

**827/AB**  
**vom 27.05.2025 zu 924/J (XXVIII. GP)**

bmimi.gv.at

■ Bundesministerium  
 Innovation, Mobilität  
 und Infrastruktur

Peter Hanke  
 Bundesminister

An den  
 Präsidenten des Nationalrates  
 Dr. Walter Rosenkranz  
 Parlament  
 1017 W i e n

ministerbuero@bmimi.gv.at  
 +43 1 711 62-658000  
 Radetzkystraße 2, 1030 Wien  
 Österreich

Geschäftszahl: 2025-0.241.178

27. Mai 2025

Sehr geehrter Herr Präsident!

Die Abgeordneten zum Nationalrat Schnedlitz und weitere Abgeordnete haben am 27. März 2025 unter der **Nr. 924/J** eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend Transparenz und Kostenkontrolle: Werbeausgaben in sozialen Netzwerken und Online-Medien im 4. Quartal 2024 an mich gerichtet.

Diese Anfrage beantworte ich wie folgt:

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)*

Das Ressort meiner Amtsvorgängerin betrieb im 4. Quartal 2024 zur besseren Sichtbarmachung seiner fachlichen Inhalte die BMK-Infothek, auf der in verkürzter Form journalistische Zusammenfassungen über die Arbeit des Ministeriums erschienen sind. Angehängt daran waren entsprechende Social Media-Kanäle, um diesen Content einer breiten Öffentlichkeit zur Verfügung zu stellen. Nachfolgend werden die Links zu den Online-Auftritten des ehemaligen Klimaschutzministeriums auf verschiedenen Social Media-Plattformen angeführt. Aufgrund der Änderung des Bundesministeriengesetzes fallen zahlreiche Themen nicht mehr in meine Zuständigkeit und werden von meinem Ministerium nicht mehr betreut. Diese Links sind daher nicht mehr gültig.

<https://facebook.com/BMKlimaschutz>  
<https://www.instagram.com/klimaschutzministerium>  
<https://twitter.com/BMKlimaschutz>  
<https://www.linkedin.com/company/klimaschutzministerium/>  
<https://www.youtube.com/user/klimaschutzministerium>  
<https://www.tiktok.com/@klimaschutzministerium>

<https://bsky.app/profile/bmk.gv.at>

Zusätzlich wurden noch folgende Kanäle/Seiten/Gruppen im abgefragten Zeitraum (mit-) betrieben:

**Facebook:**

<https://www.facebook.com/patentamt.at>

<https://facebook.com/klimaaktiv>

<https://facebook.com/oesterreichradelt>

<https://www.facebook.com/mobilitaetswoche.oesterreich>

<https://www.facebook.com/oesterreich.zu.fuss>

**X (ehemals Twitter):**

<https://x.com/patentamtAT>

<https://twitter.com/klimaaktiv>

**Instagram:**

<https://www.instagram.com/patentamt.at/>

<https://instagram.com/klimaaktiv>

[https://instagram.com/oesterreich\\_radelt](https://instagram.com/oesterreich_radelt)

<https://www.instagram.com/mobilitaetswoche/>

**Video-Plattformen:**

<https://vimeo.com/patentamt>

<https://youtube.com/klimaaktiv>

**LinkedIn:**

<https://www.linkedin.com/company/%C3%B6sterreichisches-patentamt/>

<https://linkedin.com/company/klimaaktiv>

**TikTok:**

<https://tiktok.com/@klimaaktiv.at>

**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 Social Media-Accounts und -Seiten werden von den laut Geschäftseinteilung dafür vorgesehenen Abteilungen betreut. Insbesondere sind für die Betreuung der Social Media-Accounts Mitarbeiter:innen aus folgenden Abteilungen bzw. Sektionen zuständig: Abteilung Präsidium 11 – Öffentlichkeitsarbeit und Sektion II.

Die Social Media-Accounts und -Seiten des Patentamts werden von den laut Geschäftseinteilung des Österreichischen Patentamts (ÖPA) dafür vorgesehenen Abteilungen betreut.

Zu den Fragen 3 bis 5:

- 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 aufgewandtem Budget)
- 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)

Seit in Kraft treten der Novelle zum Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz (MedKF-TG) umfassen die veröffentlichten Angaben nun auch Ausgaben für Inserate auf Social Media-Plattformen. Daher erlaube ich mir, auf die veröffentlichten Daten gemäß MedKF-TG zu verweisen.

Es wird darauf hingewiesen, dass im Rahmen der Beantwortung des Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetzes die Angaben zu den Schaltungen auf Basis des Zeitpunkts der Veröffentlichung und nicht zum Zeitpunkt der Verrechnung erfolgt sind und die Beträge exkl. USt. angeführt wurden.

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)

Die Abteilung Präsidium 11 – Öffentlichkeitsarbeit verfügt über ein Werbekonto in der Meta Business Suite.

Für das Österreichische Patentamt existiert ein Werbe- und Rechnungskonto bei Facebook für die Plattformen Facebook und Instagram und ein Anzeigenkonto bei LinkedIn.

