

+43 1 531 20-0  
Minoritenplatz 5, 1010 Wien

Herrn  
Präsidenten des Nationalrates  
Dr. Walter Rosenkranz  
Parlament  
1017 Wien

Geschäftszahl: 2025-0.857.969

Die schriftliche parlamentarische Anfrage Nr. 3773/J-NR/2025 betreffend Kostenkontrolle für Werbung in sozialen Netzwerken und Online-Medien im 3. Quartal 2025, die die Abgeordneten zum Nationalrat Michael Schnedlitz, Kolleginnen und Kollegen am 21. Oktober 2025 an mich richteten, darf ich anhand der mir vorliegenden Informationen wie folgt beantworten:

Eingangs ist festzuhalten, dass die initiierten Informationstätigkeiten dazu dienen, fachlich relevante Themen, Maßnahmen und Inhalte aus dem Ressortbereich den Bürgerinnen und Bürgern sichtbar zu machen. Social Media Plattformen und Netzwerke im Internet haben insbesondere unter jüngeren Menschen eine hohe Reichweite und ermöglichen einen schnellen und unkomplizierten Austausch von Informationen und Erfahrungen mit den Bürgerinnen und Bürgern.

Zu Frage 1:

- *Welche Social-Media-Seiten wurden im 3. Quartal 2025 von Ihrem Ressort betrieben?  
(Bitte um Auflistung jeweils nach Plattform und Namen der Seite)*

Hinsichtlich der vom Bundesministerium für Bildung vom 1. Juli 2025 bis zum 30. September 2025 betriebenen Social Media Profile bzw. sonstigen digitalen Kommunikationskanälen via Facebook, Instagram, LinkedIn, X und Youtube wird auf nachstehende Aufstellung verwiesen.

Social Media Profil / Kommunikationskanal	Profil
Facebook Bundesministerium für Bildung, <a href="https://www.facebook.com/bmb.gv.at">https://www.facebook.com/bmb.gv.at</a>	Bundesministerium für Bildung

Facebook, X, Youtube, Instagram BeSt - Beruf Studium Weiterbildung, <a href="https://www.facebook.com/bestinfo.at">https://www.facebook.com/bestinfo.at</a> <a href="https://www.youtube.com/user/BeStinfoMesse">https://www.youtube.com/user/BeStinfoMesse</a> <a href="https://x.com/bestinfo_at">https://x.com/bestinfo_at</a> <a href="https://www.instagram.com/bestmesse/">https://www.instagram.com/bestmesse/</a>	Bundesministerium für Bildung zur Bildungsmesse Beruf Studium Weiterbildung
Instagram Bundesministerium für Bildung, <a href="https://www.instagram.com/bmb_gv.at">https://www.instagram.com/bmb_gv.at</a>	Bundesministerium für Bildung
LinkedIn Bundesministerium für Bildung, <a href="https://www.linkedin.com/company/bmbildung">https://www.linkedin.com/company/bmbildung</a>	Bundesministerium für Bildung
Youtube Kanal des Bundesministeriums für Bildung, <a href="https://www.youtube.com/@bm_bildung">https://www.youtube.com/@bm_bildung</a>	Bundesministerium für Bildung

Die angeführten einzelnen Accounts werden regelmäßig einer inhaltlichen Evaluierung unterzogen und Themen tagesaktuell angepasst. Es wird um Verständnis ersucht, dass von einer Beantwortung für den nachgeordneten Bereich einschließlich der Schulen in Trägerschaft des Bundes Abstand genommen wird, da diesbezüglich zentral keine Daten vorliegen. Schulen verwenden Social Media Kanäle im Rahmen ihres Profils und Bildungsangebotes sowie im Hinblick auf ihre jeweilige Zielgruppe eigenverantwortlich, eine Berichts- oder Rechenschaftslegung gegenüber der Zentralstelle ist nicht vorgesehen.

