

Mag. <sup>a</sup> Beate Meinl-Reisinger, MES  
Bundesministerin

Minoritenplatz 8, 1010 Wien, Österreich

Herrn  
Präsidenten des Nationalrates  
Dr. Walter Rosenkranz  
Parlament  
1017 Wien

Wien, am 27.05.2025

GZ. BMEIA-2025-0.258.339

Sehr geehrter Herr Präsident!

Die Abgeordneten zum Nationalrat Michael Schnedlitz, Kolleginnen und Kollegen habe am 27. März 2025 unter der Zl. 918/J-NR/2025 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.

**Zu den Fragen 1 und 2:**

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

Ich verweise auf die Beantwortung der parlamentarischen Anfrage Zl. 19184/J-NR/2024 vom 5. Juli 2024 durch meinen Amtsvorgänger. Darüber hinaus betreut das Bundesministerium für

europäische und internationale Angelegenheiten (BMEIA) folgende Social-Media-Accounts und -Seiten:

Kanal	Account
Bluesky	MFA Austria (@bmeia.gv.at)
Threads	Mfa_austria

**Zu den Fragen 3 bis 20:**

- Wie hoch waren die Gesamtkosten Ihres Ministeriums für Werbung in Sozialen Netzwerken sowie Online-Medien im 4. 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 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)
- 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)
- 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?

*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?*  
*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 4. Quartal 2024 bei der Bewerbung er 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?*
- *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)*

Im BMEIA entstanden im angefragten Zeitraum keine Kosten für Informationskampagnen in sozialen Netzwerken oder für die Nutzung von Google Ads. Das gilt auch für Online-Einschaltungen.

Mag.<sup>a</sup> Beate Meinl-Reisinger, MES