Rechnungskonto	Budget 4. Quartal 2024
Werde- und Rechnungskonto META	€ 2.520,31
Anzeigenkonto LinkedIn	€ 1.601,96

Zu den Fragen 7 bis 19:

- 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?
  - 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?

Account/ Plattform	Postings/ Kampagne	Zielgruppe/Targeting	Start der Bewerbung und Bewerbungszeitraum	Kosten in € (inkl. USt.)
Meta Platforms,	Klimaticket Social	Personen in Österreich (18-65 Jährige)	01.10.-31.12.2024	21.990,65

Inc.	Kampagne			
TikTok	Klimaticket Social Kampagne	Personen in Österreich (18-65 Jährige)	01.10.-31.12.2024	5.486,02
Meta Platforms, Inc.	Social Media Kampagne „Lebensmittelverschwendungen“	Personen in Österreich (20-30 Jährige) Zielgruppe: erste eigene Wohnung/WG	23.09.-18.10.2024	9.000,00
TikTok	Social Media Kampagne „Lebensmittelverschwendungen“	Personen in Österreich (20-30 Jährige) Zielgruppe: erste eigene Wohnung/WG	23.09.-18.10.2024	8.021,30
Meta Platforms, Inc.	Informationskampagne Kesseltausch 2. Welle	Personen in Österreich (30-65 Jährige) Zielgruppe: Hausbesitzer, einkommensschwache Haushalte, mehrgeschoßiger Wohnbau	14.10.-17.11.2024	7.000,00
YouTube	Informationskampagne Kesseltausch 2. Welle (1 x 15 sek.)	Personen in Österreich (30-65 Jährige) Zielgruppe: Hausbesitzer, einkommensschwache Haushalte, mehrgeschoßiger Wohnbau	14.10.-17.11.2024	5.000,00
YouTube	Informationskampagne Kesseltausch 2. Welle (1 x 6 sek.)	Personen in Österreich (30-65 Jährige) Zielgruppe: Hausbesitzer, einkommensschwache Haushalte, mehrgeschoßiger Wohnbau	14.10.-17.11.2024	4.000,00
Meta Platforms, Inc.	Verkehrskampagne E-Mobilität	Personen in Österreich Zielgruppe: Privatpersonen und Familien, Firmenwagen Nutzer:innen, zukünftige Nutzer:innen	14.10.-24.11.2024	16.000,00
TikTok	Verkehrskampagne E-Mobilität	Personen in Österreich Zielgruppe: Privatpersonen und Familien, Firmenwagen Nutzer:innen, zukünftige Nutzer:innen	14.10.-24.11.2024	12.000,00
YouTube	Verkehrskampagne E-Mobilität	Personen in Österreich Zielgruppe: Privatpersonen und Familien, Firmenwagen Nutzer:innen, zukünftige Nutzer:innen	14.10.-24.11.2024	18.000,00
Display	Employer Branding Kampagne	Personen in Österreich Zielgruppe: Pflichtschulabschluss, Matura, akademischer Abschluss, tendenziell Bewerber:innen unter 40 Jahren	23.10.-15.12.2024	14.000,00
Meta Platforms, Inc.	Employer Branding Kampagne	Personen in Österreich Zielgruppe: Pflichtschulabschluss, Matura, akademischer Abschluss, tendenziell Bewerber:innen unter 40 Jahren	23.10.-15.12.2024	10.500,00
TikTok	Employer Branding Kampagne	Personen in Österreich Zielgruppe: Pflichtschulabschluss, Matura, akademischer Abschluss, tendenziell Bewerber:innen unter 40 Jahren	23.10.-15.12.2024	4.800,00
YouTube	Employer Branding Kampagne (1 x 30 sek.)	Personen in Österreich Zielgruppe: Pflichtschulabschluss, Matura, akademischer Abschluss, tendenziell Bewerber:innen unter 40 Jahren	23.10.-15.12.2024	7.000,00

YouTube	Employer Branding Kampagne (3 x 15 sek.)	Personen in Österreich Zielgruppe: Pflichtschulabschluss, Matura, akademischer Abschluss, tendenziell Bewerber:innen unter 40 Jahren	23.10.-15.12.2024	7.500,00
Meta Platforms, Inc.	Klimaticket Preis-indexierung Social Kampagne	Personen in Österreich (18-65 Jährige)	02.12.-15.12.2024	4.999,20