**Zu Frage 2:**

- *Welche Mitarbeiter Ihres Ministeriums waren im 3. 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 erfolgt durch die nach der Geschäftseinteilung jeweils zuständigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

**Zu Frage 3:**

- *Wie hoch waren die Gesamtkosten Ihres Ministeriums für Werbung in Sozialen Netzwerken sowie Online-Medien im 3. Quartal 2025?*
  - a. *Wie hoch waren die aufgewendeten Kosten Ihres Ministeriums je Social-Media-Plattform? (Bitte um detaillierte Auflistung nach Plattform und aufgewandtem Budget)*

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

Medium	Sujet	Datum / Zeitraum	Betrag inkl. Abgaben und Steuern in EUR
Beitragswerbung@Facebook bmb.gv.at	Bundesministerium für Bildung: Veranstaltungen, Themen, Infos zu den Ressortthemen	26.09.2025-06.10.2025	Keine Zahlungen bis 30.09.2025 erfolgt

Beitragswerbung@Instagram bmb.gv.at	Bundesministerium für Bildung: Veranstaltungen, Themen, Infos zu den Ressortthemen	26.09.2025-06.10.2025	Keine Zahlungen bis 30.09.2025 erfolgt
--	---	-----------------------	---

Im angefragten Zeitraum erfolgten keine sonstigen Inseratenschaltungen online bzw. digital/audiovisuell.

Zu den Fragen 4 und 5 sowie 7 bis 19:

- Wie hoch waren die Gesamtkosten der genannten Social-Media-Seiten für Sponsoring und Postings im 3. 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 3. Quartal 2025 entstanden sind? (Bitte um detaillierte Auflistung nach Plattform, jeweiliger Seite, verwendetem Budget sowie Zeitpunkt der Bewerbung)
- In welcher Höhe wurden Social-Media-Beiträge seitens Ihres Ministeriums im 3. 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 3. 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)
- Wurden bei der Bewerbung der Seiten Zielgruppendefinitionen vorgenommen?
- Wurde im 3. Quartal 2025 bei der Bewerbung der Social-Media-Beiträge Zielgruppendefinitionen vorgenommen?
- Wurden im 3. 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 3. 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 3. 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 3. 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 3. 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?*

Die diesbezüglichen Informationen sind der nachfolgenden Aufstellung zu entnehmen.

Bewerbung	Betrag inkl. Abgaben und Steuern in EUR	Page Like	Zielgruppe	Custom Audience	Standorte	Kriterien	Sujet / Video	Klick-kosten in EUR
Beitragswerbung @Facebook bmb.gv.at	Keine Zahlungen bis 30.9.2025 erfolgt	Nein	Bildungs-interessierte	Ja, Personen, die mit der Seite interagiert haben	Ja, Österreich	Österreich, Personen mit diesen Interessen: Berufsbildung, Lehrkräfteausbildung, Schule, Hochschule, Beruf, Karriere, Familie, Eltern, Studium, Beruf	Video und Bild	-
Beitragswerbung @Instagram	Keine Zahlungen bis 30.9.2025 erfolgt	Nein	Bildungs-interessierte	Ja, Personen, die mit der Seite interagiert haben	Ja, Österreich	Österreich, Personen mit diesen Interessen: Berufsbildung, Lehrkräfteausbildung, Schule, Hochschule, Beruf, Karriere, Familie, Eltern, Studium, Beruf	Video und Bild	-

Es wurden keine sogenannte „Verbindungen“ verwendet, um Personenkreise ein- bzw. auszuschließen. Im Rahmen der Beitragswerbung sind standortspezifische Definitionen (Österreich) erfolgt.

Weiters wird hinsichtlich der Schaltungen bemerkt, dass die Nutzerinnen und Nutzer entweder auf die Website des Bundesministeriums geleitet wurden oder auf die jeweils zum kommunizierten Thema spezifischen Websites. Für die Anwendung von „Custom Audience“ werden Personen ausgewählt, die mit der Website in Form von Likes oder Kommentaren oder durch das „Teilen“ von Beiträgen interagiert haben.

Zu Frage 6:

- *Mit wie vielen verschiedenen Rechnungspositionen wurde im 3. 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 30 keine eigenen (Verrechnungs-)Konten vorgesehen. Die Ausgaben sind sachlich zugeordnet bei den entsprechenden Konten mitveranschlagt. Dementsprechend sind im Bundesvoranschlag 2025 bzw. anzuwenden gewesenen Bundesvoranschlag 2024 die entsprechenden Ausgaben kontogerecht mit allen anderen Konten in dem Detailbudget 30.01.01 (für die UG 30) veranschlagt und dort in den jeweiligen Summen enthalten.

Zu Frage 20:

- *Wie hoch sind die Kosten seitens Ihres Ministeriums im 3. 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, 19. Dezember 2025

Christoph Wiederkehr, MA



