv mobil	Personen in Österreich (18-55+ Jährige)	01.01.-31.03.2025	458,92*
Meta Platforms, Inc.	Österreich zu Fuß	Personen in Österreich (18-65+ Jährige)	01.01.-30.06.2025	384,40
Meta Platforms, Inc.	Österreich zu Fuß	Personen in Österreich (18-65+ Jährige)	01.01.-30.06.2025	109,27

* Vom BMIMI bezahlter Anteil

Mit freundlichen Grüßen

Peter Hanke

