

Herr
Präsident des Nationalrates
Parlament
1010 Wien

Geschäftszahl: BMASGK-10001/0244-I/A/4/2019

Wien, 19.6.2019

Sehr geehrter Herr Präsident!

Ich beantworte die schriftliche parlamentarische **Anfrage Nr. 3379/J des Abgeordneten Philip Kucher, Genossinnen und Genossen**, wie folgt:

Frage 1:

Vorweg merke ich an, dass ich die Fragen 1 und 2 nicht auf den Zeitpunkt meines Amtsantrittes beziehe, sondern auf den von Bundesministerin a.D. Mag.^a Hartinger-Klein.

Ich verweise auf die Beantwortung der Voranfragen Nr. 2235/J und 2749/J und darf ergänzend dazu ausführen:

Die Facebook-Seite zur „Ausbildung bis 18“ (<https://de.de.facebook.com/Ausbildungbis18/>) war im 1. Quartal 2019 noch aktiv, wird aber seit Juli 2018 nicht mehr aktualisiert.

Die Facebook-Seite zum Mikrokredit (<https://www.facebook.com/dermikrokredit.at>) ist seit März 2012 online.

Des Weiteren werden im Rahmen der ESF-Kommunikationsstrategie Kanäle in den Sozialen Medien betrieben. Die unter 1a. genannte ESF-Facebook-Seite besteht bereits seit der

vorherigen Förderperiode (2007-2013). Die Facebook-Seite für EUropa in Österreich sowie der ESF Instagram Account sind seit Frühjahr 2017 eingerichtet.

Frage 1a:

Die YouTube Kanäle „fit2work“ (<https://www.youtube.com/user/fit2workAustria>) sowie „NEBA Österreich“, welche in den bei Frage 1 angeführten Voranfragen genannt wurden, wurden vom Sozialministeriumservice auch zum Stichtag 24. April 2019 betrieben.

ESF: Facebook:

- ESF Österreich - (Seite für den Europäischen Sozialfonds in Österreich)
- EUropa in Österreich - (Seite für die Kampagne „EUropa in meiner Region“ – EU-weite Kampagne der Europäischen Kommission, die in Österreich von den Verwaltungsbehörden des ESF (BMSGK) und des EFRE (örok) umgesetzt wird)

ESF: Instagram:

- ESF Österreich

Frage 2:

Die nach der Geschäftseinteilung zuständige Stelle des BMSGK – die Abteilung Kommunikation und Service – betreut den Bereich Social Media für das Ressort.

Die YouTube Kanäle „fit2work“ sowie „NEBA Österreich“ des Sozialministeriumservice werden von einer externen Agentur betreut.

Für die „Ausbildung bis 18“ ist die zuständige Stelle des BMSGK das Referat VI/4a.

Die Abteilung VI/A/9 ist nach der Geschäftseinteilung des BMSGK die zuständige Verwaltungsbehörde des Europäischen Sozialfonds in Österreich und in diesem Rahmen in Übereinstimmung mit den Vorgaben der Verordnung (EU) Nr. 1303/2013 in Art. 115 bis 117 sowie Annex XII zur Umsetzung von Öffentlichkeitsarbeit verpflichtet. Eine Mitarbeiterin der Abteilung ist seit Juli 2016 offiziell ESF-Kommunikationsbeauftragte (siehe Art 117 der Verordnung (EU) Nr. 1303/2013) und für die Umsetzung der Kommunikationsstrategie des ESF in Österreich verantwortlich.

Frage 3:

Ich verweise auf die Beantwortung der Voranfragen Nr. 2183/J und 2723/J.

Fragen 4, 5, 7, 8, 9 und 10:

Ich verweise auf die Beantwortung der Voranfragen Nr. 2183/J und 2723/J.

Frage 6:

Die Verbuchung der Auszahlungen und Einzahlungen erfolgt entsprechend den Vorgaben des Kontenplans für die Gebarung des Bundes (Kontenplanverordnung 2013, BGBl. II Nr. 74/2012). Für einzelne Social Media Accounts waren und sind keine speziellen Verrechnungspositionen vorhanden.

Fragen 11 und 12:

Im Hinblick auf den Mikrokredit ist das der Fall: Für die Ads (Schaltungen/Anzeigen) wurde segmentiert nach Geschlecht und Alter.

