

Univ.-Prof. Dr. Martin Kocher
Bundesminister

Stubenring 1, 1010 Wien

Herrn
Präsidenten des Nationalrates
Mag. Wolfgang Sobotka
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2023-0.902.408

Ihr Zeichen: BKA - PDion (PDion)17203/J-NR/2023

Wien, am 14. Februar 2024

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Philip Kucher und weitere haben am 14.12.2023 unter der **Nr. 17203/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend **Zielgruppen und Werbeausgaben in sozialen Netzwerken und Online-Medien im zweiten Halbjahr 2023** gerichtet.

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

Zu den Fragen 1 und 2

- *Welche Social-Media-Accounts und -Seiten wurden im zweiten Halbjahr 2023 (1. Juli bis 31. Dezember 2023) von Ihrem Ressort (mit-)betrieben (bitte um Aufschlüsselung jeweils nach Plattform und Namen der Accounts/Seiten)?*
- *Welche MitarbeiterInnen Ihres Ressorts waren im zweiten Halbjahr 2023 (1. Juli bis 31. Dezember 2023) mit der Betreuung der Social-Media-Accounts und -Seiten beschäftigt (bitte um detaillierte Aufschlüsselung jeweils nach Name, Funktion, Organisationseinheit, Beschäftigungszeitraum und Beschreibung des Tätigkeitsbereichs)?*

Dazu ist auf die unverändert gültigen Ausführungen in der Beantwortung der parlamentarischen Anfrage Nr. 15510/J zu verweisen und ergänzend mitzuteilen, dass seitens des

Bundesamts für Eich- und Vermessungswesen nunmehr auch der Google-Account "Bundesamt für Eich- und Vermessungswesen" betrieben wird.

Zu den Fragen 3 bis 5, 7, 8, 21 und 22

- *Wie hoch waren die Gesamtkosten Ihres Ressorts für Werbung in Sozialen Netzwerken, Online-Medien und anderen digitalen Plattformen im zweiten Halbjahr 2023 (1. Juli bis 31. Dezember 2023)?*
 - *Wie hoch waren die aufgewendeten Kosten Ihres Ressorts je Plattform im zweiten Halbjahr 2023 (1. Juli bis 31. Dezember 2023) (bitte um Aufschlüsselung nach Plattform/Onlinemedium und dort aufgewendetem Budget)?*
- *Wie hoch waren die Gesamtkosten der genannten Accounts für Sponsoring bzw. Postings im zweiten Halbjahr 2023 (1. Juli bis 31. Dezember 2023) (Bitte um detaillierte Aufschlüsselung nach Kanal, geschaltetem Budget und Anführung der gesponserten Postings)?*
- *Wie hoch waren die Kosten, die ausschließlich aus der Bewerbung der jeweiligen Accounts (Seiten) im zweiten Halbjahr 2023 (1. Juli bis 31. Dezember 2023) entstanden sind (bitte um detaillierte Aufschlüsselung nach Plattform, jeweiligem Account/jeweiliger Seite, verwendetem Budget sowie Zeitpunkt/Zeitraum der Bewerbung)?*
- *In welcher Höhe wurden Beiträge/Postings seitens Ihres Ressorts im zweiten Halbjahr 2023 (1. Juli bis 31. Dezember 2023) 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 im zweiten Halbjahr 2023 (1. Juli bis 31. Dezember 2023) 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)?*
- *Die Werbeausgaben Ihres Ressorts im zweiten Halbjahr 2023 (1. Juli bis 31. Dezember 2023) 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 im zweiten Halbjahr 2023 (1. Juli bis 31. Dezember 2023) (bitte um detaillierte Aufschlüsselung nach*

Medium, Zeitraum der Schaltung, Kurzbeschreibung, dem Ressort verrechnete Kosten. jeweilige Schaltung und Reichweite)?

Dazu ist einleitend festzuhalten, dass es sich bei den genannten Beträgen im Zusammenhang mit Öffentlichkeitsarbeit in allen Fällen um keine Kosten für Werbung, sondern für Informationsarbeit handelt, wie sie in Teil 1, Z. 10 der Anlage zu § 2 Bundesministeriengesetz als Teil des Wirkungsbereichs der Bundesministerien genannt ist.

