

 Bundesministerium  
Inneres

Mag. Gerhard Karner  
Bundesminister

Herrn  
Präsidenten des Nationalrates  
Dr. Walter Rosenkranz  
Parlament  
1017 Wien

Geschäftszahl: 2026-0.044.377

Wien, am 13. März 2026

Sehr geehrter Herr Präsident!

Der Abgeordnete zum Nationalrat Michael Schnedlitz hat am 14. Jänner 2026 unter der Nr. **4528/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Kostenkontrolle für Werbung in sozialen Netzwerken und Online-Medien im 4. Quartal 2025“ gerichtet.

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

Einleitend halte ich fest, dass die Bundesregierung keine Werbung schaltet, sondern sich mittels Informationskampagnen an die Bevölkerung wendet.

**Zur Frage 1:**

- *Welche Social-Media-Seiten wurden im 4. Quartal 2025 von Ihrem Ressort betrieben?  
(Bitte um Auflistung jeweils nach Plattform und Namen der Seite)*

Facebook:

- BMI – Bundesministerium für Inneres
- Bundeskriminalamt Österreich
- Gemeinsam Sicher
  - Gemeinsam.Sicher
  - Gemeinsam.Sicher im Burgenland

- Gemeinsam.Sicher in der Steiermark
- Gemeinsam.Sicher in Kärnten
- Gemeinsam.Sicher in Niederösterreich
- Gemeinsam.Sicher in Salzburg
- Gemeinsam.Sicher in Tirol
- Gemeinsam.Sicher in Vorarlberg
- Gemeinsam.Sicher in Wien
- Gemeinsam.Sicher mit unserer Polizei (Oberösterreich)
- Mythsaboutmigration
- Polizei
  - Polizei Burgenland
  - Polizei Kärnten
  - Polizei Niederösterreich
  - Polizei Oberösterreich
  - Polizei Salzburg
  - Polizei Steiermark
  - Polizei Tirol
  - Polizei Vorarlberg
  - Polizei Wien
- Voluntary Return

#### Instagram:

- bundeskriminalamt\_at
- innenministerium
- gemeinsam.sicher
- polizei.burgenland
- polizei\_im\_bild
- polizei\_ooe
- polizei.vorarlberg
- polizeiwien
- polizei.stmk
- polizeinoe

#### LinkedIn:

- Bundesamt zur Korruptionsprävention und Korruptionsbekämpfung (BAK)
- Bundeskriminalamt Österreich
- Bundesministerium für Inneres (BMI)

- Direktion Staatsschutz und Nachrichtendienst
- GEMEINSAM.SICHER mit unserer Polizei
- Polizei Wien

#### Threads:

- Bundeskriminalamt\_AT
- Innenministerium
- Polizei im Bild
- Polizei OÖ
- Polizei Wien

#### TikTok:

- diepolizei

#### X:

- BMI\_OE
- LPDBgld
- LPDKtn
- LPDnoe
- LPDooe
- LPDVbg
- LPDWien
- Polizei\_OE
- PolizeiSalzburg
- PolizeiStmk

#### YouTube:

- Bundesamt zur Korruptionsprävention und Korruptionsbekämpfung (BAK)
- Innenministerium Österreich
- Polizei Österreich bewegt

#### Bluesky:

- Österreichs Bundesministerium für Inneres
- Polizei Wien
- Polizei Steiermark

**Zur Frage 2:**

- *Welche Mitarbeiter Ihres Ministeriums waren im 4. 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 Geschäftseinteilung des Bundesministeriums für Inneres ist unter [www.bmi.gv.at](http://www.bmi.gv.at) abrufbar. Aufgrund datenschutzrechtlicher Bestimmungen muss auf die Aufschlüsselung näherer Details verzichtet werden.

**Zur Frage 3:**

- *Wie hoch waren die Gesamtkosten Ihres Ministeriums für Werbung in Sozialen Netzwerken sowie Online-Medien im 4. Quartal 2025?*
  - Wie hoch waren die aufgewendeten Kosten Ihres Ministeriums je Social-Media-Plattform? (Bitte um detaillierte Auflistung nach Plattform und aufgewendetem Budget)*

Die Gesamtkosten für Informationen in sozialen Netzwerken und Online-Medien für das 4. Quartal 2025 betragen 680.002,21 €.

