

Andreas Babler, MSc
Vizekanzler
Bundesminister für Wohnen, Kunst, Kultur,
Medien und Sport

Herrn
Präsidenten des Nationalrates
Dr. Walter Rosenkranz
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2025-0.859.026

Wien, am 18. Dezember 2025

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Michael Schnedlitz und weitere Abgeordnete haben am 21. Oktober 2025 unter der **Nr. 3784/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Kostenkontrolle für Werbung in sozialen Netzwerken und Online-Medien im 3. Quartal 2025“ gerichtet.

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

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)*

Das Bundesministerium für Wohnen, Kunst, Kultur, Medien und Sport (BMWKMS) betreute im 3. Quartal 2025 folgende Social-Media-Seiten:

| Plattform Facebook |
|---|
| BMWKMS https://facebook.com/bmwkms.gv.at |
| Bundesdenkmalamt https://facebook.com/bundesdenkmalamt.osterreich |
| Tag des Denkmals https://facebook.com/TagDesDenkmalsInOsterreich |

| |
|--|
| Creative Europe Desk Austria https://www.facebook.com/creativeeurope.at |
| Informationsplattform Artist-in-Residenz-Programme www.away.co.at https://facebook.com/artistsaway/ |
| Wiener Hofmusikkapelle https://www.facebook.com/wiener.hofmusikkapelle/ |
| Tag des Sports https://www.facebook.com/tagdessports.at |
| Plattform Instagram |
| Sportministerium https://instagram.com/sportministerium |
| Kunstkulturministerium https://instagram.com/kunstkulturministerium |
| Bundesdenkmalamt https://instagram.com/bundesdenkmalamt.gv.at |
| Tag des Denkmals https://www.instagram.com/tagdesdenkmals.at |
| Informationsplattform Artist-in-Residenz-Programme www.away.co.at https://instagram.com/artistsaway/ |
| Wiener Hofmusikkapelle https://www.instagram.com/wiener.hofmusikkapelle/ |
| Tag des Sports https://www.instagram.com/tag_des_sports/ |
| Plattform Picdrop |
| BMWKMS https://www.picdrop.com/bmwkms/fotos |
| Plattform Flickr |
| Fotoservice des Bundesdenkmalamtes https://www.flickr.com/photos/192385065@N05/albums |
| Plattform YouTube |
| BMWKMS https://www.youtube.com/@bmwkms |
| Bundesdenkmalamt https://youtube.com/channel/UCfqAr3ltrDq8Ee_q-MI5bbg |
| Plattform Vimeo |
| Informationsplattform Artist-in-Residenz-Programme www.away.co.at https://vimeo.com/artistsaway |
| Plattform LinkedIn |
| BMWKMS https://www.linkedin.com/company/bmwkms/ |

Seitens meines Ministerbüros wurden im 3. Quartal 2025 folgende Social-Media-Seiten betrieben und betreut:

| |
|---|
| Plattform Facebook |
| Vizekanzler Österreich https://www.facebook.com/vizekanzler.gv.at |
| Plattform Instagram |
| vizekanzler.gv.at https://www.instagram.com/vizekanzler.gv.at |

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 in der ersten Tabelle zur Frage 1 angeführten Social-Media-Accounts und -Seiten wurden im 3. Quartal 2025 laut Geschäftseinteilung des BMWKMS betreut.

Für das Bundesdenkmalamt und für die Wiener Hofmusikkapelle sind ihre jeweiligen Referate Öffentlichkeitsarbeit tätig.

Zu den Fragen 3 und 5:

- *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 aufgewendetem Budget)*
- *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)*

Es fielen im 3. Quartal 2025 folgende Kosten an:

| Plattform | Kosten in € inkl. USt |
|---|-----------------------|
| Online-Medien | 63.033,75 |
| Soziale Medien (<i>siehe Tabelle</i>) | 4.559,81 |

Weiters sind Kosten in Höhe von 7.999,46 Euro für den Social-Media-Auftritt „Tag des Denkmals“ direkt beim Bundesdenkmalamt entstanden.

Die Betreuung der Webseite www.away.co.at wird seit September 2024 durch den Rahmenvertrag „Praterateliers“ mit der Siebenstern C+C GmbH abgedeckt und pauschal abgegolten.

