

 Bundeskanzleramt

bundeskanzleramt.gv.at

Karl Nehammer
Bundeskanzler

Herrn
Mag. Wolfgang Sobotka
Präsident des Nationalrats
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2022-0.899.087

Wien, am 14. Februar 2023

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Kucher, Kolleginnen und Kollegen haben am 14. Dezember 2022 unter der Nr. **13339/J** eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Zielgruppen und Werbeausgaben in sozialen Netzwerken und Online-Medien im zweiten 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 zweiten Halbjahr 2022 (1. Juli bis 31. Dezember 2022) von Ihrem Ressort (mit-)betrieben (bitte um Aufschlüsselung jeweils nach Plattform und Namen der Accounts/Seiten)?*
2. *Welche MitarbeiterInnen Ihres Ressorts waren im zweiten Halbjahr 2022 (1. Juli bis 31. Dezember 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 zweiten Halbjahr 2022 (1. Juli bis 31. Dezember 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 Anfrage Nr. 11504/J vom 30. Juni 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 zweiten Halbjahr 2022 (1. Juli bis 31. Dezember 2022)?
 - a. Wie hoch waren die aufgewendeten Kosten Ihres Ressorts je Plattform im zweiten Halbjahr 2022 (1. Juli bis 31. Dezember 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 zweiten Halbjahr 2022 (1. Juli bis 31. Dezember 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 zweiten Halbjahr 2022 (1. Juli bis 31. Dezember 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 zweiten Halbjahr 2022 (1. Juli bis 31. Dezember 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 zweiten Halbjahr 2022 (1. Juli bis 31. Dezember 2022) am höchsten gesponsert (bitte um detaillierte Aufschlüsselung nach Plattform, jeweiligem Account/Seite,

- entsprechendem Posting, geschaltetem Budget und hierzu definierter Zielgruppe angewandtem detaillierten Targeting)?*
9. *Wurden bei der Bewerbung / beim Sponsoring der Accounts/Seiten Zielgruppendefinitionen vorgenommen?*
10. *Wurden im zweiten Halbjahr 2022 (1. Juli bis 31. Dezember 2022) bei der Bewerbung / beim Sponsoring der Postings Zielgruppendefinitionen vorgenommen?*
11. *Wurden im zweiten Halbjahr 2022 (1. Juli bis 31. Dezember 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 zweiten Halbjahr 2022 (1. Juli bis 31. Dezember 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 zweiten Halbjahr 2022 (1. Juli bis 31. Dezember 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 zweiten Halbjahr 2022 (1. Juli bis 31. Dezember 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 zweiten Halbjahr 2022 (1. Juli bis 31. Dezember 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 zweiten Halbjahr 2022 (1. Juli bis 31. Dezember 2022) für die Nutzung von Google Ads (bitte um detaillierte Aufschlüsselung der einzelnen Schaltungen, Zeitraum, Beschreibung und Kosten)?
21. Die Werbeausgaben Ihres Ressorts im zweiten Halbjahr 2022 (1. Juli bis 31. Dezember 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 zweiten Halbjahr 2022 (1. Juli bis 31. Dezember 2022) (bitte um detaillierte Aufschlüsselung nach Medium, Zeitraum der Schaltung, Kurzbeschreibung, dem Ressort verrechnete Kosten, jeweilige Schaltung und Reichweite)?

Phase 34 23.05. – 30.06.2022	
Medium	Kosten inkl. aller Abgaben in Euro
Cope Network	41.249,63
dasbiber.at	3.320,36
kurier.at	6.083,06
Meetrics, Serverkosten, Zusatzkosten	83,93
Serverkosten	586,99

Hinsichtlich Zielgruppen und Reichweite kann die genannte Phase wie folgt aufgeschlüsselt werden:

Phase	Thema		Zielgruppe	Sichtkontakte (Adimpressions, Clicks)
Phase 34 23.05. - 30.06.2022	#Gemeinsam geimpft Sujet: Grunderkrankung, Frauen im Mutterschutz, Senioren, junge Menschen, Menschen aus Südost-Europa, im Team arbeiten	Online	A 14 bis 75 Jahre; Fokussierung auf junge Frauen mit Kindern im Haushalt, nicht Erwerbstätige, Rentner und Pensionisten, Menschen mit südosteuropäischer Herkunft, junge Leute	AI's*: 19.011.379 Clicks: 63.998
Phase 34 23.05. - 30.06.2022	#Gemeinsam geimpft	Web-radio	A 14 bis 75 Jahre; Fokussierung auf junge Frauen mit Kindern 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 Werbemittelkontakten)

*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 zweiten Halbjahr 2022 erfolgten Zahlungen für Schaltungen an Facebook Ireland Limited in Höhe von insgesamt 390,27 Euro.

Karl Nehammer

