

 Bundesministerium  
Wohnen, Kunst, Kultur,  
Medien und Sport

[bmwkms.gv.at](https://bmwkms.gv.at)

**Andreas Babler, MSc**

Vizekanzler

Bundesminister für Wohnen, Kunst, Kultur,  
Medien und Sport

Herrn  
Präsidenten des Nationalrates  
Dr. Walter Rosenkranz  
Parlament  
1017 Wien

Geschäftszahl: 2025-0.250.462

Wien, am 26. Mai 2025

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Michael Schnedlitz und weitere Abgeordnete haben am 27. März 2025 unter der Nr. **949/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Transparenz und Kostenkontrolle: Werbeausgaben in sozialen Netzwerken und Online-Medien im 3. Quartal 2024“ gerichtet.

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

Eingangs wird angemerkt, dass es durch die Novelle des Bundesministeriengesetzes 1986, BGBl. I Nr. 10/2025 zum Teil zu erheblichen Veränderungen in der Zusammensetzung der Bundesministerien kam. Die Beantwortung erfolgt im Rahmen der Möglichkeiten und unter Heranziehung aller vorhandenen Daten und Akten, wobei ausdrücklich darauf hingewiesen wird, dass es durch mögliche Doppelaufzeichnungen oder ähnliche Umstände zu Unschärfen kommen kann.

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass die seitens des Bundesministeriums für Kunst, Kultur, öffentlichen Dienst und Sport (BMKÖS) initiierten Informationstätigkeiten dazu dienen, relevante Themen und Maßnahmen aus dem Ressortbereich den Bürger:innen näher zu bringen.

**Zu Frage 1:**

- Welche Social-Media-Accounts und -Seiten wurden im 3. Quartal 2024 von Ihrem Ressort betrieben? (Bitte um Auflistung jeweils nach Plattform und Namen der Seite)

Plattform Facebook
BMKÖS <a href="https://facebook.com/bmkoes.gv.at">https://facebook.com/bmkoes.gv.at</a>
Bundessportmagazin <a href="https://facebook.com/Bundessportmagazin">https://facebook.com/Bundessportmagazin</a>
Tag des Sports <a href="https://facebook.com/tagdessports.at">https://facebook.com/tagdessports.at</a>
Bundesdenkmalamt <a href="https://facebook.com/bundesdenkmalamt.osterreich">https://facebook.com/bundesdenkmalamt.osterreich</a>
Tag des Denkmals <a href="https://facebook.com/TagDesDenkmalsInOsterreich">https://facebook.com/TagDesDenkmalsInOsterreich</a>
Creative Europe Desk Austria <a href="https://www.facebook.com/creativeeurope.at">https://www.facebook.com/creativeeurope.at</a> <a href="https://www.facebook.com/cedmedia.at">https://www.facebook.com/cedmedia.at</a>
Informationsplattform Artist-in-Residenz-Programme <a href="http://www.away.co.at">www.away.co.at</a> <a href="https://facebook.com/artistsaway/">https://facebook.com/artistsaway/</a>
Wiener Hofmusikkapelle <a href="https://facebook.com/wiener.hofmusikkapelle">https://facebook.com/wiener.hofmusikkapelle</a>
Plattform Instagram
Sportministerium <a href="https://instagram.com/sportministerium">https://instagram.com/sportministerium</a>
Kunstkulturministerium <a href="https://instagram.com/kunstkulturministerium">https://instagram.com/kunstkulturministerium</a>
Bundessportmagazin <a href="https://instagram.com/bundessportmagazin">https://instagram.com/bundessportmagazin</a>
Tag des Sports <a href="https://instagram.com/tag_des_sports">https://instagram.com/tag_des_sports</a>
Bundesdenkmalamt <a href="https://instagram.com/bundesdenkmalamt.gv.at">https://instagram.com/bundesdenkmalamt.gv.at</a>
Tag des Denkmals <a href="https://www.instagram.com/tagdesdenkmals.at">https://www.instagram.com/tagdesdenkmals.at</a>