Zu den Fragen 4, 7 bis 11 und 16:

- *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)*
- *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 Zielgruppendifinitionen vorgenommen?*
- *Wurde im 3. Quartal 2025 bei der Bewerbung der Social-Media-Beiträge Zielgruppendifinitionen vorgenommen?*
- *Wurden im 3. Quartal 2025 bei der Bewerbung der Seiten sowie der dortigen Schaltungen oder Uploads unterschiedliche Zielgruppendifinitionen vorgenommen?*
 - a. *Wenn ja, inwieweit wurden unterschiedliche Zielgruppendifinitionen vorgenommen? (Bitte um Auflistung jeweils nach Beitrag, Datum der Veröffentlichung, jeweils vorgenommener Zielgruppendifinitionen und Begründung der gewählten Zielgruppe)*

- *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)*

Es wird auf die nachstehende Tabelle verwiesen.

| Zeitraum (01.07.-30.09.25) | Account/Plattform | Beitrag/Posting bzw. Werbeinserat | Kurzbeschreibung | Begründung/Zielgruppen: Region, Alter, Geschlecht | Kosten in € brutto |
|---------------------------------------|---|--|--|--|-------------------------------|
| 01.07.-06.07.25 | Facebook BMWKMS/ Instagram Kunstkulturministerium | Beitrag | Ausschreibung „Startstipendium 2025: Bildende Kunst, Design, Fotografie und Medienkunst“ | AUT, 18+, alle Geschlechter | 119,99 |
| 09.07.-14.07.25 | Facebook BMWKMS/ Instagram Kunstkulturministerium | Beitrag | Ausschreibung „Wettbewerb Architekturbiennale Venedig 2027“ | AUT, 18+, alle Geschlechter | 119,96 |
| 16.07.-21.07.25 | Facebook BMWKMS/ Instagram Kunstkulturministerium | Beitrag | Ausschreibung „Förderung: Digitale Transformation“ | AUT, 18+, alle Geschlechter | 120,00 |
| 22.07.-27.07.25 | Facebook BMWKMS/ Instagram Kunstkulturministerium | Beitrag | Ausschreibung „Auslandsstipendien für Künstler:innen der Bereiche bildende Kunst, Fotografie und Medienkunst 2027“ | AUT, 18+, alle Geschlechter | 120,00 |
| 29.07.-03.08.25 | Facebook BMWKMS/ Instagram Kunstkulturministerium | Beitrag | Ausschreibung „Arbeitsstipendien im Bereich Kabarett“ | AUT, 18+, alle Geschlechter | 119,98 |
| 06.08.-11.08.25 | Facebook BMWKMS/ Instagram Kunstkulturministerium | Beitrag | Ausschreibung „Startstipendium 2025: Architektur“ | AUT, 18+, alle Geschlechter | 120,00 |
| 13.08.-18.08.25 | Facebook BMWKMS/ Instagram Kunstkulturministerium | Beitrag | Ausschreibung „Hans-Hollein- Projektstipendium“ | AUT, 18+, alle Geschlechter | 119,99 |
| 17.08.-31.08.25 | Facebook BMWMS/ Instagram Sportministerium | Werbeinserat | „Tag des Sports 2025“ (Teil 1) | AUT, 18+, alle Geschlechter, W, NÖ, Bgld, Stmk, OÖ | 1.200,00 |
| 21.08.-26.08.25 | Facebook BMWMS/ Instagram Kunstkulturministerium | Beitrag | Ausschreibung „Stipendien für musikalische Komposition 2026“ | AUT, 18+, alle Geschlechter | 119,96 |

| Zeitraum (01.07.-30.09.25) | Account/Plattform | Beitrag/Posting bzw. Werbeinserat | Kurzbeschreibung | Begründung/Zielgruppen: Region, Alter, Geschlecht | Kosten in € brutto |
|---------------------------------------|---|--|---|--|-------------------------------|
| 27.08.-01.09.25 | Facebook BMWMS/ Instagram Kunstkulturministerium | Beitrag | Ausschreibung „Staatsstipendien 2026: Bildende Kunst, Fotografie und Medienkunst“ | AUT, 18+, alle Geschlechter | 120,00 |
| 04.09.-18.09.25 | Facebook BMWMS/ Instagram Sportministerium | Werbeinserat | „Tag des Sports 2025“ (Teil 2) | AUT, 18+, alle Geschlechter, W, NÖ, Bgld, Stmk, OÖ | 2.159,95 |
| 09.09.-14.09.25 | Facebook BMWMS/ Instagram Kunstkulturministerium | Beitrag | Ausschreibung „Förder-Call Baukultur“ | AUT, 18+, alle Geschlechter | 119,98 |

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)*

Die Verrechnung erfolgte über ein Rechnungskonto.

Zu Frage 12:

- *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?*

Bei der Erstellung der Zielgruppen wurden keine Custom Audiences verwendet.

Zu den Fragen 13 und 14:

- *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?*

Seitens der Zentralstelle meines Ressorts erfolgte ein Targeting auf Facebook. Die dabei verwendeten Zielgruppen gehen aus obiger Tabelle hervor. Für den Social-Media-Auftritt für den Tag des Denkmals erfolgte ein Targeting auf Facebook und Instagram für eine allgemeine Zielgruppe und eine Zielgruppe „Family“ (primär Eltern im Alter 27 – 55 Jahre).

Zu Frage 15:

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

Auf YouTube erfolgte kein Targeting.

Zu den Fragen 17 bis 19:

- *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?*

Es wurden keine Verbindungen hergestellt.

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)*

Es erfolgte keine Nutzung von Google-Ads.

Andreas Babler, MSc