Die von der Zentralleitung des Ressorts im zweiten Halbjahr 2023 veröffentlichten beworbenen Postings inklusive entstandener Kosten sind der Tabelle in der Beilage zu entnehmen. Die als "Like-Ads" gekennzeichneten Postings dienen der Erhöhung der Sichtbarkeit der Facebook-Profile selbst. Darüber hinaus sind für Beratungsleistungen zur Betreuung der Social-Media-Accounts des BMAW durch die Digitalberatung GmbH im dritten Quartal 2023 Kosten in Höhe von € 2.932,30 inkl. USt. entstanden. Das vierte Quartal ist noch nicht abgerechnet. Für die Betreuung der Social-Media-Kanäle der Arbeitsinspektion sind Kosten in Höhe von € 2.322,00 inkl. USt. angefallen.

Die für die Bewerbung von Postings des Facebook-Profiles der Arbeitsinspektion entstandenen Kosten sind der nachstehenden Tabelle zu entnehmen:

Beitrag/Posting	Kosten in €	Veröffentlichung	Start der Bewerbung	Kurzbeschreibung
Krebserregende Stoffe	26,68	23.11.2023	23.11.2023	Vorstellung eines interaktiven Tools aus Belgien zum Umgang mit krebserregenden Stoffen am Arbeitsplatz
Schwangere Arbeitnehmerinnen	112,13	16.11.2023	16.11.2023	Gefährdungen von schwangeren Arbeitnehmerinnen, die im Bereich der Anästhesie tätig sind
EU-Kampagne 2023-2025	107,17	14.11.2023	14.11.2023	Auftaktveranstaltung zur EU-Kampagne 2023-25 "Sicher und gesund Arbeiten in Zeiten der Digitalisierung"

Beitrag/Posting	Kosten in €	Veröffentlichung	Start der Bewerbung	Kurzbeschreibung
EU-OSHA	11,65	05.10.2023	05.10.2023	Interview mit William Cockburn Salazar, Direktor der Europäischen Agentur für Sicherheit und Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz
Arbeitsinspektorinnen und Arbeitsinspektoren von morgen	81,18	02.10.2023	02.10.2023	Vorstellung Grundausbildung
Erfolgsgeschichte Lärm	59,41	07.09.2023	07.09.2023	Beispiele für Verringerung der Lärmbelastung für Beschäftigte in einem Industriebetrieb
Fakten statt Mythen	90,59	21.08.2023	07.09.2023	Erfordernis zusätzlicher Toiletten bei weiblichen Lehrlingen
Elektrostapler	99,62	19.06.2023	01.08.2023	Tipps zur Verwendung von Elektrostaplern
Juli-Newsletter	58,48	04.07.2023	04.07.2023	Hinweis zur Veröffentlichung des Newsletters der Arbeitsinspektion
Hitze am Arbeitsplatz	25,09	14.07.2023	14.07.2023	Maßnahmen zur Verringerung der Belastungen für Beschäftigte durch zusätzliche Hitzetage

Die für die Bewerbung von Postings des Instagram-Profiles der Arbeitsinspektion entstandenen Kosten sind der nachstehenden Tabelle zu entnehmen:

Beitrag/Posting	Kosten in €	Veröffentlichung	Start der Bewerbung	Kurzbeschreibung
Krebserregende Stoffe am Arbeitsplatz	147,98	24.05.2023	31.07.2023	Exposition krebserregende Stoffe

