



Mag. Gerhard Karner
Bundesminister

Herrn
Präsidenten des Nationalrates
Dr. Walter Rosenkranz
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2025-0.242.543

Wien, am 26. Mai 2025

Sehr geehrter Herr Präsident!

Der Abgeordnete zum Nationalrat Michael Schnedlitz hat am 27. März 2025 unter der Nr. **916/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Transparenz und Kostenkontrolle: Werbeausgaben in sozialen Netzwerken und Online-Medien im 4. Quartal 2024“ gerichtet.

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

Einleitend halte ich fest, dass die Bundesregierung keine Werbung schaltet, sondern sich mittels Informationskampagnen an die Bevölkerung wendet.

Zur 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 Bundesministerium für Inneres (BMI) betreute im angefragten Zeitraum folgende Social-Media-Kanäle:

Facebook:

- BMI – Bundesministerium für Inneres
- Bundeskriminalamt Österreich

- Gemeinsam.Sicher
 - Im Burgenland
 - In der Steiermark
 - In Kärnten
 - In Niederösterreich
 - In Salzburg
 - In Tirol
 - In Vorarlberg
 - In Wien
 - Mit unserer Polizei
- Mythsaboutmigration
- Polizei
 - LPD Burgenland
 - LPD Kärnten
 - LPD Niederösterreich
 - LPD Oberösterreich
 - LPD Salzburg
 - LPD Steiermark
 - LPD Tirol
 - LPD Vorarlberg
 - LPD Wien
- Voluntary Return

Instagram:

- Bundeskriminalamt_at
- Innenministerium
- polizei.burgenland
- polizei_im_bild
- polizei_ooe
- polizei.vorarlberg
- polizeiwien

LinkedIn:

- Bundesamt zur Korruptionsprävention und Korruptionsbekämpfung
- Bundeskriminalamt Österreich
- Bundesministerium für Inneres (BMI)
- Direktion Staatsschutz und Nachrichtendienst

- Polizei Wien

Threads:

- Innenministerium
- Polizei im Bild
- Polizei OÖ
- Polizei Wien

TikTok:

- diepolizei

X:

- BMI_OE
- LPDBgld
- LPDKt
- LPDnoe
- LPDooe
- LPDVbg
- LPDWien
- Polizei_OE
- PolizeiSalzburg
- PolizeiStmk

YouTube:

- Bundesamt zur Korruptionsprävention und Korruptionsbekämpfung (BAK)
- Innenministerium Österreich bewegt
- Polizei Österreich bewegt

Zur 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 Geschäftseinteilung des Bundesministeriums für Inneres ist unter www.bmi.gv.at abrufbar. Aufgrund datenschutzrechtlicher Bestimmungen muss auf die Aufschlüsselung näherer Details verzichtet werden.

Zur 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 SocialMedia-Plattform? (Bitte um detaillierte Auflistung nach Plattform und aufgewendetem Budget)*

Die Gesamtkosten für Informationen in sozialen Netzwerken sowie Online-Medien im 4. Quartal 2024 betrugen 230.302,82 €.

Medium	Bruttokosten
aau.at	1.440,00 €
beatthecity.at	3.120,00 €
Channel Business, Channel Family	5.729,93 €
Contentproduktion	21.000,00 €
ece-kapfenberg.at	120,00 €
FLEX Int. Display - Reach	33.957,07 €
FLEX Int. Display - Reach und Inventory Media	19.499,71 €
FLEX Int. Display - Social	46.100,15 €
Flex Inventory Media	5.894,66 €
Google Ads	810,73 €
hak-braunau.at	90,00 €
heute.at	12.510,68 €
itsecx.fhstp.ac.at	720,00 €
jobfestival.at	2.220,00 €
krone.at	17.056,99 €
kurier.at	5.870,63 €
lsz.at	1.504,80 €
meinbezirk.at	9.180,00 €
Meta	5.153,95 €
Network	636,00 €

oe24.at	3.699,05 €
ORF.at	13.440,00 €
Regionews Portale	11.475,00 €
Serverkosten	3.628,92 €
sn.at	4.555,20 €
willhaben.at	451,35 €
Zusatzkosten	438,00 €
Summe	230.302,82 €

Zur Frage 4:

- *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)*

Eine detaillierte Einzelaufschlüsselung kann in Anbetracht des dafür erforderlichen hohen Verwaltungsaufwandes nicht erfolgen.