Medium	Bruttokosten
Amazon Prime	29.857,66 €
Channel Family	11.934,00 €
Channel Games & Entertainment	9.952,56 €
Contentproduktion	18.000,00 €
COPE Reach Network	2.861,96 €
CTV für LG	29.922,44 €
Google	214,47 €
heute.at	55.386,19 €
krone.at	18.423,70 €
kurier.at	31.860,01 €
meinbezirk.at	27.217,03 €

Meta	50.089,56 €
Online Audio MAX	14.112,00 €
orf.at	33.430,16 €
PUR Gaming Cloud	4.999,99 €
Reddit	4.974,66 €
Regionews-Portale	27.359,97 €
RMS Online	3.901,86 €
RTL Reach Network	39.210,60 €
Snapchat	37.905,12 €
sowiholding.at	120,00 €
Spotify	14.173,10 €
Teads Reach Network	9.180,00 €
Tech Costs Adform	2.904,48 €
TikTok	41.678,96 €
willhaben.at	28.882,66 €
YOC Reach Network	43.978,01 €
YouTube	87.471,06 €
<b>Summe</b>	<b>680.002,21 €</b>

**Zur Frage 4:**

- *Wie hoch waren die Gesamtkosten der genannten Social-Media-Seiten für Sponsoring und Postings im 4. Quartal 2025? (Bitte um detaillierte Auflistung nach Kanal, geschaltetem Budget und Anführung der gesponserten Postings)*

Eine detaillierte Einzelaufschlüsselung kann in Anbetracht des dafür erforderlichen hohen Verwaltungsaufwandes nicht erfolgen.

**Zur Frage 5:**

- *Wie hoch waren die Kosten, die ausschließlich aus der Bewerbung der jeweiligen Social-Media-Seiten im 4. Quartal 2025 entstanden sind)? (Bitte um detaillierte Auflistung nach Plattform, jeweiliger Seite, verwendetem Budget sowie Zeitpunkt der Bewerbung)*

Das Bundesministerium für Inneres hat ausschließlich informative Postings geschaltet und keine Accounts beziehungsweise Seiten beworben.

**Zur Frage 6:**

- *Mit wie vielen verschiedenen Rechnungspositionen wurde im 4. 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)*

Ausgaben für Social-Media-Aktivitäten werden auf keinem spezifischen, eigens eingerichteten Sachkonto budgetiert und verrechnet, sondern bei den vorhandenen Sachkonten gemäß Kontenplanverordnung 2013 idgF sowie unter Nutzung einer Bundeskreditkarte mitbudgetiert und mitverrechnet. Eine Trennung in die unterschiedlichen Kanäle beziehungsweise Accounts wird auf Sachkontenebene nicht vorgenommen.

**Zu den Fragen 7 bis 11:**

- *In welcher Höhe wurden Social-Media-Beiträge seitens Ihres Ministeriums im 4. 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 4. 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 4. Quartal 2025 bei der Bewerbung der Social-Media-Beiträge Zielgruppendefinitionen vorgenommen?*

- *Wurden im 4. 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)*

Die Zielgruppeneinstellungen wurden der thematischen Ausrichtung des jeweiligen Beitrages angepasst. Mit den Beiträgen zum Thema Zivilschutz wurden Österreicherinnen und Österreicher auf Facebook, Instagram, TikTok und YouTube angesprochen. Mit den Beiträgen zu den Themen Polizei-Rekrutierung und Cybercrime wurden Österreicherinnen und Österreicher auf Facebook, Instagram, TikTok, Snapchat und YouTube angesprochen. Eine detaillierte Einzelaufschlüsselung der Postings kann in Anbetracht des dafür erforderlichen hohen Verwaltungsaufwandes nicht erfolgen. Es erfolgte keine Bewerbung der Seiten/Accounts.

Die Informationskampagne „Myths about Migration“ mit Beiträgen zum Thema illegale Migration und den damit verbundenen Gefahren erreichte Menschen in Ägypten, Indien, Marokko, Pakistan und Tunesien. Eine detaillierte Einzelaufschlüsselung kann in Anbetracht des dafür erforderlichen hohen Verwaltungsaufwandes nicht erfolgen.

**Zur Frage 12:**

- *Wurden im 4. 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?*

Es werden keine Custom Audiences verwendet.

**Zu den Fragen 13 bis 19:**

- *Wurden im 4. 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 zusätzlicher 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 4. 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 4. 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 darf auf die Beantwortung der Frage 11 verwiesen werden. Die Beiträge wurden über die Facebook-Seite und unter denselben Voraussetzungen auch auf Instagram, TikTok und Snapchat geschaltet. Es wurden keine „Verbindungen“ erstellt. Es erfolgte keine Bewerbung der Seiten/Accounts. Auf YouTube wurden Beiträge zum Thema Zivilschutz, Polizei-Rekrutierung und Cybercrime geschaltet.

**Zur Frage 20:**

- *Wie hoch sind die Kosten seitens Ihres Ministeriums im 4. Quartal 2025 für die Nutzung von Google Ads? (Bitte um detaillierte Auflistung der einzelnen Schaltungen, Zeitraum, Beschreibung und Kosten)*

Es darf auf die Beantwortung der Frage 3 verwiesen werden. Eine detaillierte Einzelaufschlüsselung kann in Anbetracht des dafür erforderlichen hohen Verwaltungsaufwandes nicht erfolgen.

Gerhard Karner

