

Dr. Wolfgang Hattmannsdorfer  
Bundesminister

Stubenring 1, 1010 Wien

Herrn  
Präsidenten des Nationalrates  
Dr. Walter Rosenkranz  
Parlament  
1017 Wien

Geschäftszahl: 2025-0.253.066

Ihr Zeichen: BKA - PDion (PDion)943/J-NR/2025

Wien, am 27. Mai 2025

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Michael Schnedlitz und weitere haben am 27.03.2025 unter der **Nr. 943/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 ist festzuhalten, dass es sich bei den genannten Beträgen im Zusammenhang mit Öffentlichkeitsarbeit in allen Fällen um keine Kosten für Werbung, sondern für Informationsarbeit handelt, wie sie in Teil 1, Z. 10 der Anlage zu § 2 Bundesministeriengesetz 1986 als Teil des Wirkungsbereichs der Bundesministerien genannt ist.

#### **Zu den Fragen 1 und 2**

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

Dazu ist für die Bereiche Wirtschaft und Tourismus des seinerzeitigen Bundesministeriums für Arbeit und Wirtschaft (BMAW) auf die unverändert gültigen Ausführungen in der Beantwortung der parlamentarischen Anfrage Nr. 19190/J der XXVII. Gesetzgebungsperiode durch den seinerzeitigen Herrn Bundesminister für Arbeit und Wirtschaft und für den Bereich Energie des seinerzeitigen Bundesministeriums für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie (BMK) auf die unverändert gültigen Ausführungen in der Beantwortung der parlamentarischen Anfrage Nr. 19192/J der XXVII. Gesetzgebungsperiode durch die seinerzeitige Frau Bundesministerin für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie zu verweisen.

### **Zu den Fragen 3 bis 5, 7, 8 und 20**

- *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)*
- *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)*
- *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)*
- *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)*
- *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 angewandten detaillierten Targeting)*
- *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)*

Vor dem Hintergrund der mit 1. Jänner 2024 in Kraft getretenen Novelle zum Medientransparenzgesetz (MedKF-TG), BGBl. I Nr. 50/2023, ist dazu auf die entsprechenden Veröffentlichungen in der Medientransparenz-Datenbank der RTR GmbH zu verweisen, wel-

che auf Grund des Wegfalls der Bagatellgrenze sowie der Ausweitung auf nicht-periodische Medien sämtliche Ausgaben für entgeltliche Werbeleistungen lückenlos erfassen.

Für Beratungsleistungen zur Betreuung der Social-Media-Accounts (u.a. Facebook, LinkedIn) des seinerzeitigen BMAW durch die Digitalberatung GmbH sind im 3. Quartal 2024 Kosten in Höhe von € 3.531,92 inkl. USt. entstanden.

#### **Zu den Fragen 6 und 9 bis 19**

- *Mit wie vielen verschiedenen Rechnungskosten wurde im 3. 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)*
  - *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)*
- *Wurden bei der Bewerbung der Seiten Zielgruppendefinitionen vorgenommen?*
- *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?*
  - *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 Erstellung der Zielgruppen Custom Audiences verwendet?*
  - *Wenn ja, welche Option wurde für die Custom Audience gewählt?*
  - *Was war die Quelle für die jeweilige Option, die dafür verwendet wurde?*
  - *Welche Datenquelle wurde für die jeweilige Option verwendet?*
- *Wurden im 3. Quartal 2024 bei der Bewerbung der Social-Media-Seiten sowie der dortigen Beiträge bzw. Schaltungen oder Uploads, detailliertes Targeting vorgenommen?*
  - *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, Veröffentlichungsda-*

*tum, 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 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)*
- *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 die Frage 17 für YouTube zu beantworten?*
- *Wie ist die Frage 17 für Instagram zu beantworten?*

Dazu ist für die Bereiche Wirtschaft und Tourismus des seinerzeitigen Bundesministeriums für Arbeit und Wirtschaft (BMAW) auf die unverändert gültigen Ausführungen in der Beantwortung der parlamentarischen Anfrage Nr. 13343/J der XXVII. Gesetzgebungsperiode durch den seinerzeitigen Herrn Bundesminister für Arbeit und Wirtschaft zu verweisen.

Für den Bereich Energie des seinerzeitigen Bundesministeriums für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie ist dazu auszuführen, dass je nach Inhalt von Postings für "klimaaktiv" unterschiedliche Zielgruppen angesprochen wurden, die nach vermutetem Interesse zum Thema des Contents (Klimaschutz, Nachhaltigkeit, nachhaltiger Lebensstil, Umweltschutz, Ökologie, Erneuerbare Energieträger, Radfahren, Photovoltaik etc.) ausgewählt wurden. Custom Audiences, Targeting, Standortauswahl und Verbindungen kamen nicht zur Anwendung.

Dr. Wolfgang Hattmannsdorfer

Elektronisch gefertigt



