

**2691/AB**  
**vom 07.09.2020 zu 2695/J (XXVII. GP)**  
bmi.gv.at

 **Bundesministerium**  
Inneres

**Karl Nehammer, MSc**  
Bundesminister

Herrn  
Präsidenten des Nationalrates  
Mag. Wolfgang Sobotka  
Parlament  
1017 Wien

Geschäftszahl: 2020-0.497.361

Wien, am 4. September 2020

Sehr geehrter Herr Präsident!

Der Abgeordnete zum Nationalrat Philip Kucher, Kolleginnen und Kollegen haben am 7. Juli 2020 unter der Nr. **2695/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Zielgruppen und Werbeausgaben in sozialen Netzwerken“ gerichtet.

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

**Zur Frage 1:**

- *Welche Social- Media-Accounts und -Seiten wurden seit Ihrem Amtsantritt von Ihrem Ressort (mit-)betrieben (bitte um Aufschlüsselung jeweils nach Plattform und Namen der Accounts/Seiten)?*

**Facebook:**

- BMI – Bundesministerium für Inneres
- BMI – Bundesministerium für Inneres / Migrationsaccount (anlassbezogen)
- Polizei Kärnten
- Polizei Steiermark
- Polizei Niederösterreich
- Polizei Salzburg
- Polizei Burgenland
- Polizei Oberösterreich

- Polizei Tirol
- Polizeimusik Tirol
- Polizei Vorarlberg
- Polizei Wien
- Bundeskriminalamt Österreich
- Bundesamt für Korruptionsprävention und Korruptionsbekämpfung
- Gemeinsam sicher

- am Alsergrund, - in der Brigittenau, - in der Donaustadt, - in der Josefstadt, - in der Landstraße, - in der Leopoldstadt, - in Döbling, - in Favoriten, - in Floridsdorf, - in Hernals, - in Hietzing, - in Liesing, - in Margareten, - in Mariahilf, - in Meidling, - in Neubau, - in Ottakring, - in Penzing, - in Rudolfsheim, - in Simmering, - in Währing, - in Wieden, - in Wels, - in Neusiedl am See, - in Eisenstadt, - in St. Pölten, - in Wiener Neustadt, - in Mödling, - in Vorarlberg, - in Graz-Umgebung, - in Leoben, - in Liezen, - in Kärnten, - in Salzburg, - in Tirol

**Instagram:**

- Innenministerium\_aut; Polizei\_im\_Bild

**Twitter:**

- BMI\_OE
- Polizei\_OE (anlassbezogen)
- LPDBgld
- LPDVbg
- LPDKt
- PolizeiStmk
- PolizeiSalzburg
- LPDnoe
- LPDooe
- LPDWien
- Polizei Tirol

**YouTube:**

- Innenministerium Österreich bewegt
- Polizei Österreich bewegt
- Bundesamt für Fremdenwesen und Asyl BFA (anlassbezogen)

**Snapchat:**

- Polizei\_OE

**Zur Frage 2:**

- *Welche Mitarbeiterinnen Ihres Ressorts waren seit Ihrem Amtsantritt mit der Betreuung der Social-Media-Accounts und -Seiten beschäftigt (bitte um detaillierte Aufschlüsselung jeweils nach Name, Funktion, Organisationseinheit, Beschäftigungszeitraum und Beschreibung des Tätigkeitsbereichs)?*

Gemäß der Geschäftseinteilung des Bundesministeriums für Inneres liegt die Betreuung der Social-Media-Accounts im Zuständigkeitsbereich der Abteilung I/5 - Öffentlichkeitsarbeit.