Beitrag/Posting	Kosten in €	Veröffentlichung	Start der Bewerbung	Kurzbeschreibung
EU-OSHA	42,76	05.10.2023	05.10.2023	siehe oben
Geschichte der Arbeitsinspektion - Teil 3	0,55	25.5.2023	25.5.2023	Videoreihe über die Geschichte der Arbeitsinspektion
Arbeitsinspektorinnen und Arbeitsinspektoren von morgen	157,24	02.10.2023	02.10.2023	siehe oben
Erfolgsgeschichte Lärm	36,36	12.09.2023	09.11.2023	siehe oben
Fakten statt Mythen	113,64	21.08.2023	21.08.2023	siehe oben
Juli Newsletter	30,48	04.07.2023	04.07.2023	siehe oben
Elektrostapler	127,55	19.06.2023	01.07.2023	siehe oben
Hitze am Arbeitsplatz	25,28	14.07.2023	14.07.2023	siehe oben

Betreffend Schaltungen in Online-Medien ist auf die Beantwortungen der parlamentarischen Anfragen Nr. 16459/J und 17162/J zu verweisen.

Zu den Fragen 6, 9 bis 19 und 23

- *Mit wie vielen verschiedenen Rechnungskonten wurde im zweiten Halbjahr 2023 (1. Juli bis 31. Dezember 2023) seitens Ihres Ressorts je Social-Media-Account gearbeitet (bitte um Darstellung der etwaigen verschiedenen Rechnungskonten und Aufschlüsselung nach jeweils verwendetem Budget pro Account)?*
 - *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)?*
- *Wurden bei der Bewerbung/beim Sponsoring der Accounts/Seiten Zielgruppendefinitionen vorgenommen?*
- *Wurden im zweiten Halbjahr 2023 (1. Juli bis 31. Dezember 2023) bei der Bewerbung / beim Sponsoring der Postings Zielgruppendefinitionen vorgenommen?*
- *Wurden im zweiten Halbjahr 2023 (1. Juli bis 31. Dezember 2023) bei der Bewerbung der Accounts/Seiten sowie der dortigen Postings bzw. Schaltungen oder Uploads unterschiedliche Zielgruppendefinitionen vorgenommen?*

- *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 im zweiten Halbjahr 2023 (1. Juli bis 31. Dezember 2023) bei der zweiteilung der Zielgruppen Custom Audiences verwendet?*
 - *Wenn ja, welche Option wurde für die Custom Audience gewählt?*
 - *Was war die Quelle für die jeweilige Option, die dafür verwendet wurde (Kundendaten, Website-Traffic, App Aktivität, Offline Aktivität)?*
 - *Welche Datenquelle wurde für die jeweilige Option verwendet?*
- *Wurden im zweiten Halbjahr 2023 (1. Juli bis 31. Dezember 2023) bei der Bewerbung der Accounts / Seiten sowie der dortigen Postings bzw. Schaltungen oder Uploads, detailliertes Targeting vorgenommen?*
 - *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 zusätzlicher 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 im zweiten Halbjahr 2023 (1. Juli bis 31. Dezember 2023) 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 im zweiten Halbjahr 2023 (1. Juli bis 31. Dezember 2023) bei der Bewerbung/beim Sponsoring, der Accounts/Seiten und dortigen Postings bzw. Schaltungen oder Uploads auf Facebook jemals sogenannte "Verbindungen" zweiteilt und verwendet um Personenkreise ein- bzw. auszuschließen (bitte um detaillierte Aufschlüsselung nach Account/Seite, jeweiligem Posting/Upload, insgesamt zweiteilten 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?*
- *Sofern ein Staatssekretariat besteht: Wie sind die Fragen 1 bis 22 für dieses zu beantworten?*

Dazu ist auf die unverändert gültigen Ausführungen in der Beantwortung der parlamentarischen Anfrage Nr. 13343/J zu verweisen.

Zur Frage 20

- *Wie hoch sind die Kosten seitens Ihres Ressorts im zweiten Halbjahr 2023 (1. Juli bis 31. Dezember 2023) für die Nutzung von Google Ads (bitte um detaillierte Aufschlüsselung der einzelnen Schaltungen. Zeitraum, Beschreibung und Kosten)?*

Im 2. Halbjahr 2023 betrugen die Kosten von Google Ads für die Homepage "AusBildung bis 18" € 4.320,00 inkl. USt.

Beilage

Univ.-Prof. Dr. Martin Kocher

Elektronisch gefertigt

