

884/AB
Bundesministerium vom 27.05.2025 zu 947/J (XXVIII. GP) bmftwf.gv.at
Frauen, Wissenschaft und Forschung

Herrn
Präsidenten des Nationalrats
Dr. Walter Rosenkranz
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2025-0.273.534

Ich darf darauf hinweisen, dass nach den Bestimmungen des Bundesministeriengesetzes in der nunmehr geltenden Fassung, BGBl. I Nr. 10/2025, die Zuständigkeit zur Beantwortung der schriftlichen parlamentarischen Anfragen Nr. 938/J-NR/2025 sowie Nr. 947/J-NR/2025 betreffend Transparenz und Kostenkontrolle: Werbeausgaben in sozialen Netzwerken und Online-Medien 3. Quartal 2024 der Abgeordneten Michael Schnedlitz, Kolleginnen und Kollegen vom 27. März 2025 für die Bereiche Frauen sowie Wissenschaft und Forschung an mich übergegangen ist.

Eingangs wird angemerkt, dass es durch die Novelle des Bundesministeriengesetz 1986, BGBl. I Nr. 10/2025 zum Teil zu erheblichen Veränderungen in der Zusammensetzung der Bundesministerien kam, weshalb eine seriöse Vergleichbarkeit nicht gegeben ist. 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.

Die Anfrage beantworte ich nach den mir vorliegenden Informationen wie folgt, weise allerdings darauf hin, dass dem Bundesministerium für Frauen, Wissenschaft und Forschung vom Bereich Frauen für diesen Zeitraum keine Daten vorliegen:

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

Zu Frage 1:

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

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
Facebook Lange Nacht der Forschung, https://www.facebook.com/LangeNachtderForschung	Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung, Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie und Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft zur Initiative Lange Nacht der Forschung
Facebook Wissenschaftsbuch des Jahres, https://www.facebook.com/wissenschaftsbuch	Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung zum Thema Wissenschaftsbuch des Jahres
Instagram Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung, https://www.instagram.com/bmbwf.gv.at	Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung
Instagram Wissenschaftsbuch des Jahres, https://www.instagram.com/wissenschaftsbuch.at/	Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung zum Thema Wissenschaftsbuch des Jahres
Instagram Lange Nacht der Forschung, https://www.instagram.com/LangeNachtderForschung	Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung, Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie und Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft zur Initiative Lange Nacht der 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

Die angeführten Accounts werden regelmäßig einer inhaltlichen Evaluierung unterzogen und Themen tagesaktuell angepasst.

Zu Frage 2:

2. 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)

Die Betreuung der Social Media Accounts erfolgte durch die nach der Geschäftseinteilung jeweils zuständigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, wobei angemerkt wird, dass im angefragten 3. Quartal 2024 bei der Social Media Betreuung von z.B Facebook, Instagram, Linkedin keine Differenzierung hinsichtlich der Bereiche Bildung sowie Wissenschaft und Forschung erfolgte.

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

Zu Frage 3:

3. Wie hoch waren die Gesamtkosten Ihres Ministeriums für Werbung in Sozialen Netzwerken sowie Online-Medien im 3. Quartal 2024?
 a. Wie hoch waren die aufgewendeten Kosten Ihres Ministeriums je SocialMedia-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
@Facebook bmbwf.gv.at	Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung: Veranstaltungen, Themen des BMBWF, Infos zu den Ressortthemen Bildung, Wissenschaft und Forschung	01.08. bis 31.08.2025 07.2024 wurde keine Werbung geschalten 09.2024 wurde aus UG 30 bezahlt	389,59
@Instagram bmbwf.gv.at	Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung: Veranstaltungen, Themen des BMBWF, Infos zu den Ressortthemen Bildung, Wissenschaft und Forschung	01.08. bis 31.08.2025 07.2024 wurde keine Werbung geschalten 09.2024 wurde aus UG 30 bezahlt	288,467
LinkedIn bmbwf.gv.at	Keine Beitragswerbung	Keine Werbeschaltungen	0,00

Hinsichtlich der im Zeitraum vom 1. Juli 2024 bis zum 30. September 2024 getätigten sonstigen Inseratenschaltungen online bzw. digital/audiovisuell in Medien wird auf die Beantwortung der parlamentarischen Anfrage Nr. 4291/J-BR/2024 vom 2. Oktober 2024 verwiesen.

Zu den Fragen 4, 5 und 7 bis 19:

4. 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)
 5. 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)

7. 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)

8. 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)

9. Wurden bei der Bewerbung der Seiten Zielgruppendefinitionen vorgenommen?

10. Wurden im 3. Quartal 2024 bei der Bewerbung der Social-Media-Beiträge Zielgruppendefinitionen vorgenommen?

11. 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)

12. Wurden im 3. 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?

13. Wurden im 3. 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)

14. Wie ist die Frage 13a. für Instagram zu beantworten?

15. Wie ist die Frage 13a. für YouTube zu beantworten?

16. 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)

17. 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)

18. Wie ist die Frage 17 für YouTube zu beantworten?

19. Wie ist die Frage 17 für Instagram zu beantworten?

Es wird auf die Beantwortung zu Frage 3 verwiesen sowie auf die nachfolgende Aufstellung:

Bewerbung	Betrag Brutto in EUR	Page Like	Zielgruppe	Custom Audience	Standorte	Verbindungen	Kriterien	Sujet / Video	Klickkosten brutto in EUR
@Facebook bmbwf.gv.at	389,59	Nein	Bildungs-, Wissenschafts- und Forschungs-interessierte	Nein	Nein	Nein	Österreich, Personen mit diesen Interessen: Berufsbildung, Lehrkräfteausbildung, Schule, Hochschule, Beruf, Karriere, Familie, Eltern, Forschung, Wissenschaft, Studium, Universität, Beruf	Bild und Video	0,07
@Instagram bmbwf.gv.at	288,467	Nein	Bildungs-, Wissenschafts- und Forschungs-interessierte	Nein	Nein	Nein	Österreich, Personen mit diesen Interessen: Berufsbildung, Lehrkräfteausbildung, Schule, Hochschule, Beruf, Karriere, Familie, Eltern, Forschung, Wissenschaft, Studium, Universität, Beruf	Bild und Video	0,09

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

Weiters wird hinsichtlich von Schaltungen bemerkt, dass die Nutzerinnen und Nutzer entweder auf die Website des Bundesministeriums (<https://www.bmbwf.gv.at>) geleitet werden oder auf die jeweils zum kommunizierten Thema spezifischen Websites.

Zu Frage 6:

6. *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)*

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 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 veranschlagt und dort in den jeweiligen Summen enthalten.

Zu Frage 20:

20. 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)

Seitens der für Öffentlichkeitsarbeit zuständigen Organisationseinheit wurden Google Ads nicht genutzt und demgemäß wurden keine diesbezüglichen Aufwendungen getätigt.

Wien, 27. Mai 2025

Eva-Maria Holzleitner, BSc eh.