Zur Frage 5:

- *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)*

Das Bundesministerium für Inneres hat ausschließlich informative Postings geschaltet und keine Accounts beziehungsweise Seiten beworben.

Zur 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)*
 - 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)*

Ausgaben für Social-Media-Aktivitäten werden auf keinem spezifischen, eigens eingerichteten Sachkonto budgetiert und verrechnet, sondern bei den vorhandenen Sachkonten gemäß Kontenplanverordnung 2013 idgF unter Nutzung einer Bundeskreditkarte mitbudgetiert und mitverrechnet. Eine Trennung in die unterschiedlichen Kanäle bzw. Accounts wird auf Sachkontenebene nicht vorgenommen.

Zur Frage 7:

- *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)*

Eine detaillierte Einzelaufschlüsselung kann in Anbetracht des dafür erforderlichen hohen Verwaltungsaufwandes nicht erfolgen.

Zu den Fragen 8 bis 11:

- *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)*

Die Zielgruppeneinstellungen wurden der thematischen Ausrichtung des jeweiligen Beitrags angepasst. Mit den Beiträgen im Zuge der Zivilschutzwarnung „AT-Alert“ sollte die gesamte Bevölkerung in Österreich zwischen 18 und 65 Jahren angesprochen werden. Die Präventionskampagne sensibilisiert die Bevölkerung im Alter von 18 bis 65 Jahren hinsichtlich Betrugsformen im Bereich Online-Shopping, Taschendiebstahl bei Weihnachtsmärkten und illegaler Tierhandel. Die Informationskampagne Voluntary Return informiert in Österreich über die Möglichkeit der Rückkehr in das Herkunftsland und Unterstützungsleistungen in arabischer Sprache. Eine detaillierte Einzelaufschlüsselung

der Postings kann in Anbetracht des dafür erforderlichen hohen Verwaltungsaufwandes nicht erfolgen. Es erfolgte keine Bewerbung der Seiten/Accounts.

Zur Frage 12:

- *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?*

Es wurden keine Custom Audiences verwendet.

Zu den Fragen 13 bis 15:

- *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?*

Es darf auf die Beantwortung der Frage 11 verwiesen werden.

Zu den Fragen 16 bis 19:

- *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?*

Mit Beiträgen zu allgemein relevanten Themen wie Zivilschutz und Kriminalprävention sollte die gesamte Bevölkerung in Österreich angesprochen werden. Die Informationskampagne mit Beiträgen zum Thema illegale Migration und den damit verbundenen Gefahren, erreichte Menschen in Drittstaaten wie Bosnien und Herzegowina, Indien, Marokko, Pakistan, Serbien, Tunesien, Ägypten und im Libanon. Die Informationskampagne zum Thema „Freiwillige Rückkehr“ erreichte Menschen aus Syrien in Österreich. Eine detaillierte Einzelaufschlüsselung kann in Anbetracht des dafür erforderlichen hohen Verwaltungsaufwandes nicht erfolgen. Die Beiträge wurden über die Facebook-Seite und unter denselben Voraussetzungen auch auf Instagram, TikTok und Google Ads geschaltet. Es wurden keine „Verbindungen“ erstellt. Auf YouTube wurden keine Beiträge geschaltet.

Zur 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)*

Es darf auf die Beantwortung der Frage 3 verwiesen werden. Eine detaillierte Einzelaufschlüsselung kann in Anbetracht des dafür erforderlichen hohen Verwaltungsaufwandes nicht erfolgen.

Gerhard Karner