Bei Postings „Linked In“ betreffend fit2work wurde nur auf die Zielgruppe „Personalwesen/Personalentscheider“ abgestellt.

Darüber hinaus verweise ich auf die Beantwortung der Voranfrage Nr. 2235/J.

Fragen 13 und 16:

Die Auswahl betreffend fit2work fand Österreichweit mittels Geo-Targeting statt. Im Rahmen der „Ausbildung bis 18“ wurde das Geo-Targeting nicht angewendet. In Bezug auf den Mikrokredit wurden weder der Facebook Account noch die Postings darauf beworben.

Im Rahmen des YouTube Kanals NEBA Österreich gab es Targeting für 12 Standorte in Wien, Niederösterreich und Burgenland (Wien, Eisenstadt, Mattersburg, Baden, Bruck/Leitha, Gänserndorf, Mödling, Neunkirchen, Neusiedl, St. Pölten, Schwechat, Wr. Neustadt).

Fragen 14 und 15:

Für YouTube wurde folgendes Targeting für fit2work vorgenommen:

- Hinsichtlich Audience wurde die Zielgruppe auf 18-65-Jährige, In-market audiences/Employment, Business Professionals, Life Events/Job Change ausgerichtet.
- Hinsichtlich Contextual erfolgte die Zielgruppenausrichtung auf Business Operations, Human Resources und Management.

Fragen 17 bis 19:

Im Rahmen der Aktivitäten „Ausbildung bis 18“: Friends-of-Fans der <https://de-de.facebook.com/Ausbildungbis18/>

Frage 20:

Die angefallenen Kosten für die Nutzung von Google Ads belaufen sich in den jeweiligen Bereichen auf:

- fit2work: Die Kosten für Google Ads betragen EUR 16.200,- n/n exkl. Honorar, exkl. MwSt. Hinsichtlich der konkreten inhaltlichen Details wird auf die Aufschlüsselung im Rahmen der Antworten zu den Fragen 21 und 22 verwiesen.
- Mikrokredit:
 Klickkosten Google Ads im Jahr 2018: EUR 11.380,29
 Basiseinrichtung Google Analytics: EUR 90,-
 Einrichtung Google Tag Manager: EUR 290,-
 Monatsbetreuung Google Adwords: EUR 1.050,-
 Beratung zu Datenschutzfragen: EUR 90,-
 Konfigurationen: EUR 45,-

Fragen 21 und 22:

Die Details zu den Zielgruppendefinitionen und den erzielten Reichweiten kann der nachfolgenden Tabelle entnommen werden:

Content Garden	Zeitraum:07.05.-17.06.2018 Beschreibung: Sponsored Posts Kosten: EUR 15.147,00 n/n exkl Honorar, exkl. MwSt. Zielgruppe/Targeting: ZG Arbeitnehmer & HR Entscheider Reichweite: n.a. (not available – d.h. hier können die Reichweiten leider nicht abgebildet werden)
----------------	--