**Zur Frage 3:**

- *Wie hoch waren die Gesamtkosten Ihres Ressorts für Werbung in Sozialen Netzwerken, Online-Medien und anderen digitalen Plattformen im ersten Halbjahr des Kalenderjahres 2020?*
  - a. *Wie hoch waren die aufgewendeten Kosten Ihres Ressorts je Plattform im ersten Halbjahr des Jahres 2020 (bitte um Aufschlüsselung nach Plattform/Onlinemedium und dort aufgewendetem Budget)?*

Die Gesamtsumme auf der Facebook-Seite und Instagram-Account des Bundesministeriums für Inneres für das erste Halbjahr 2020 betragen € 7.389,48. Für Online Medien lautet die Gesamtsumme € 133.938,01.

<b>Social Media</b>	<b>Gesamtkosten</b>
Facebook	3.021,69 €
Instagram	4.367,79 €
<b>Summe</b>	<b>7.389,48 €</b>

<b>Online Medien</b>	<b>Gesamtkosten</b>
heute.at	24.000,01 €
kleinezeitung.at	16.065,00 €
krone.at	24.000,00 €
kurier.at	8.280,00 €

oe24.at	24.000,00 €
kommunalnet.at	10.372,95 €
kommunalnet.at	7.741,65 €
kommunal.at	13.478,40 €
oe24.at	6.000,00 €
<b>Summe</b>	<b>133.938,01 €</b>

**Zur Frage 4:**

- *Wie hoch waren die Gesamtkosten der genannten Accounts für Sponsoring bzw. Postings im ersten Halbjahr des Kalenderjahres 2020 (Bitte um detaillierte Aufschlüsselung 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 Accounts (Seiten) im ersten Halbjahr des Kalenderjahres 2020 entstanden sind (bitte um detaillierte Aufschlüsselung nach Plattform, jeweiligem Account/jeweiliger Seite, verwendetem Budget sowie Zeitpunkt/Zeitraum der Bewerbung)?*

Es wurde keine Seiten-Bewerbung geschaltet.

**Zur Frage 6:**

- *Mit wie vielen verschiedenen Rechnungskonten wurde seit Ihrem Amtsantritt seitens Ihres Ressorts je Social- Media-Account gearbeitet (bitte um Darstellung der etwaigen verschiedenen Rechnungskonten und Aufschlüsselung nach jeweils verwendetem Budget pro Account)?*
  - *Mit wie vielen verschiedenen Rechnungskonten wird seitens Ihres Ressorts Social-Media-Account zum Stichtag der Anfragebeantwortung gearbeitet (bitte um Darstellung der etwaigen verschiedenen Rechnungskonten und Aufschlüsselung nach jeweils verwendetem Budget pro Account)?*

Ausgaben für Social-Media-Aktivitäten werden auf keinen spezifischen, eigens eingerichteten Sachkonten budgetiert und verrechnet, sondern bei den vorhandenen

Sachkonten gemäß Kontenplanverordnung 2013 idgF mitbudgetiert und mitverrechnet. Eine Trennung in die unterschiedlichen Kanäle bzw. Accounts wird auf Sachkontenebene nicht vorgenommen.

Die konkreten Ausgaben in diesem Kontext werden unter Nutzung einer Bundeskreditkarte (beim Sachkonto 7218.000 mitbudgetiert und verrechnet).

**Zur Frage 7:**

- *In welcher Höhe wurden Beiträge/Postings seitens Ihres Ressorts im ersten Halbjahr des Jahres 2020 gesponsert (bitte um detaillierte Einzelaufschlüsselung aller gesponserten Beiträge/Postings, jeweilige Kosten des Sponsorings, Veröffentlichungsdatum des Beitrags/Postings, Kurzbeschreibung des Postings und jeweiligem Account)?*

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

**Zur Frage 8:**

- *Je Plattform und Account/Seite: Welches Posting (welche Schaltung) wurde seit Ihrem Amtsantritt am höchsten gesponsert (bitte um detaillierte Aufschlüsselung nach Plattform, jeweiligem Account/Seite, entsprechendem Posting, geschaltetem Budget und hierzu definierter Zielgruppe unter Ausweisung der dabei verwendeten Kriterien bei einem etwaigen angewandtem detaillierten Targeting)?*

Plattform	Beitrag	Zielgruppe	Gesamtkosten
Facebook und Instagram	Lehrlinge im BMI, Recruiting-Video	Männlich/Weiblich, 14-20 Jahre, Österreich	700,00 €

**Zur Frage 9:**

- *Wurden bei der Bewerbung / beim Sponsoring der Accounts/Seiten Zielgruppendefinitionen vorgenommen?*

Es wurden keine Zielgruppendefinitionen vorgenommen.