Informationsplattform Artist-in-Residenz-Programme <a href="http://www.away.co.at">www.away.co.at</a> <a href="https://instagram.com/artistsaway/">https://instagram.com/artistsaway/</a>
Wiener Hofmusikkapelle <a href="https://www.instagram.com/wiener.hofmusikkapelle/p/DDcTlxiM3oi/">https://www.instagram.com/wiener.hofmusikkapelle/p/DDcTlxiM3oi/</a>
<b>Plattform Flickr</b>
BMKÖS <a href="https://flickr.com/photos/bmkoes">https://flickr.com/photos/bmkoes</a>
Fotoservice des Bundesdenkmalamtes <a href="https://www.flickr.com/photos/192385065@N05/albums">https://www.flickr.com/photos/192385065@N05/albums</a>
<b>Plattform Vimeo</b>
BMKÖS <a href="https://vimeo.com/bmkoes">https://vimeo.com/bmkoes</a>
Informationsplattform Artist-in-Residenz-Programme <a href="http://www.away.co.at">www.away.co.at</a> <a href="https://vimeo.com/artistsaway">https://vimeo.com/artistsaway</a>
<b>Plattform YouTube</b>
BMKÖS <a href="https://youtube.com/channel/UC8EpNitNNgqiH3wzpg1rv_Q">https://youtube.com/channel/UC8EpNitNNgqiH3wzpg1rv_Q</a>
Bundesdenkmalamt <a href="https://youtube.com/channel/UCfqAr3ltrDq8Ee_q-Ml5bbg">https://youtube.com/channel/UCfqAr3ltrDq8Ee_q-Ml5bbg</a>
Jobbörse Republik Österreich <a href="https://youtube.com/channel/UChO3Qx5yOrhs1ba2ymyMQlQ">https://youtube.com/channel/UChO3Qx5yOrhs1ba2ymyMQlQ</a>
Für das kostenfreie Hosten von Videos, welche auf der Website <a href="http://www.jobboerse.gv.at">www.jobboerse.gv.at</a> und <a href="http://lehre.jobboerse.gv.at">lehre.jobboerse.gv.at</a> angezeigt werden, wird ein YouTube-Kanal verwendet.
<b>Plattform LinkedIn</b>
BMKÖS <a href="https://linkedin.com/company/bmkoes">https://linkedin.com/company/bmkoes</a>
Jobbörse Republik Österreich <a href="https://linkedin.com/company/jobboerse">https://linkedin.com/company/jobboerse</a> <a href="https://www.linkedin.com/company/eu-job-information">https://www.linkedin.com/company/eu-job-information</a>
<b>Plattform Spotify</b>
Podcast „Verwaltung im Wandel. Zukunft gestalten“

Die digitalen Auftritte des Bundessportsmagazins wurden im Laufe des dritten und vierten Quartals 2024 eingestellt und zeigten keine neuen Inhalte mehr.

**Zu Frage 2:**

- *Welche Mitarbeiter Ihres Ministeriums waren im 3. Quartal 2024 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 wurden von den gemäß der Geschäftseinteilung des Bundesministeriums für Kunst, Kultur, öffentlichen Dienst und Sport (BMKÖS) für Öffentlichkeitsarbeit vorgesehenen Mitarbeiter:innen betreut.

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

**Zu Frage 3:**

- *Wie hoch waren die Gesamtkosten Ihres Ministeriums für Werbung in Sozialen Netzwerken sowie Online-Medien im 3. Quartal 2024?*
  - Wie hoch waren die aufgewendeten Kosten Ihres Ministeriums je Social-Media-Plattform? (Bitte um detaillierte Auflistung nach Plattform und aufgewendetem Budget)*

Im Abfragezeitraum fielen folgende Kosten an:

Plattform	Kosten in € inkl. USt
Online-Medien	225.476,79
Soziale Medien ( <i>siehe Tabelle</i> )	8.279,69
<b>Gesamtsumme</b>	<b>233.756,48</b>

Zum Social Media Auftritt im Rahmen des „Tag des Denkmals“ ist festzuhalten, dass dieser Teil der Ausschreibung ist; eine Kostenabgrenzung ist nicht möglich, da es sich um einen Pauschalpreis handelt.

