

2368/AB
vom 10.09.2025 zu 2787/J (XXVIII. GP)
Bundesministerium bmluk.gv.at
Land- und Forstwirtschaft,
Klima- und Umweltschutz,
Regionen und Wasserwirtschaft

Mag. Norbert Totschnig, MSc
 Bundesminister für Land- und Forstwirtschaft,
 Klima- und Umweltschutz,
 Regionen und Wasserwirtschaft

Herrn
 Dr. Walter Rosenkranz
 Präsident des Nationalrats
 Parlament
 1017 Wien

Geschäftszahl: 2025-0.557.180

Ihr Zeichen: 2787/J-NR/2025

Wien, 9. September 2025

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Michael Schnedlitz, Kolleginnen und Kollegen haben am 9. Juli 2025 unter der Nr. **2787/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Kostenkontrolle für Werbung in sozialen Netzwerken und Online-Medien im 2. Quartal 2025“ gerichtet.

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

Einleitend darf festgehalten werden, dass die Bundesregierung keine Werbung schaltet, sondern sich mittels Informationskampagnen an die Bevölkerung wendet.

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)

Von der Zentralstelle wurden im 2. Quartal 2025 folgende Social-Media-Profile bzw. digitale Kommunikationskanäle für das Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft,

Klima- und Umweltschutz, Regionen und Wasserwirtschaft (BMLUK) betrieben, wobei die Betreuung der Social-Media-Accounts durch Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der jeweiligen Fachsektionen bzw. der Sektion Steuerung und Services organisiert wurde:

Bluesky:

<https://bsky.app/profile/bmluk.gv.at>

Facebook:

<https://facebook.com/BMLUK.gv.at/>

<https://facebook.com/bewusstkaufen.at/>

<https://facebook.com/danubeday/>

<https://facebook.com/genblue.at/>

<https://facebook.com/lebensmittelsindkostbar/>

<https://facebook.com/unserwald/>

<https://facebook.com/wasseraktiv/>

Instagram:

<https://instagram.com/bewusstkaufen/>

<https://instagram.com/bmluk.at/>

<https://instagram.com/genblue/>

<https://instagram.com/unserwald/>

<https://instagram.com/wasseraktiv.at/>

LinkedIn:

<https://www.linkedin.com/company/bmluk>

TikTok:

https://tiktok.com/@genblue_at/

X:

https://x.com/BMLUK_gv_at

https://x.com/unser_wald

Youtube:

https://youtube.com/@BMLUK_gv_at

https://youtube.com/@genblue_at

<https://youtube.com/@wasseraktiv6661>

Zu den Fragen 3, 4, 7, 8 und 10 bis 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)
- 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)
- 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)
- 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 aufgewendetes 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?
- 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)

Aufgrund der mit Jänner 2024 in Kraft getretenen Novelle zum Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz (MedKF-TG), BGBl. I Nr. 50/2023, wurden im BMLUK die Inseratenplanung und Aufzeichnungen auf halbjährliche Meldungen ausgerichtet. Ein Herausrechnen der Quartalszahlen (vor allem bei Kampagnen, die über das jeweilige Quartal hinausgehen) wäre mit unverhältnismäßig hohem Verwaltungsaufwand und zusätzlichen Kosten verbunden. Es darf daher in Beantwortung der gestellten Fragen auf die Veröffentlichung der Daten in der Medientransparenzdatenbank der RTR GmbH verwiesen werden. Für das erste Kalenderhalbjahr erfolgt die Veröffentlichung spätestens am 15. Oktober desselben Jahres, für das zweite Kalenderhalbjahr spätestens am 15. April des Folgejahres.

Mit dem Instagram-Profil des BMLUK (<https://www.instagram.com/bmluk.at>) wurde unter anderem auf das Thema „Erhalt der Artenvielfalt in Österreich“ aufmerksam gemacht. Zielgruppe waren in Österreich lebende Personen im Alter ab 18 Jahren.

Mit dem Facebook-Profil des BMLUK (<https://www.facebook.com/BMLUK.gv.at>) wurde unter anderem über das Thema „aktuelle Herausforderungen in der Forstwirtschaft“ aufmerksam

gemacht. Zielgruppe waren in Österreich lebende Personen im Alter ab 18 Jahren, die sich für Land- und Forstwirtschaft interessieren.

Die Zielgruppe betreffend Postings der Accounts von „gen blue“ umfasste primär in Österreich lebende Personen im Alter bis 64 Jahren, die sich für die Themen Natur, Ökologie, Umweltschutz, Wasser, Wasserqualität, Biologie und/oder Environmental Economics interessieren.

Die Accounts zu „Wasseraktiv“ waren auf die Zielgruppe von in Österreich lebenden Menschen im Alter zwischen 18 und 65 Jahren ausgerichtet. Darüber hinaus wurden Personen, die sich unter anderem für Umweltschutz, Nachhaltigkeit, Trinkwasser, Wasserversorgung und nachhaltige Entwicklung interessierten, angesprochen. Für einzelne Beiträge wurde das Alter der Zielgruppe erhöht und Personen ausgeschlossen, denen Wasseraktiv bereits „gefällt“.

Die Postings zu „bewusstkaufen“ waren auf die Zielgruppe von in Österreich lebenden Personen im Alter ab 18 Jahren ausgerichtet. Bei der Wahl der Zielgruppe wurden Personen mit Interesse zum Thema Nachhaltigkeit bzw. einer klimafreundlichen Lebensweise gewählt.

Auf Youtube und Instagram wurden im 2. Quartal 2025 keine Verbindungen erstellt und verwendet, um Personenkreise ein- bzw. auszuschließen.

Zu den Fragen 5 und 9:

- 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)
- Wurden bei der Bewerbung der Seiten Zielgruppendefinitionen vorgenommen?

Das BMLUK hat im 2. Quartal 2025 keine Seiten beworben.

Zur Frage 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 Rechnungpositionen 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 Verrechnung der Kosten für Social-Media-Accounts erfolgt über die folgend angeführten Buchungs- und Finanzkreise:

Finanzkreis 4200 / Finanzstelle 701:

<https://facebook.com/genblue.at/>
<https://facebook.com/wasseraktiv/>
<https://instagram.com/genblue/>
<https://instagram.com/wasseraktiv.at/>
https://tiktok.com/@genblue_at/

Finanzkreis 4200 / Finanzstelle 905:

<https://facebook.com/BMLUK.gv.at/>
<https://instagram.com/bmluk.gv.at/>

Finanzkreis 4300 / Finanzstelle 509:

<https://facebook.com/bewusstkaufen.at/>
<https://instagram.com/bewusstkaufen/>

Mag. Norbert Totschnig, MSc

