

 Bundeskanzleramt

bundeskanzleramt.gv.at

Karl Nehammer
Bundeskanzler

Herrn
Mag. Wolfgang Sobotka
Präsident des Nationalrats
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2022-0.475.185

Wien, am 30. August 2022

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Kucher, Kolleginnen und Kollegen haben am 30. Juni 2022 unter der Nr. **11504/J** eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Zielgruppen und Werbeausgaben in sozialen Netzwerken und Online-Medien im ersten Halbjahr 2022“ an mich gerichtet.

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

Zu den Fragen 1, 2, 6 und 23:

1. *Welche Social-Media-Accounts und -Seiten wurden im ersten Halbjahr 2022 (1. Jänner bis 30. Juni 2022) von Ihrem Ressort (mit-)betrieben (bitte um Aufschlüsselung jeweils nach Plattform und Namen der Accounts/Seiten)?*
2. *Welche MitarbeiterInnen Ihres Ressorts waren im ersten Halbjahr 2022 (1. Jänner bis 30. Juni 2022) mit der Betreuung der Social-Media-Accounts und -Seiten beschäftigt (bitte um detaillierte Aufschlüsselung jeweils nach Name, Funktion, Organisationseinheit, Beschäftigungszeitraum und Beschreibung des Tätigkeitsbereichs)?*
6. *Mit wie vielen verschiedenen Rechnungskonten wurde im ersten Halbjahr 2022 (1. Jänner bis 30. Juni 2022) 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)?

23. Sofern im Zeitraum der gegenständlichen Anfrage ein Staatssekretariat bestand:
Wie sind die vorhergehenden Fragen für dieses zu beantworten?

Ich darf auf die Beantwortung der parlamentarischen Anfragen Nr. 7223/J vom 7. Juli 2021 und Nr. 11378/J vom 12. August 2022 verweisen.

Zu den Fragen 3 bis 5 und 7 bis 22:

3. Wie hoch waren die Gesamtkosten Ihres Ressorts für Werbung in Sozialen Netzwerken, Online-Medien und anderen digitalen Plattformen im ersten Halbjahr 2022 (1. Jänner bis 30. Juni 2022)?
- b. Wie hoch waren die aufgewendeten Kosten Ihres Ressorts je Plattform im ersten Halbjahr 2022 (1. Jänner bis 30. Juni 2022) (bitte um Aufschlüsselung nach Plattform/Onlinemedium und dort aufgewendetem Budget)?
4. Wie hoch waren die Gesamtkosten der genannten Accounts für Sponsoring bzw. Postings im ersten Halbjahr 2022 (1. Jänner bis 30. Juni 2022) (Bitte um detaillierte Aufschlüsselung nach Kanal, geschaltetem Budget und Anführung der gesponserten Postings)?
5. Wie hoch waren die Kosten, die ausschließlich aus der Bewerbung der jeweiligen Accounts (Seiten) im ersten Halbjahr 2022 (1. Jänner bis 30. Juni 2022) entstanden sind (bitte um detaillierte Aufschlüsselung nach Plattform, jeweiligem Account/jeweiliger Seite, verwendetem Budget sowie Zeitpunkt/Zeitraum der Bewerbung)?
7. In welcher Höhe wurden Beiträge/Postings seitens Ihres Ressorts im ersten Halbjahr 2022 (1. Jänner bis 30. Juni 2022) gesponsert (bitte um detaillierte Einzelaufschlüsselung aller gesponserten Beiträge/Postings, jeweilige Kosten des Sponsorings, Veröffentlichungsdatum des Beitrags/Postings, Kurzbeschreibung des Postings und jeweiligem Account)?
8. Je Plattform und Account/Seite: Welches Posting (welche Schaltung) wurde im ersten Halbjahr 2022 (1. Jänner bis 30. Juni 2022) 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)?
9. Wurden bei der Bewerbung / beim Sponsoring der Accounts/Seiten Zielgruppendefinitionen vorgenommen?
 10. Wurden im ersten Halbjahr 2022 (1. Jänner bis 30. Juni 2022) bei der Bewerbung / beim Sponsoring der Postings Zielgruppendefinitionen vorgenommen?
 11. Wurden im ersten Halbjahr 2022 (1. Jänner bis 30. Juni 2022) 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)?
 12. Wurden im ersten Halbjahr 2022 (1. Jänner bis 30. Juni 2022) 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?
 13. Wurden im ersten Halbjahr 2022 (1. Jänner bis 30. Juni 2022) 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)?
 14. Wie ist die Frage 13)a. für Instagram zu beantworten?
 15. Wie ist die Frage 13)a. für Youtube zu beantworten?
 16. Wurden im ersten Halbjahr 2022 (1. Jänner bis 30. Juni 2022) 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)?
 17. Wurden im ersten Halbjahr 2022 (1. Jänner bis 30. Juni 2022) 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)?

