

Dr. Brigitte Bierlein  
Bundeskanzlerin

Herrn  
Mag. Wolfgang Sobotka  
Präsident des Nationalrats  
Parlament  
1017 Wien

Geschäftszahl: BKA-353.110/0036-IV/10/2019

Wien, am 24. Juni 2019

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Kucher, Kolleginnen und Kollegen haben am 24. April 2019 unter der Nr. **3375/J** an meinen Amtsvorgänger 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:

**Zu 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 darf auf die Beantwortung der parlamentarischen Anfrage Nr. 2243/J vom 7. November 2018 meines Amtsvorgängers verweisen.

Zu den Social Media-Kanälen des österreichischen Vorsitzes im Rat der Europäischen Union 2018 darf ich anmerken, dass diese nur im Zeitraum von Ende Mai 2018 bis Mitte Jänner 2019 aktiv betreut und betrieben wurden. Seit Mitte Jänner 2019 sind die Social Media-Profilen und die Website des österreichischen Ratsvorsitzes in der Europäischen Union ([www.eu2018.at](http://www.eu2018.at)) weiterhin öffentlich abrufbar, werden aber nicht mehr aktiv redaktionell betreut.

**Zu 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 Social-Media-Kanäle des Bundeskanzleramtes wurden und werden von den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der in der Geschäftseinteilung dafür vorgesehenen Organisationseinheiten betreut.

**Zu den Fragen 3 und 4:**

- *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)?*

Ich darf auf die Beantwortungen der parlamentarischen Anfragen Nr. 2186/J vom 29. Oktober 2018, Nr. 2243/J vom 7. November 2018 und Nr. 2742/J vom 29. Jänner 2019 meines Amtsvorgängers verweisen.

**Zu den Fragen 5 und 20:**

- *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)?*
- *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)?*

Es sind keine Kosten der abgefragten Art angefallen.

**Zu 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)?*

Seitens des Bundeskanzleramtes besteht ein Rechnungskonto für den Facebook-Account. Über dieses Rechnungskonto erfolgten Zahlungen in Höhe von insgesamt 755,84 Euro (siehe hierzu auch die Beantwortung zu den Fragen 2 bis 4 der parlamentarischen Anfrage Nr. 2186/J vom 29. Oktober 2018 meines Amtsvorgängers). Die Verbuchung erfolgte zu Lasten der Finanzposition 1-7284.004 „Ressortübergreifende Informationsarbeit“.

**Zu den Fragen 7 bis 19:**

- *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 Accounts/Seiten Zielgruppendefinitionen vorgenommen?*

- 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)?
- 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?

Es wurden weder Custom Audiences aus Kundenlisten als Zielgruppenart erstellt, kopiert oder hochgeladen, noch wurde ein detailliertes Targeting mit zusätzlichen demografischen Angaben, Interessen oder Ähnlichem als Option im Zielgruppenmanagement durchgeführt.

Darüber hinaus darf ich auf die Beantwortung der parlamentarischen Anfrage Nr. 2186/J vom 29. Oktober 2018 und Nr. 2243/J vom 7. November 2018 meines Amtsvorgängers verweisen.

**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	Zeitraum (2018)	Kurzbeschreibung	Reichweite
derstandard.at	9.6. und 10.6.	ROS RECTfix	501.604
Kommunalnet.at	KW 25 bis 26	redaktioneller Beitrag	49.666
kroneanzeigen.at	8.6. bis 15.6.	Advertorial	246.815
kurier.at	11.6. bis 30.6.	Advertorial	4.121.792
miss.at	27.6.	NativeAD	98.273
oe24.at	1.7. bis 31.8.	Pre-Rolls, Sitebar und Mobile Understitial	2.170.630
ORF.at	16.6. 17.6. bis 28.6.	Front - Half Page Ad RON - Medium Rectangle	1.909.361
Pegasus nachrichten.at	14.6. bis 30.6.	Advertorial	147.259
skip.at	26.6. bis 30.6.	Advertorial	12.716
volksblatt.at	1.7. bis 30.9.	Sidebar Banner	175.500

Alle angeführten Onlineschaltungen fanden anlässlich des österreichischen EU-Ratsvorsitzes beziehungsweise im Rahmen des Auftaktevents „Servus Europa“ statt. Die Zielgruppendefinition wurde auf Basis der Daten der Österreichischen Webanalyse aufgesetzt. Parallel dazu wurden auch Regionalmedien rund um den Veranstaltungsort berücksichtigt, um eine

Öffentlichkeit für die Veranstaltung zu generieren. In Zusammenhang mit den Kosten der Schaltungen darf ich auf die Beantwortung der Frage 2 der parlamentarischen Anfrage Nr. 2127/J vom 25. Oktober 2018 meines Amtsvorgängers verweisen.

Dr. Brigitte Bierlein

