

Dr. Markus Marterbauer
Bundesminister für Finanzen

Johannesgasse 5, 1010 Wien

Herrn Präsidenten
des Nationalrates
Dr. Walter Rosenkranz
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2026-0.037.386

Wien, 13. März 2026

Sehr geehrter Herr Präsident!

Auf die schriftliche parlamentarische Anfrage Nr. 4540/J vom 14. Jänner 2026 der Abgeordneten Michael Schnedlitz, Kolleginnen und Kollegen beehre ich mich Folgendes mitzuteilen:

Zu 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)*

Im Anfragezeitraum betreibt das Bundesministerium für Finanzen (BMF) für das Ressort eine Facebook Seite (<https://www.facebook.com/finanzministerium>) und ist auf LinkedIn (<https://www.linkedin.com/company/bundesministerium-finanzen/>) sowie Instagram (<https://www.instagram.com/bmfgvat/>) vertreten.

Auf Instagram, Facebook und Bluesky werden Accounts des Finanzministers herausgegeben (<https://www.instagram.com/markusmarterbauer/>, <https://www.facebook.com/MarkusMarterbauer/>, <https://bsky.app/profile/markusmarterbauer.bsky.social>).

Das Fotoportal und Videoportal auf der Website des BMF wird über Flickr bzw. YouTube zur Verfügung gestellt.

Zu 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 Social-Media-Accounts und -Seiten werden im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit von der laut Geschäftseinteilung des BMF dafür zuständigen Abteilung betreut. An der Betreuung des Instagram, Facebook und Bluesky-Accounts des Finanzministers wirken Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Ministerbüros mit.

Zu Frage 3 bis 19

3. Wie hoch waren die Gesamtkosten Ihres Ministeriums für Werbung in Sozialen Netzwerken sowie Online-Medien im 4. Quartal 2025?

a. Wie hoch waren die aufgewendeten Kosten Ihres Ministeriums je Social Media-Plattform? (Bitte um detaillierte Auflistung nach Plattform und aufgewendetem Budget)

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)

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)

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)

7. 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)

8. 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)

9. Wurden bei der Bewerbung der Seiten Zielgruppendefinitionen vorgenommen?

10. Wurde im 4. Quartal 2025 bei der Bewerbung der Social-Media-Beiträge Zielgruppendefinitionen vorgenommen?

11. 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)

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?

13. 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 a. um detaillierte Auflistung nach Seite, jeweiligem Beitrag, Veröffentlichungsdatum, ausgewählter Interessen und zusätzlicher Interessen und dafür aufgewendetes Budget)

14. Wie ist die Frage 13a. für Instagram zu beantworten?

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

16. 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)

17. 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)

18. Wie ist die Frage 17 für YouTube zu beantworten?

19. Wie ist die Frage 17 für Instagram zu beantworten?

Im Anfragezeitraum 4. Quartal 2025 wurden keine Einschaltungen in Online-Medien und Social Media getätigt, weshalb auch keine Kosten dafür anfielen.

Das BMF unterstützt eigene, redaktionelle Postings auf <https://www.facebook.com/finanzministerium/>, <https://www.linkedin.com/company/bundesministerium-finanzen/> und <https://www.instagram.com/bmfgvat/> sowie auf <https://www.instagram.com/markusmarterbauer/>,

<https://www.facebook.com/MarkusMarterbauer/> und
<https://bsky.app/profile/markusmarterbauer.bsky.social> nicht finanziell.

Die Seiten selbst werden nicht aktiv beworben. Insofern fielen diesbezüglich keine Kosten an. Es wurden dementsprechend auch keine Zielgruppendefinitionen vorgenommen, Custom Audiences verwendet, Targeting eingesetzt oder Verbindungen erstellt.

Zu 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)

Google Ads wurden nicht als Kommunikationskanal herangezogen, daher fielen dafür keine Kosten an.

Der Bundesminister:
Dr. Markus Marterbauer

Elektronisch gefertigt