Mediaprint (krone.at)	Zeitraum:07.05.-17.06.2018 und 01.10.-09.12.2018 Beschreibung: Sitebar (desktop & mobile Ausspielung) Kosten: EUR 15.988,96 n/n exkl. Honorar, exkl. MwSt. Zielgruppe/Targeting: breite Bevölkerung (kein Targeting) Reichweite (E 18-64): 3,0%
Telekurier (kurier.at, futurezone.at, film.at, events.at)	Zeitraum:07.05.-17.06.2018 und 01.10.-09.12.2018 Beschreibung: Sitebar (desktop & mobile Ausspielung) Kosten: EUR 15.980 n/n exkl. Honorar, exkl. MwSt. Zielgruppe/Targeting: breite Bevölkerung (kein Targeting) Reichweite (E 18-64): 4,3%
DerStandard.at	Zeitraum:07.05.-17.06.2018 und 01.10.-09.12.2018 Beschreibung: Sitebar (desktop & mobile Ausspielung) Kosten: EUR 15.555,00 n/n exkl. Honorar, exkl. MwSt. Zielgruppe/Targeting: breite Bevölkerung (kein Targeting) Reichweite (E 18-64): 0,1%
Oe24 (oe24.at, gesund24.at)	Zeitraum:07.05.-17.06.2018 und 01.10.-09.12.2018 Beschreibung: Sitebar (desktop & mobile Ausspielung) Kosten: EUR 11.968 n/n exkl. Honorar, exkl. MwSt. Zielgruppe/Targeting: breite Bevölkerung (kein Targeting) Reichweite (E 18-64): 2,6%
Heute Online (heute.at, netdokter.at, gesundheitstrends.at)	Zeitraum:07.05.-17.06.2018 und 01.10.-09.12. 2018 Beschreibung: Sitebar (desktop & mobile Ausspielung) Kosten: EUR 10.200,00 n/n exkl. Honorar, exkl. MwSt. Zielgruppe/Targeting: breite Bevölkerung (kein Targeting) Reichweite (E 18-64): 1,8%
Russmedia Digital (vol.at, tt.com)	Zeitraum:07.05.-17.06.2018 und 01.10.-09.12. 2018 Beschreibung: Sitebar (desktop Ausspielung) Kosten: EUR 13.511,81 n/n exkl. Honorar, exkl. MwSt. Zielgruppe/Targeting: breite Bevölkerung (kein Targeting) Reichweite (E 18-64): 2,9%
PurPur Media (nachrichten.at, salzburg.com, salzburg24.at)	Zeitraum:07.05.-17.06.2018 und 01.10.-09.12. 2018 Beschreibung: Sitebar (desktop & mobile Ausspielung) Kosten: EUR 9.772,88 n/n exkl. Honorar, exkl. MwSt. Zielgruppe/Targeting: breite Bevölkerung (kein

	<p>Targeting) Reichweite (E 18-64): 2,6%</p>
<p>Styria Digital One (kleinezeitung.at, diepresse.com, boerse-express.com, ichkoche.at)</p>	<p>Zeitraum: 01.10.-09.12.2018 Beschreibung: Sitebar (desktop & mobile Ausspielung) Kosten: EUR 7.383,95 n/n exkl. Honorar, exkl. MwSt. Zielgruppe/Targeting: breite Bevölkerung (kein Targeting) Reichweite (E 18-64): 1,3%</p>
<p>Youtube</p>	<p>Zeitraum: 07.05.-17.06.2018 und 01.10.-09.12.2018 Beschreibung: Trueview 20" (desktop & mobile Ausspielung) Kosten: EUR 16.000 n/n exkl. Honorar, exkl. MwSt. Zielgruppe/Targeting: Audience (age 18-65, In-market audiences/Employment, Business Professionals, Life Events/Job Change): Contextual (Business Operations, Human Resources, Management) Reichweite (E 18-64): 2,0%</p>
<p>Seven One Media</p>	<p>Zeitraum: 07.05.-17.06.2018 und 01.10.-09.12.2018 Beschreibung: Pre Roll 20" (desktop & mobile Ausspielung) Kosten: EUR 18.459,88 n/n exkl. Honorar, exkl. MwSt. Zielgruppe/Targeting: breite Bevölkerung, Ausspielung im TV Umfeld Reichweite (E 18-64): 1,4%</p>
<p>ORF.at</p>	<p>Zeitraum: 07.05.-17.06.2018 und 01.10.-09.12.2018 Beschreibung: TVAd bzw. Pre Roll 20" (desktop & mobile Ausspielung) Kosten: EUR 16.460,44 n/n exkl. Honorar, exkl. MwSt. Zielgruppe/Targeting: breite Bevölkerung (kein Targeting) Reichweite (E 18-64): 1,3%</p>
<p>Linked In</p>	<p>Zeitraum: 01.10.- 09.12.2018 Kosten: EUR 5.581,40 Reichweite (Personalentscheider): n.a.</p>

Google Textanzeigen	Zeitraum: 07.05.-09.12.2018 Beschreibung: Textanzeigen Google Suchmaschine Kosten: EUR 16.200,- Zielgruppe/Targeting: - Clicks: 44.480 Impressionen: 337.718
facebook	Kampagnenzeitraum: 31.08-22.09.2018 Reichweite: 4.957 erreichte Personen Klicks & Likes: 90 Interaktionen

Die Prozentangaben in der Tabelle beziehen sich auf die Netto-Reichweite der Zielgruppe Erwachsene (18- bis 64-Jährige); „n.a.“ steht für „not available“ („keine Reichweite zur Verfügung“).

Mit freundlichen Grüßen

Mag. Dr. Brigitte Zarfl

