

Dr. Wolfgang Peschorn  
Bundesminister

Herr  
Präsident des Nationalrates  
Mag. Wolfgang Sobotka  
Parlament  
1017 Wien

Geschäftszahl: BMI-LR2220/0295-I/6/2019

Wien, am 21. Juni 2019

Sehr geehrter Herr Präsident,

der Nationalrat Philip Kucher, Genossinnen und Genossen haben am 24. April 2019 unter der Nr. **3381/J** an den Herrn Bundesminister Herbert Kickl eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Zielgruppen und Werbeausgaben in sozialen Netzwerken und Online-Medien“ 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)?*
  - a. *Welche Social-Media-Accounts und -Seiten werden von Ihrem Ressort zum Stichtag 24. April 2019 (mit-)betrieben (bitte um Aufschlüsselung jeweils nach Plattform und Namen der Accounts/Seiten)?*

Ich verweise auf die Beantwortung der parlamentarischen Anfrage Nr. 2238/J vom 7. November 2018 durch den damaligen Bundesminister für Inneres. Diese Beantwortung ist um den im ersten Quartal 2019 eingerichtete Youtube-Kanal „Innenministerium Österreich“ zu ergänzen.

**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 Tätigkeitsbereich)?*

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter jener Organisationseinheit, die nach der Geschäftseinteilung für die Betreuung der Social-Media-Accounts und -Seiten vorgesehen ist. Zur Geschäftseinteilung darf ich auf die Homepage des BMI ([bmi.gv.at](http://bmi.gv.at)) verweisen.

**Zu den Fragen 3, 4, 7, 8 und 10:**

- *Wie hoch waren die Gesamtkosten Ihres Ressorts für Werbung in Sozialen Netzwerken, Online-Medien und anderen digitalen Plattformen im Jahr 2018?*
  - a- *Wie hoch waren die aufgewendeten Kosten Ihres Ressorts je Plattform im Jahr 2018 (bitte um Aufschlüsselung nach Plattform/Onlinemedium und dort aufgewendetem Budget)?*
- *Wie hoch waren die Gesamtkosten der genannten Accounts für Sponsoring bzw. Postings im Kalenderjahr 2018 (Bitte um detaillierte Aufschlüsselung nach Kanal, geschaltetem Budget und Anführung der gesponserten Postings)?*
- *In welcher Höhe wurden Beiträge/Postings seitens Ihres Ressorts im Jahr 2018 gesponsert (bitte um detaillierte Einzelaufschlüsselung aller gesponserten Beiträge/Postings, jeweilige Kosten des Sponsorings, Veröffentlichungsdatum des Beitrags/Postings, Kurzbeschreibung des Postings und jeweiligem Account)?*
- *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)?*
- *Wurden bei der Bewerbung / beim Sponsoring der Postings Zielgruppendefinitionen vorgenommen?*

Ich verweise auf die Beantwortung der parlamentarischen Anfrage Nr. 2526/J vom 2. Jänner 2019 durch den damaligen Bundesminister für Inneres. Der Großteil der Userauswahl basiert auf Interaktion: Hat eine Userin/ein User bereits ein Video angesehen oder die Website „[polizeikarriere.gv.at](http://polizeikarriere.gv.at)“ besucht, bekommt sie/er via Remarketing Postings, Banner oder Videos angezeigt. Ansonsten werden die Zielgruppeneinstellungen anhand des Themas des Beitrags vorgenommen. Mit den Beiträgen bezüglich „Polizeirekrutierung“ sollte hauptsächlich 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. Eine detaillierte Einzelaufschlüsselung kann in Anbetracht des dafür erforderlichen hohen Verwaltungsaufwandes nicht erfolgen.

#### **Zu den Fragen 5 und 9:**

- *Wie hoch waren die Kosten, die ausschließlich aus der Bewerbung der jeweiligen Accounts (Seiten) im Kalenderjahr 2018 entstanden sind (bitte um detaillierte Aufschlüsselung nach Plattform, jeweiligem Account/jeweiliger Seite, verwendetem Budget sowie Zeitpunkt/Zeitraum der Bewerbung)?*
- *Wurden bei der Bewerbung / beim Sponsoring der Accounts/Seiten Zielgruppendefinitionen vorgenommen?*

Der Großteil der Ausgaben für Social-Media-Werbung wurde für die Bewerbung von Beiträgen aufgewendet. Eine detaillierte Aufschlüsselung kann in Anbetracht des dafür erforderlichen hohen Verwaltungsaufwandes nicht erfolgen.

