

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

Herrn
Präsidenten des Nationalrates
Dr. Walter Rosenkranz
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2025-0.257.938

Die schriftliche parlamentarische Anfrage Nr. 919/J-NR/2025 betreffend Transparenz und Kostenkontrolle: Werbeausgaben in sozialen Netzwerken und Online-Medien im 4. Quartal 2024, die die Abgeordneten zum Nationalrat Michael Schnedlitz, Kolleginnen und Kollegen am 27. März 2025 an mich richteten, darf ich anhand der mir vorliegenden Informationen wie folgt beantworten:

Eingangs wird darauf hingewiesen, dass es aufgrund der Bundesministeriengesetz-Novelle 2025 zum Teil zu erheblichen Veränderungen in der Zusammensetzung der Bundesministerien kam. Nach den Bestimmungen des Bundesministeriengesetzes in der nunmehr geltenden Fassung, BGBl. I Nr. 10/2025, bin ich zur Beantwortung dieser parlamentarischen Anfrage für den Bereich Bildung zuständig. 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.

Weiters ist festzuhalten, dass die initiierten Informationstätigkeiten dazu dienen, fachlich relevante Themen, Maßnahmen und Inhalte aus dem Ressortbereich den Bürgerinnen und Bürgern sichtbar zu machen. Social Media Plattformen und Netzwerke im Internet haben insbesondere unter jüngeren Menschen eine hohe Reichweite und ermöglichen einen schnellen und unkomplizierten Austausch von Informationen und Erfahrungen mit den Bürgerinnen und Bürgern.

Zu Frage 1:

- *Welche Social-Media-Seiten wurden im 4. Quartal 2024 von Ihrem Ressort betrieben?
(Bitte um Auflistung jeweils nach Plattform und Namen der Seite)*

Hinsichtlich der vom Bundesministerium vom 1. Oktober 2024 bis zum 31. Dezember 2024 betriebenen Social Media Profile bzw. sonstigen digitalen Kommunikationskanälen via Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter und Youtube wird auf nachstehende Aufstellung verwiesen.

Social Media Profil / Kommunikationskanal	Profil
Facebook Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung, https://www.facebook.com/bmbwf.gv.at	Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung
Facebook, Twitter, Youtube, Instagram BeSt - Beruf Studium Weiterbildung, https://www.facebook.com/bestinfo.at https://www.youtube.com/user/BeStinfoMesse https://twitter.com/bestinfo_at https://www.instagram.com/bestmesse/	Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung zur Bildungsmesse Beruf Studium Weiterbildung
Instagram Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung, https://www.instagram.com/bmbwf.gv.at	Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung
LinkedIn Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung, https://at.linkedin.com/company/bmbwf https://www.linkedin.com/company/bmbwf/	Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung
Youtube Kanal des Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft und Forschung, https://www.youtube.com/@bmbwf	Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung
Facebook Handelsakademien und Handelsschulen, https://www.facebook.com/hak.has.cc	Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung zu Handelsakademien und Handelsschulen
Twitter No Hate Speech, https://twitter.com/NoHateSpeechAT	Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung zu No HATE Speech
Twitter Aktionstage Politische Bildung, https://twitter.com/Aktionstage_PB	Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung zu Aktionstage Politische 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.

Zu Frage 2:

- *Welche Mitarbeiter Ihres Ministeriums waren im 4. 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 Betreuung der Social Media Accounts erfolgt durch die nach der Geschäftseinteilung jeweils zuständigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, wobei angemerkt wird, dass im angefragten 4. Quartal 2024 bei der Social Media Betreuung von z.B. Facebook, Instagram,

LinkedIn keine Differenzierung hinsichtlich der Bereiche Bildung, Wissenschaft und Forschung erfolgte. Fallweise erfolgte auch eine Betreuung durch externe Auftragnehmerinnen und Auftragnehmer, so etwa hinsichtlich der Social Media Kanäle Facebook und Instagram, BeSt - Beruf Studium Weiterbildung, LinkedIn und Youtube Kanal des Bundesministeriums.

Zu Frage 3:

- *Wie hoch waren die Gesamtkosten Ihres Ministeriums für Werbung in Sozialen Netzwerken sowie Online-Medien im 4. Quartal 2024?*
- a. Wie hoch waren die aufgewendeten Kosten Ihres Ministeriums je Social-Media-Plattform? (Bitte um detaillierte Auflistung nach Plattform und aufgewendetem Budget)*

Für Online-Schaltungen in den vorstehend genannten Social Media Profilen bzw. sonstigen digitalen Kommunikationskanälen wird auf nachstehende Aufstellung hingewiesen.