Die Kosten für die Informationsplattform AWAY ([www.away.co.at](http://www.away.co.at)) für Artist-in-Residence-Programme werden pauschal abgerechnet, eine gesonderte Kostenaufstellung für die Kanäle ist daher nicht möglich.

Der Webservice des Bundessportsmagazins sowie die beiden Domains bundessportmagazin.com und bundessportmagazin.at wurden im September 2024 eingestellt. Für das Hosting fielen im dritten Quartal 2024 insgesamt Kosten von € 50,60 an.

**Zu den Fragen 4, 7, 10, 11, 13 und 16:**

- *Wie hoch waren die Gesamtkosten der genannten Social-Media-Seiten für Sponsoring und Postings im 3. Quartal 2024? (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 2024 gesponsert? (Bitte um detaillierte Auflistung aller gesponserten Beiträge, jeweilige Kosten des Sponsorings, Veröffentlichungsdatum des Beitrags, Kurzbeschreibung des Beitrags und jeweiliger Seite)*
- *Wurden im 3. Quartal 2024 bei der Bewerbung der Social-Media-Beiträge Zielgruppendefinitionen vorgenommen?*
- *Wurden im 3. Quartal 2024 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 3. Quartal 2024 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)*

- *Wurden im 3. Quartal 2024 bei der Bewerbung der Seiten und dortigen Beiträgen 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)?*

Ich darf zu diesen Fragen auf die folgende Tabelle verweisen:

Werbe- zeitraum	Account/Plattform	Beitrag/Posting bzw. Werbeinserat	Kurzbeschreibung	Reichweite (Impressionen)	Begründung/Zielgruppen: Region, Alter, Geschlecht	Kosten in € brutto
01.07.- 04.07.2024	Facebook BMKÖS/ Instagram Kunstkulturministerium	Beitrag	Ausschreibung „Projektwettbewerb Kunstbiennale Venedig 2026“	53.199	AUT, 18+, alle Geschlechter	119,94
03.07.- 18.08.2024	Facebook BMKÖS/ Instagram Kunstkulturministerium	Werbeinserat	Bundesmuseen Card neu	1.085.987	AUT, 18+, alle Geschlechter	3.600,00
05.07.+10.- 12.07.2024	Facebook BMKÖS/ Instagram Kunstkulturministerium	Beitrag	Ausschreibung „Förderprogramm Künstliche Intelligenz für Kunst- und Kulturbetriebe“	42.556	AUT, 18+, alle Geschlechter	119,75
12.07.- 17.07.2024	Facebook BMKÖS/ Instagram Kunstkulturministerium	Beitrag	Ausschreibung „Kunstbuchverlagsförderung“	48.457	AUT, 18+, alle Geschlechter	120,00
17.07.- 22.07.2024	Facebook BMKÖS/ Instagram Kunstkulturministerium	Beitrag	Ausschreibung „EU- Kulturerbestätten-Siegel“	60.418	AUT, 18+, alle Geschlechter	120,00
22.07.- 27.07.2024	Facebook BMKÖS/ Instagram Kunstkulturministerium	Beitrag	Ausschreibung „Projektstipendien Künstliche Intelligenz in der Kunst“	61.367	AUT, 18+, alle Geschlechter	120,00
27.07.- 01.08.2024	Facebook BMKÖS/ Instagram Kunstkulturministerium	Beitrag	Ausschreibung „Auslandsateliers Bildende Kunst, Fotografie und Medienkunst“	67.711	AUT, 18+, alle Geschlechter	120,00
01.08.- 06.08.2024	Facebook BMKÖS/ Instagram Kunstkulturministerium	Beitrag	Ausschreibung „Stipendien Forschung im Bereich Vor- und Nachlässe –	49.141	AUT, 18+, alle Geschlechter	120,00