**Zu den Fragen 10 und 11:**

- *Wurden bei der Bewerbung / beim Sponsoring der Postings Zielgruppendefinitionen vorgenommen?*
- *Wurden bei der Bewerbung der Accounts/Seiten sowie der dortigen Postings bzw. Schaltungen oder Uploads unterschiedliche Zielgruppendefinitionen vorgenommen?*
  - a. *Wenn ja, inwieweit wurden unterschiedliche Zielgruppendefinitionen vorgenommen (bitte um Aufschlüsselung jeweils nach Posting, Datum der Veröffentlichung, jeweils vorgenommener Zielgruppendefinition und Begründung der gewählten Zielgruppe)?*

Die Zielgruppeneinstellungen wurden anhand des Themas des Beitrags vorgenommen. Mit den Beiträgen bezüglich „Polizeirekrutierung“ sollte die Zielgruppe der 18- bis 29-Jährigen in den Bundesländern Wien und Vorarlberg angesprochen werden. Mit Beiträgen zu allgemein relevanten Themen sollte die gesamte Bevölkerung in Österreich angesprochen werden. Es werden auch Interessen wie beispielsweise Sicherheit, Polizei, Sport und Migration berücksichtigt, um User mit Social-Media-Werbung zu erreichen. Eine detaillierte Einzelaufschlüsselung kann in Anbetracht des dafür erforderlichen hohen Verwaltungsaufwandes nicht erfolgen.

**Zur Frage 12:**

- *Wurden 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 (Kundendaten, Website-Traffic, App Aktivität, Offline Aktivität)?*
  - c. *Welche Datenquelle wurde für die jeweilige Option verwendet?*

Es wurden keine Custom Audiences verwendet.

**Zu den Fragen 13 und 14:**

- *Wurden bei der Bewerbung der Accounts / Seiten sowie der dortigen Postings 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 Aufschlüsselung nach Account/Seite, jeweiligem Posting, Veröffentlichungsdatum, ausgewählter Interessen und zusätzlichen Interessen und dafür aufgewendetes Budget)?*
- *Wie ist die Frage 13) a. für Instagram zu beantworten?*

Es darf auf die Beantwortung der Frage 11 verwiesen werden.

**Zur Frage 15:**

- *Wie ist die Frage 13) a. für Youtube zu beantworten?*

Es wurden keine Beiträge auf YouTube geschalten.

**Zur Frage 16:**

- *Wurden bei der Bewerbung/ beim Sponsoring, der Accounts/Seiten und dortigen Postings bzw. Schaltungen oder Uploads, Standorte zur Einschränkung der zu erreichenden Personen ausgewählt (bitte um detaillierte Aufschlüsselung nach Plattform, Account/Seite, definiertem Standort, Anzahl der dort gesponserten Postings/Schaltungen/sonstiger Uploads und am jeweiligen Standort geschaltetes Budget)?*

Mit Beiträgen zu allgemein relevanten Themen sollte die gesamte Bevölkerung in Österreich angesprochen werden. Eine detaillierte Einzelaufschlüsselung kann in Anbetracht des dafür erforderlichen hohen Verwaltungsaufwandes nicht erfolgen.

