

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

Herrn
 Präsidenten des Nationalrates
 Dr. Walter Rosenkranz
 Parlament
 1017 Wien

Geschäftszahl: 2026-0.581.068

Die schriftliche parlamentarische Anfrage Nr. 6531/J-NR/2026 betreffend Kostenkontrolle für Werbung in sozialen Netzwerken und Online-Medien im 2. Quartal 2026, die die Abgeordneten zum Nationalrat Michael Schnedlitz, Kolleginnen und Kollegen am 7. Juli 2026 an mich richteten, darf ich anhand der mir vorliegenden Informationen wie folgt beantworten:

Zu den Fragen 1 und 2:

- *Welche Social-Media-Seiten wurden im 2. Quartal 2026 von Ihrem Ressort betrieben? (Bitte um Auflistung jeweils nach Plattform und Namen der Seite)*
- *Welche Mitarbeiter Ihres Ministeriums waren im 2. Quartal 2026 mit der Betreuung der Social-Media-Seiten beschäftigt? (Bitte um detaillierte Auflistung jeweils nach Name, Funktion, Organisationseinheit, Beschäftigungszeitraum und Beschreibung des Tätigkeitsbereichs)*

Hinsichtlich der vom Bundesministerium für Bildung vom 1. April 2026 bis zum 30. Juni 2026 betriebenen Social Media Profile bzw. sonstigen digitalen Kommunikationskanälen wird auf nachstehende Aufstellung verwiesen.

Social Media Profil / Kommunikationskanal	Profil
Facebook Bundesministerium für Bildung, https://www.facebook.com/bmb.gv.at	Bundesministerium für Bildung
Facebook, Youtube, Instagram BeSt - Beruf Studium Weiterbildung, https://www.facebook.com/bestinfo.at https://www.youtube.com/user/BeStinfoMesse https://www.instagram.com/bestmesse/	Bundesministerium für Bildung zur Bildungsmesse Beruf Studium Weiterbildung
Instagram Bundesministerium für Bildung, https://www.instagram.com/bmb.gv.at	Bundesministerium für Bildung

LinkedIn Bundesministerium für Bildung, https://www.linkedin.com/company/bmbildung	Bundesministerium für Bildung
Youtube Kanal des Bundesministeriums für Bildung, https://www.youtube.com/@bm_bildung	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. Die Betreuung der Social Media Accounts erfolgt durch die nach der Geschäftseinteilung jeweils zuständigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Zu den Fragen 3 bis 5 sowie 7 bis 19:

- *Wie hoch waren die Gesamtkosten Ihres Ministeriums für Werbung in Sozialen Netzwerken sowie Online-Medien im 2. Quartal 2026?*
 - 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 2026? (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 2. Quartal 2026 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 2. Quartal 2026 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 2026 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 2. Quartal 2026 bei der Bewerbung der Social-Media-Beiträge Zielgruppendifinitionen vorgenommen?*
- *Wurden im 2. Quartal 2026 bei der Bewerbung der Seiten sowie der dortigen Schaltungen oder Uploads unterschiedliche Zielgruppendifinitionen 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 2026 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 2026 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 2026 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 2026 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 erfolgten im angefragten Zeitraum keine informativen Bewerbungen von getätigten Online-Schaltungen bzw. Sponsorings oder Postings in den vorstehend genannten Social Media Profilen sowie sonstigen digitalen Kommunikationskanälen.

Zu Frage 6:

- *Mit wie vielen verschiedenen Rechnungspositionen wurde im 2. Quartal 2026 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 2026 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 2. Quartal 2026 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, 07. September 2026

Christoph Wiederkehr, MA