Werbe- zeitraum	Account/Plattform	Beitrag/Posting bzw. Werbeinserat	Kurzbeschreibung	Reichweite (Impressionen)	Begründung/Zielgruppen: Region, Alter, Geschlecht	Kosten in € brutto
			Künstlerische Produktion in Österreich“			
06.08.- 11.08.2024	Facebook BMKÖS/ Instagram Kunstkulturministerium	Beitrag	Ausschreibung „Staatsstipendien 2025: Bildende Kunst, Fotografie und Medienkunst“	40.231	AUT, 18+, alle Geschlechter	120,00
06.09.- 20.09.2024	Facebook BMKÖS/ Instagram Sportministerium	Werbeinserat	Tag des Sports 2024	2.075.875	AUT, 18+, alle Geschlechter, OÖ, NÖ, W, Bgld, Stmk	3.360,00
11.09.- 16.09.2024	Facebook BMKÖS/ Instagram Kunstkulturministerium	Beitrag	Ausschreibung „Kinder- und Jugendbuchpreis 2025“	46.738	AUT, 18+, alle Geschlechter	120,00
16.09.- 21.09.2024	Facebook BMKÖS/ Instagram Kunstkulturministerium	Beitrag	Ausschreibung „Mentoringprogramm für Musikerinnen“	20.666	AUT, 18+, alle Geschlechter	120,00
<b>Gesamtkosten</b>						<b>8.159,69</b>
Summe						
Facebook/Instagram						8.159,69
Summe LinkedIn						0,00



**Zu Frage 5:**

- *Wie hoch waren die Kosten, die ausschließlich aus der Bewerbung der jeweiligen Social-Media-Seiten im 3. Quartal 2024 entstanden sind? (Bitte um detaillierte Auflistung nach Plattform, jeweiliger Seite, verwendetem Budget sowie Zeitpunkt der Bewerbung)?*

Seitens des BMKÖS wurden ausschließlich informative Postings geschaltet und keine Accounts bzw. Seiten beworben.

**Zu Frage 6:**

- *Mit wie vielen verschiedenen Rechnungskosten wurde im 4. Quartal 2024 seitens Ihres Ministeriums je Social-Media-Seite gearbeitet? (Bitte um detaillierte Darstellung der etwaigen verschiedenen Rechnungskosten und Auflistung nach jeweils verwendetem Budget pro Seite)*
  - a. *Mit wie vielen verschiedenen Rechnungskosten wird seitens Ihres Ministeriums je Social-Media-Seite zum Stichtag der Anfragebeantwortung gearbeitet? (Bitte um Darstellung der etwaigen verschiedenen Rechnungskosten und Auflistung nach jeweils verwendetem Budget pro Seite)?*

Es wird davon ausgegangen, dass in der Fragestellung Rechnungskonten statt Rechnungskosten gemeint sind. Hierbei ist anzumerken, dass die Verrechnung im Bereich der für Öffentlichkeitsarbeit zuständigen Abteilung über ein Rechnungskonto erfolgte.

**Zu den Fragen 8 und 9:**

- *Welcher Beitrag wurde im 3. Quartal 2024 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 angewandtem detaillierten Targeting)*
- *Wurden bei der Bewerbung der Seiten Zielgruppendefinitionen vorgenommen?*

Der höchste Betrag verursachte das Facebook-Inserat, mit dem die neu eingeführte Bundesmuseen Card beworben wurde:

Account/Plattform	Posting	Zielgruppe (Region, Alter, Geschlecht)	Kosten in € inkl. USt.
Facebook BMKÖS/ Instagram Kunstkulturministerium	Bundesmuseen Card neu	AUT, 18+, alle Geschlechter	3.600,00

**Zu Frage 12:**

- *Wurden im 3. Quartal 2024 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 14 und 15:**

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

Es wurde kein detailliertes Targeting auf Instagram und YouTube vorgenommen.

**Zu den Fragen 17 bis 19:**

- *Wurden im 3. Quartal 2024 bei der Bewerbung, der Seiten und dortigen Beiträgen 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 Frage 17 für Youtube zu beantworten?*
- *Wie ist 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 2024 für die Nutzung von Google Ads? (Bitte um detaillierte Auflistung der einzelnen Schaltungen, Zeitraum, Beschreibung und Kosten)?*

Es erfolgte keine Nutzung von Google-Ads durch das BMKÖS.

Andreas Babler, MSc