**Zur Frage 17:**

- *Wurden bei der Bewerbung/ beim Sponsoring, der Accounts/Seiten und dortigen Postings bzw. Schaltungen oder Uploads auf Facebook jemals sogenannte "Verbindungen" erstellt und verwendet um Personenkreise ein bzw. auszuschließen (bitte um detaillierte Aufschlüsselung nach Account/Seite, jeweiligem Posting/Upload, insgesamt erstellten und jeweils angewandten "Verbindungen" sowie für den daraus resultierenden Personen kreis verwendetes Budget)?*

Es wurden keine „Verbindungen“ erstellt.

**Zur Frage 18:**

- *Wie ist Frage 17 für Youtube zu beantworten?*

Es wurden keine Beiträge auf YouTube geschalten.

**Zur Frage 19:**

- *Wie ist Frage 17 für Instagram zu beantworten?*

Die Beiträge werden über die Facebook-Seite unter denselben Voraussetzungen auch auf Instagram geschaltet.

**Zur Frage 20:**

- *Wie hoch sind die Kosten seitens Ihres Ressorts für die Nutzung von Google Ads (bitte um detaillierte Aufschlüsselung der einzelnen Schaltungen, Zeitraum, Beschreibung und Kosten)?*

Es erfolgte keine Nutzung von Google Ads.

**Zu den Fragen 21 und 22:**

- *Die Werbeausgaben des Kalenderjahres 2020 Ihres Ressorts erfolgten teilweise in Onlinemedien: Welche Zielgruppendefinitionen wurden dafür vorgenommen (bitte um detaillierte Aufschlüsselung nach Medium, Zeitraum der Schaltung, Kurzbeschreibung, dem Ressort verrechnete Kosten, jeweilige Schaltung und Zielgruppendefinition)?*
- *Wie hoch war die aus diesen Schaltungen erzielte Reichweite (bitte um detaillierte Aufschlüsselung nach Medium, Zeitraum der Schaltung, Kurzbeschreibung, dem Ressort verrechnete Kosten, jeweilige Schaltung und Reichweite)?*

Schaltung	Zeitraum	Beschreibung	Gesamtkosten
heute.at	27.02. bis 11.03.	Corona Virus	24.000,01 €
kleinezeitung.at	27.02. bis 20.03.	Corona Virus	16.065,00 €
krone.at	27.02. bis 05.03.	Corona Virus	24.000,00 €
kurier.at	27.02. bis 11.03.	Corona Virus	8.280,00 €
oe24.at	27.02. bis 12.03.	Corona Virus	24.000,00 €
kommunalnet.at	01.01. bis 31.03.	diverse Beiträge	10.372,95 €
kommunalnet.at	01.04. bis 30.06.	diverse Beiträge	7.741,65 €
Kommunal.at	14.04. bis 17.04.	Häusliche Gewalt	13.478,40 €
oe24.at	24.06. bis 30.06.	Rekrutierung	6.000,00 €
		<b>Gesamtsumme</b>	<b>133.938,01 €</b>



Für die unter Verantwortung des Bundesministeriums für Inneres veranlassten entgeltlichen Veröffentlichungen wird – abgestimmt auf den konkreten Inhalt der Veröffentlichung und die Größe und Art des intendierten Rezipientenkreises – vor allem auf die Reichweite sowie auf die Auflage eines Mediums Bedacht genommen. Daraus folgt, dass nicht ausschließlich Medien mit hoher genereller Reichweite für Informationsinitiativen herangezogen werden, sondern es für eine möglichst effektive und umfassende Informationsarbeit maßgeblich ist, die Rezipienten über die verschiedenen Zielgruppen – wie z.B. Altersgruppen – und dementsprechend über unterschiedliche Kanäle und Medien zu erreichen. Die Frage, welche Medien angesichts des erwünschten Adressatenkreises für eine entgeltliche Veröffentlichung prinzipiell in Frage kommen, richtet sich darüber hinaus nach den strengen Kriterien des § 3a MedKF-TG.

Karl Nehammer, MSc