18. *Wie ist Frage 17 für Youtube zu beantworten?*
19. *Wie ist Frage 17 für Instagram zu beantworten?*
20. *Wie hoch sind die Kosten seitens Ihres Ressorts im ersten Halbjahr 2022 (1. Jänner bis 30. Juni 2022) für die Nutzung von Google Ads (bitte um detaillierte Aufschlüsselung der einzelnen Schaltungen, Zeitraum, Beschreibung und Kosten)?*
21. *Die Werbeausgaben Ihres Ressorts im ersten Halbjahr 2022 (1. Jänner bis 30. Juni 2022) 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)?*
22. *Wie hoch war die aus diesen Schaltungen erzielte Reichweite im ersten Halbjahr 2022 (1. Jänner bis 30. Juni 2022) (bitte um detaillierte Aufschlüsselung nach Medium, Zeitraum der Schaltung, Kurzbeschreibung, dem Ressort verrechnete Kosten, jeweilige Schaltung und Reichweite)?*

Für die COVID-Informationskampagne der Bundesregierung wurden Schaltungen in folgenden Medien im 1. Halbjahr 2022 bezahlt:

Zeitraum und Medium	Kosten inkl. aller Abgaben in Euro
Phase 30	
Adops/Serverkosten	8.667,30
Channel Famile und Kinder	6.426,00
Channel Familie_Video	12.000,01
Cluster News	12.000,01
Cope Network	14.718,60
DAZN.com	24.000,01
Digital Video	24.000,01
derstandard.at	17.850,00
familiiii	6.000,00

fratz.at	6.166,80
Goldbach Audience Network _Video	11.644,28
heute.at	14.499,26
inative Network	54.000,24
IP Network_Video	12.000,01
krone.at	14.700,57
kurier.at	14.467,21
meinbezirk.at	5.100,00
oe24.at	14.742,16
PurPur Media Network	6.426,00
Regionews Portale	16.830,00
Xaxis vSpot_Video	24.120,00
Xaxis xPage	18.579,28
XLR iClick Premium	55.500,00
XLR vView	43.200,00
YOC Network	18.000,01
Phase 31	
Cope Network	12.265,50
derstandard.at	17.850,00
gmx.at	6.045,00
heute.at	36.000,02
inative Network	45.882,65
IP Network_Video	12.000,08
krone.at	14.700,57
kurier.at	12.518,41
Meetrics/Serverkosten/Serveeinrichtungskosten	6.581,26
meinbezirk.at	7.140,00
oe24.at	12.000,00

Regionews Portale	11.999,98
Xaxis xPage	26.400,01
XLR iClick Premium	74.880,00
YOC Network	15.736,56
Phase 32	
Adops/Serverkosten	4.107,44
Cope Network	6.132,75
derstandard.at	11.220,00
heute.at	6.058,80
inative Network	22.680,00
IP Network_Video	4.320,03
krone.at	7.350,29
kurier.at	6.259,21
meinbezirk.at	2.550,00
oe24.at	6.026,67
Regionews Portale	7.548,00
Xaxis vSpot_Video	5.628,00
Xaxis xPage	8.054,87
XLR iClick Premium	23.040,00
XLR vView	14.400,00
XLR vView	14.400,00
YOC Network	8.578,83
Phase 33	
Adops/Serverkosten	6.424,60
Cope Network - Channel Gesundheit, Career, Familie	13.737,36
dasbiber.at	5.964,00
DAZN.com	28.829,30
digicast.ron	9.360,24

docfinder.at	5.635,50
gmx.at	6.045,00
Goldbach Audience Network	13.170,73
heute.at	8.262,00
inative Network	16.800,00
kosmo.at	8.629,20
kurier.at	9.622,55
Laola1.at	12.316,51
M4M Network	2.161,13
meinbezirk.at	10.200,00
Regionews Portale	11.999,99
ScreenOnDemand Network	9.599,97
Teads Network	12.000,00
volume.at	4.143,14
willhaben.at	8.400,00
Xaxis aSpot_Video	33.152,29
Xaxis xPage	45.658,55
XLR vView	19.200,00
YOC Network	17.015,10
Phase 34	
Adops/Serverkosten	3.065,77
Channel Career	1.132,20
Channel Familie	1.811,52
Channel Gesundheit	1.132,20
Channel Jugend	1.811,52
Channel Special Interest	1.811,52
Channel TV Brands_Video	2.769,43
Cope Network	6.355,38
dasbiber.at	1.730,22

docfinder.at	2.200,85
Goldbach Audience Network	4.872,46
GroupM - Webradio	10.434,78
heute.at	2.965,85
inative Network	9.692,30
IP Network_Video	2.824,62
kosmo.at	3.318,92
krone.at	8.584,94
kurier.at	10.528,36
meinbezirk.at	2.824,62
oe24 Network	5.096,63
Podcast Network	10.526,77
Produktionskosten	20.098,80
Regionews Portale	9.170,53
Sky	2.769,43
Xaxis vSpot_Video	20.299,98
Xaxis xPage	14.953,85
XLR vView	9.969,23
YOC Network	4.218,10