• ÖPA

Account/ Plattform	Posting	Zielgruppe/Targeting	Start der Bewer- bung und Bewer- bungszeitraum	Kosten in € (inkl. USt.)
LinkedIn	Staatspreis Ma-tilda neu	Personen in Österreich	01.11.-11.10.2024	300,00
LinkedIn	Seminar Work- shop Okt.	Personen in Österreich Interessen: Engineering, Technologie, Marketing, Werbung, Vertrieb, Einzelhandel, Business, Management, Gesellschaft, Kultur, Kunst, Unterhaltung Karrierestufen: Geschäftsführung, Berufseinsteiger:in, Berufserfahren, Manager:in, Unternehmenshaber:in, Partner:in Unternehmensgröße: Ein-Personen-Unternehmen, 2–10 Beschäftigte, 11–50 Beschäftigte, 51–200 Beschäftigte	04.10.-11.10.2024	180,00
LinkedIn	Masters of IP Nov.	Personen in Österreich Interessen: Engineering, Technologie, Marketing, Werbung, Vertrieb, Einzelhandel, Business, Management, Gesellschaft, Kultur, Kunst, Unterhaltung Karrierestufen: Geschäftsführung, Berufseinsteiger:in, Berufserfahren, Manager:in, Unternehmenshaber:in, Partner:in Unternehmensgröße: Ein-Personen-Unternehmen, 2–10 Beschäftigte, 11–50 Beschäftigte, 51–200 Beschäftigte	17.10.-31.10.2024	239,69
LinkedIn	Masters of IP Speaker:innen	Personen in Österreich Interessen: Engineering, Technologie, Marketing, Werbung, Vertrieb, Einzelhandel, Business, Management, Gesellschaft, Kultur, Kunst, Unterhaltung Karrierestufen: Geschäftsführung, Berufseinsteiger:in, Berufserfahren, Manager:in, Unternehmenshaber:in, Partner:in Unternehmensgröße: Ein-Personen-Unternehmen, 2–10 Beschäftigte, 11–50 Beschäftigte, 51–200 Beschäftigte	04.11.-11.11.2024	239,70
LinkedIn	Masters of IP - Meme	Personen in Österreich Interessen: Engineering, Technologie, Marketing, Werbung, Vertrieb, Einzelhandel, Business, Management, Gesellschaft, Kultur, Kunst, Unterhaltung Karrierestufen: Geschäftsführung, Berufseinsteiger:in, Berufserfahren, Manager:in, Unternehmenshaber:in, Partner:in Unternehmensgröße: Ein-Personen-Unternehmen, 2–10 Beschäftigte, 11–50 Beschäftigte, 51–200 Beschäftigte	07.11.-12.11.2024	239,41

LinkedIn	Seminar Urheberrecht Nov.	Personen in Österreich Interessen: Engineering, Technologie, Marketing, Werbung, Vertrieb, Einzelhandel, Business, Management, Gesellschaft, Kultur, Kunst, Unterhaltung Karrierestufen: Geschäftsführung, Berufseinsteiger:in, Berufserfahren, Manager:in, Unternehmenshaber:in, Partner:in Unternehmensgröße: Ein-Personen-Unternehmen, 2–10 Beschäftigte, 11–50 Beschäftigte, 51–200 Beschäftigte	11.11.-17.11.2024	180,00
LinkedIn	Lehrberufe im Patentamt	Personen in Österreich Karrierestufen: Berufseinsteiger:in, Berufserfahren, Praktikum/Lehre	10.12.-23.12.2024	223,16
Meta Platforms, Inc.	Staatspreis	Personen in Österreich (18-65+ Jährige)	20.09.-11.10.2024	120,34
Meta Platforms, Inc.	Seminar Workshop Okt.	Personen in Österreich (18-65+ Jährige)	04.10.-11.10.2024	180,00
Meta Platforms, Inc.	Masters of IP Nov.	Personen in Österreich (18-65+ Jährige)	17.10.-31.10.2024	600,00
Meta Platforms, Inc.	Masters of IP Speaker:innen	Personen in Österreich (18-65+ Jährige)	04.11.-11.11.2024	599,98
Meta Platforms, Inc.	Masters of IP - Meme	Personen in Österreich (18-65+ Jährige)	07.11.-12.11.2024	360,00
Meta Platforms, Inc.	Seminar Urheberrecht Nov.	Personen in Österreich (18-65+ Jährige)	11.11.-17.11.2024	180,00
Meta Platforms, Inc.	Lehrberufe im Patentamt	Personen in Österreich (18-65+ Jährige)	10.12.-23.12.2024	479,99

- „klimaaktiv“ und „Österreich radelt“

Account/Plattform	Posting	Zielgruppe/Targeting	Start der Bewerbung und Bewerbungszeitraum	Kosten in € (inkl. USt.)
Meta Platforms, Inc.	Angebote und Services der Klimaschutzinitiative klimaaktiv/klimaaktiv mobil	Personen in Österreich (18-65+ Jährige)	01.07.-30.09.2024	3.220,98
TikTok	Angebote und Services der Klimaschutzinitiative klimaaktiv/klimaaktiv mobil	Personen in Österreich (18-55+ Jährige)	01.07.-30.09.2024	1.219,30
Meta Platforms, Inc.	Österreich radelt	Personen in Österreich (18-55+ Jährige)	01.07.-30.09.2024	5.665,30

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)

Die Zahlung der Rechnung erfolgte im vierten Quartal, der angeführte Zeitraum bezieht sich somit auf den Leistungszeitraum der Bewerbung.

Beschreibung	Zeitraum	Kosten in € (inkl. USt.)
Energiesparen mit topprodukte.at, Informationsplattform gemeinsam.klimaaktiv.at	Juli – September 2024	776,07

Siehe ebenfalls veröffentlichte Daten gemäß Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz (MedKF-TG).

Mit freundlichen Grüßen

Peter Hanke