Medium	Sujet	Zeitraum der Schaltung	Betrag inkl. Abgaben und Steuern in EUR
Beitragswerbung @Facebook bmbwf.gv.at	Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung: Veranstaltungen, Themen,, Infos zu den Ressortthemen Bildung, Wissenschaft und Forschung	01.10.2024-31.12.2024	2.144,42
Beitragswerbung @Instagram bmbwf.gv.at	Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung: Veranstaltungen, Themen, Infos zu den Ressortthemen Bildung, Wissenschaft und Forschung	01.10.2024-31.10.2024	1.595,05

Hinsichtlich der im Zeitraum vom 1. Oktober 2024 bis zum 31. Dezember 2024 getätigten sonstigen Inseratenschaltungen online bzw. digital/audiovisuell in Medien wird auf die Beantwortung der Parlamentarischen Anfrage Nr. 820/J-NR/2025 vom 27. März 2025 verwiesen.

Zu den Fragen 4 und 5 sowie 7 bis 19:

- *Wie hoch waren die Gesamtkosten der genannten Social-Media-Seiten für Sponsoring und Postings im 4. Quartal 2024? (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 4. Quartal 2024 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 4. Quartal 2024 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 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 angewandten detaillierten Targeting)*
- *Wurden bei der Bewerbung der Seiten Zielgruppendefinitionen vorgenommen?*
- *Wurden im 4. Quartal 2024 bei der Bewerbung der Social-Media-Beiträge Zielgruppendefinitionen vorgenommen?*
- *Wurden im 4. 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 4. 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?*
- *Wurden im 4. 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)*
- *Wie ist die Frage 13a. für Instagram zu beantworten?*
- *Wie ist die Frage 13a. für YouTube zu beantworten?*
- *Wurden im 4. 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)*
- *Wurden im 4. 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 die Frage 17 für YouTube zu beantworten?*
- *Wie ist die Frage 17 für Instagram zu beantworten?*

Die diesbezüglichen Informationen sind der nachfolgenden Aufstellung zu entnehmen.

Bewerbung	Betrag inkl. Abgaben und Steuern in EUR	Page Like	Zielgruppe	Custom Audience	Kriterien	Sujet / Video	Klickkosten in EUR
Beitragswerbung @Facebook bmbwf.gv.at	2.144,42	Nein	Bildungs-, Wissenschafts- und Forschungs-interessierte	Ja, Personen die mit der Seite interagiert haben	Österreich, Personen mit diesen Interessen: Berufsbildung, Lehrkräfteausbildung, Schule, Hochschule, Beruf, Karriere, Familie, Eltern, Forschung, Wissenschaft, Studium, Universität, Beruf	Bild und Video	0,11
Beitragswerbung @Instagram bmbwf.gv.at	1.595,05	Nein	Bildungs-, Wissenschafts- und Forschungs-interessierte	Ja, Personen die mit der Seite interagiert haben	Österreich, Personen mit diesen Interessen: Berufsbildung, Lehrkräfteausbildung, Schule, Hochschule, Beruf, Karriere, Familie, Eltern, Forschung, Wissenschaft, Studium, Universität, Beruf	Bild und Video	0,11

Es wurden weder Standorte zur Einschränkung der zu erreichenden Personen ausgewählt, noch sogenannte „Verbindungen“ verwendet, um Personenkreise ein- bzw. auszuschließen.

Weiters wird hinsichtlich der Schaltungen bemerkt, dass die Nutzerinnen und Nutzer entweder auf die Website des Bundesministeriums (<https://www.bmbwf.gv.at/>) geleitet wurden oder auf die jeweils zum kommunizierten Thema spezifischen Websites. Für die Anwendung von „Custom Audience“ werden Personen ausgewählt, die mit der Website in Form von Likes oder Kommentaren oder durch das „Teilen“ von Beiträgen interagiert haben.

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 detaillierte Darstellung der etwaigen verschiedenen Rechnungskosten 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 2024 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 4. Quartal 2024 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, 27. Mai 2025

Christoph Wiederkehr, MA