#### **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)?*
  - a. Mit wie vielen verschiedenen Rechnungskonten wird seitens Ihres Ressorts je 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 zum einen unter Nutzung einer Bundeskreditkarte (beim Sachkonto 7218.000 mitbudgetiert und verrechnet) und zum anderen im Rahmen eines Werkvertrages (beim Sachkonto 7278.090 mitbudgetiert und verrechnet) getätigt.

#### **Zu den Fragen 11 bis 19:**

- *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)?*
- *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?*
- *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?*
- *Wie ist die Frage 13)a. für Youtube zu beantworten?*
- *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)?*
- *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 Personenkreis verwendetes Budget)?*
- *Wie ist Frage 17 für Youtube zu beantworten?*
- *Wie ist Frage 17 für Instagram zu beantworten?*

Ein Großteil der Userauswahl basiert auf Interaktion: Hat eine Userin/ein User bereits einen Beitrag oder ein Video angesehen oder – bei der Werbung via Google AdWords – die Website „polizeikarriere.gv.at“ besucht, bekommt sie/er via Remarketing Postings, Banner oder Videos angezeigt. Ansonsten werden die Zielgruppeneinstellungen 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, Ehrenamt,

Polizei, Zivildienst, Sport und Migration berücksichtigt, um User mit Social-Media-Werbung zu erreichen.

**Zur Frage 20:**

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

Für die Nutzung von Google Ads wurden im ersten Quartal 2019 € 109,98 abgerechnet.

**Zu den Fragen 21 und 22:**

- *Die Werbeausgaben des Kalenderjahres 2018 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)?*

Medium	Bruttokosten	Thema der Schaltung	Erscheinungstag
autorevue.at	€ 8.702,88	Polizeirekrutierung	15.10. bis 30.11.
bvz.at	€ 2.167,50	Polizeirekrutierung	10.09. bis 14.09.
diepresse.com	€ 14.250,00	Verhaltenstipps bei Amok und Terror	25.09. bis 31.10.
extradienst.at	€ 16.200,00	Polizeirekrutierung	01.10. bis 31.12.
heute.at	€ 21.708,01	Polizeirekrutierung	19.03. bis 17.04., 03.09. bis 23.09.
heute.at	€ 18.450,00	Verhaltenstipps bei Amok und Terror	25.09. bis 31.10.
krone.at	€ 94.670,18	Polizeirekrutierung	19.03. bis 17.04., 22.05. bis 21.06., 26.07. bis 28.07., 06.08. bis 10.08., 20.08. bis 31.08., 17.09. bis 21.09.
krone.at	€ 29.952,00	Verhaltenstipps bei	25.09. bis 31.10.

		Amok und Terror	
meinbezirk.at	€ 1.500,00	Polizeirekrutierung	14.03.
news.at	€ 18.948,48	Polizeirekrutierung	15.10. bis 30.11.
noen.at	€ 10.837,50	Polizeirekrutierung	10.09. bis 14.09.
oe24.at	€ 84.000,00	Polizeirekrutierung	26.02., 27.02., 15.03. bis 31.03., 01.04. bis 18.04., 21.05. bis 10.06.
oe24.at	€ 18.000,00	Verhaltenstipps bei Amok und Terror	25.09. bis 31.10.
profil.at	€ 422,88	Polizeirekrutierung	15.10. bis 30.11.
redbull.com	€ 16.982,40	Polizeirekrutierung	01.08. bis 30.11.
trend.at	€ 1.322,88	Polizeirekrutierung	15.10. bis 30.11.
tv-media.at	€ 6.602,88	Polizeirekrutierung	15.10. bis 30.11.
wochenblick.at	€ 7.176,00	Polizeirekrutierung	07.06. bis 12.07.
<b>Summe</b>	<b>€ 371.893,59</b>		

Mit den Inseraten bezüglich „Polizeirekrutierung“ sollte die Zielgruppe der 18- bis 29-Jährigen angesprochen werden. Mit den Inseraten bezüglich „Verhaltenstipps bei Amok und Terror“ sollte die gesamte Bevölkerung angesprochen werden. Die Reichweiten sind auf den jeweiligen Webseiten der angeführten Medien abrufbar.

#### Zur Frage 23:

- Sofern ein Staatssekretariat besteht: Wie sind die Fragen 1 bis 22 für dieses zu beantworten?

Eine Mitarbeiterin beziehungsweise ein Mitarbeiter des Staatssekretariats war unter anderem damit befasst, jeweils ein Social-Media-Profil auf Facebook, Twitter und Instagram für die Frau Staatssekretärin zu betreiben bzw. zu verwalten. Es wurden seitens des Innenressorts keine Werbeschaltungen für das Staatssekretariat vorgenommen.

Dr. Wolfgang Peschorn



