

Andreas Babler, MSc

Vizekanzler

Bundesminister für Wohnen, Kunst, Kultur,
Medien und Sport

Herrn
Präsidenten des Nationalrates
Dr. Walter Rosenkranz
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2026-0.580.437

Wien, am 7. September 2026

Sehr geehrter Herr Präsident,

der Abgeordnete zum Nationalrat Michael Schnedlitz und weitere Abgeordnete haben am 07.07.2026 unter der **Nr. 6536/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Kostenkontrolle für Werbung in sozialen Netzwerken und Online-Medien im 2. Quartal 2026“ gerichtet.

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

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)*

Plattform Facebook
BMWKMS https://facebook.com/bmwkms.gv.at
Tag des Sports https://www.facebook.com/tagdessports.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/
Plattform Instagram
Sportministerium https://instagram.com/sportministerium
Tag des Sports https://instagram.com/tag_des_sports
Kunstkulturministerium https://instagram.com/kunstkulturministerium
Bundesdenkmalamt https://instagram.com/bundesdenkmalamt
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/
Plattform Picdrop
BMWKMS https://www.picdrop.com/bmwkms/fotos

Plattform YouTube
BMWKMS https://www.youtube.com/@bmwkms
Bundesdenkmalamt https://youtube.com/channel/UCfqAr3ltrDq8Ee_q-MI5bbg
Plattform LinkedIn
BMWKMS https://www.linkedin.com/company/bmwkms/
Plattform Flickr
Fotoservice des Bundesdenkmalamtes https://www.flickr.com/photos/192385065@N05/albums
Plattform Vimeo
Informationsplattform Artist-in-Residenz-Programme www.away.co.at https://vimeo.com/artistsaway

Die in obiger Tabelle angeführten Social-Media-Accounts und -Seiten wurden im 2. Quartal 2026 laut Geschäftseinteilung des Bundesministeriums für Wohnen, Kunst, Kultur, Medien und Sport (BMWKMS) betreut, ausgenommen der Social-Media-Kanäle für den Tag des Sports, welche über die Fa. Network comm SISS GmbH (Rahmenvereinbarung: Medien- und Kommunikationsmanagement für den „Tag des Sports“) redaktionell betreut werden.

Die Betreuung der Webseiten www.away.co.at und www.partresidency.at/part-international-art-residency-austria wird seit 09/2024 durch den Rahmenvertrag „Praterateliers“ mit der Siebenstern C+C GmbH abgegolten. Die Kosten werden pauschal abgegolten.

Folgende Social-Media-Seiten wurden sowohl seitens meines Ministerbüros bzw. seitens des Büros der Frau Staatssekretärin im BMWKMS als auch seitens der für Öffentlichkeitsarbeit zuständigen Abteilung im 2. Quartal 2026 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 3:**

- *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)*

Plattform	Kosten in € inkl. USt.
Online-Medien	0,00
Soziale Medien	2.158,88

Zudem wurden im Rahmen der Kooperation mit dem Film Festival Crossing Europe € 2.800,00 inkl. USt. für eine Banner-Platzierung auf der Crossing Europe-Website für insgesamt neun Wochen aufgewendet. Weiters wurden im Rahmen der Kooperation mit dem Film Festival Crossing Europe, € 660,00 inkl. USt. für insgesamt vier Social Media Stories/Artikel auf den Crossing Europe Kanälen aufgewendet. Im Rahmen der Kooperation mit dem Film Festival Vienna Shorts wurden € 500,00 inkl. USt. für die Logopräsenz auf der Website, Logotafel im Kino und Newsletter und für die Nennung als offizieller Kooperationspartner der Talent Days im Rahmen des Festivals aufgewendet. Diese Anzeigeschaltungen wurde vom Creative Europe Desk Austria in Auftrag gegeben. Die Kosten hierfür wurden zur Gänze aus EU-Mitteln getragen.

Zu den Fragen 4, 7 bis 11 und 16:

- *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)*
- *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 Zielgruppendefinitionen vorgenommen?*
- *Wurde im 2. Quartal 2026 bei der Bewerbung der Social-Media-Beiträge Zielgruppendefinitionen vorgenommen?*
- *Wurden im 2. Quartal 2026 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 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)*

Es wird auf die nachstehende Tabelle verwiesen:

Account/Plattform	Posting	Kurzbeschreibung	Zielgruppen:	Zeitraum	Kosten in € inkl. Ust.
Facebook BMWKMS/ Instagram Kunstkulturministerium	Beitrag	Ausschreibung „Verlagsförderung 2026“	AUT, 18+, alle Geschlechter	27.04. - 02.05.2026	119,95
Facebook BMWKMS/ Instagram Sportministerium	Werbeinserat	„Ehrenamtspreis 2026“ (Teil 1)	AUT, 18+, alle Geschlechter	01.05. - 10.05.2026	899,62
Facebook BMWKMS/ Instagram Kunstkulturministerium	Beitrag	Ausschreibung „Förderprogramm: Digitale Transformation“	AUT, 18+, alle Geschlechter	20.05. - 25.05.2026	119,92
Facebook BMWKMS/ Instagram Sportministerium	Werbeinserat	„Ehrenamtspreis 2026“ (Teil 2)	AUT, 18+, alle Geschlechter	09.06. - 18.06.2026	899,45
Facebook BMWKMS/ Instagram Kunstkulturministerium	Beitrag	Ausschreibung „Denkmalschutzmedaille 2026“	AUT, 18+, alle Geschlechter	22.06. - 27.06.2026	119,94
				Gesamtkosten	2.158,88

Zu Frage 5:

- *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)*

Seitens meines Ressorts wurden ausschließlich informative Postings geschaltet und keine Accounts bzw. Seiten beworben.

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)*

Die Verrechnung erfolgt über ein Rechnungskonto.

Zu Frage 12:

- *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?*

Bei der Erstellung der Zielgruppen wurden keine Custom Audiences verwendet.

Zu den Fragen 13 bis 15:

- *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, ausgewählten 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?*

Es wurde kein detailliertes Targeting auf Facebook, Instagram und YouTube vorgenommen.

Zu den Fragen 17 bis 19:

- *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 gab weder Einschränkungen der Standorte noch wurden Verbindungen hergestellt.

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)*

Es erfolgte keine Nutzung von Google-Ads.

Andreas Babler, MSc