Hinsichtlich Zielgruppen und Reichweite können die genannten Phasen wie folgt aufgeschlüsselt werden

Phase	Thema		Zielgruppe	Sichtkontakte (Adimpressions, Clicks)
Phase 30 01.01. – 31.01.2022	3. Stich/Booster & Kinderimpfung Sujet: Dritte Dosis 'Mädchen mit Kette	Online	3. Stich: Erwachsene im Alter von 18-69 Jahren Kinderimpfung: Eltern und Großeltern von Kinder ab 5 Jahren	AI's*: 69.091.863 Clicks: 130.161

Phase 31 01.02. – 28.02.2022	3. Stich/Boos- ter Sujet: Jas- min/Jo- chen/Kai/Si- mone & Veit	Online	A 14 bis 75 Jahre; Fokussierung auf die jüngere Zielgruppe (14-30 Jahre)	AI's: 41.623.069 Clicks: 110.042
Phase 32 01.03. – 18.03.2022	3. Stich/Boos- ter Sujet: Jas- min/Jo- chen/Kai/Si- mone & Veit	Online	A 14 bis 75 Jahre; Fokussierung auf die jüngere Zielgruppe (14-30 Jahre)	AI's: 25.293.379 Clicks: 38.880
Phase 33 21.03. – 30.04.2022	# Gemeinsam geimpft Sujet: Grunder- krankung, Frauen im Mu- terschutz, Seni- oren, junge Menschen, Menschen aus Südost-Europa, im Team arbei- ten	Online	A 14 bis 75 Jahre; Fokussierung auf junge Frauen mit Kinder im Haushalt, nicht Erwerbstätige, Rentner und Pensionisten, Menschen mit südosteuropäischer Herkunft, junge Leute	AI's: 15.691.202 Clicks: 236.936
	# Gemeinsam geimpft	Web- radio	A 14 bis 75 Jahre; Fokussierung auf junge Frauen mit Kinder im Haushalt, nicht Erwerbstätige, Rentner und Pensionisten, Menschen mit südosteuropäischer Herkunft, junge Leute	AI's: 2.309.810 LTR: 95,77%
Phase 34 23.05. – 30.06.2022	#Gemeinsam geimpft Sujet: Grunder- krankung, Frauen im Mu- terschutz, Seni- oren, junge Menschen, Menschen mit südosteuropä- scher Herkunft, im Team arbei- ten	Online	A 14 bis 75 Jahre; Fokussierung auf junge Frauen mit Kinder im Haushalt, nicht Erwerbstätige, Rentner und Pensionisten, Menschen mit südosteuropäischer Herkunft, junge Leute	AI's: 19.011.379 Clicks: 63.998

	#Gemeinsam geimpft	Web-radio	A 14 bis 75 Jahre; Fokussierung auf junge Frauen mit Kinder im Haushalt, nicht Erwerbstätige, Rentner und Pensionisten, Menschen mit südosteuropäischer Herkunft, junge Leute	Impressions 2.329.697 LTR*: 93,97%
--	--------------------	-----------	---	--

* AI's = Ad Impressions (Ad Impressions sind die Aufrufe von Werbemitteln auf einem AdServer. Die Zahl der Aufrufe der einzelnen Werbemittel wird normalerweise auf AdServern protokolliert und macht sie damit zu messbaren Werbemittelkontakte)

*LTR = bedeutet Listen Through Rate und diese gibt die Anzahl der Personen an, die einen Spot vom Anfang bis zum Ende komplett durchgehört haben

Im ersten Halbjahr 2022 erfolgten Zahlungen an Google Ireland Limited für Schaltungen in Höhe von insgesamt 32.090,72 Euro. Darüber hinaus darf ich auf die Beantwortung der parlamentarischen Anfragen Nr. 10453/J vom 31. März 2022, Nr. 10859/J vom 27. April 2022, Nr. 11142/J vom 1. Juni 2022, Nr. 11366/J vom 15. Juni 2022 und Nr. 11489/J vom 30. Juni 2022 verweisen sowie den monatlichen Berichten des Bundeskanzleramts an das Parlament über die Verwendung von Mitteln des COIVD-19-Fonds.

Karl Nehammer

