

 **Bundeskanzleramt**

bundeskanzleramt.gv.at

Bundesministerin für
Frauen, Familie, Integration und Medien

MMag. Dr. Susanne Raab
Bundesministerin für Frauen, Familie, Integration
und Medien

Herrn
Mag. Wolfgang Sobotka
Präsident des Nationalrats
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2023-0.901.576

Wien, am 14. Februar 2024

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Kucher, Kolleginnen und Kollegen haben am 14. Dezember 2023 unter der Nr. **17196/J** eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Zielgruppen und Werbeausgaben in sozialen Netzwerken und Online-Medien im zweiten Halbjahr 2023“ an mich gerichtet.

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

Zu den Fragen 1, 2 und 4 bis 20:

1. *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)?*
2. *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)?*
4. *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)?

5. *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)?*
6. *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)?*
 - 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)?*
7. *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)?*
8. *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)?*
9. *Wurden bei der Bewerbung/beim Sponsoring der Accounts/Seiten Zielgruppendefinitionen vorgenommen?*
10. *Wurden im zweiten Halbjahr 2023 (1. Juli bis 31. Dezember 2023) bei der Bewerbung/ beim Sponsoring der Postings Zielgruppendefinitionen vorgenommen?*
11. *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?*
 - 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 2023 (1. Juli bis 31. Dezember 2023) bei der zweiteilung 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 2023 (1. Juli bis 31. Dezember 2023) 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 aufgewendete 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 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)?
17. 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)?
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 2023 (1. Juli bis 31. Dezember 2023) für die Nutzung von Google Ads (bitte um detaillierte Aufschlüsselung der einzelnen Schaltungen, Zeitraum, Beschreibung und Kosten)?

Ich darf auf die Beantwortung der parlamentarischen Anfrage Nr. 17209/J vom 14. Dezember 2023 durch den Bundeskanzler verweisen.

Zu den Fragen 3, 21 und 22:

3. *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)?*
- a. *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)?*
21. *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)?*
22. *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)?*

Umsetzung	Kampagne	erreichte AdImpressions	erreichte Klicks
Cope Network	16 Tage gegen Gewalt	4.875.352	7.087
GroupM Adops (Server-Kosten)	16 Tage gegen Gewalt		
FLEX XLR sReachPlus Meta FB&IG	16 Tage gegen Gewalt	1.021.813	2.504
FLEX Xaxis xRectangle	16 Tage gegen Gewalt	1.545.089	1.014
kurier.at	16 Tage gegen Gewalt	1.283.619	1.864
krone.at	16 Tage gegen Gewalt	1.806.839	2.005
ORF.at	16 Tage gegen Gewalt	1.865.678	3.915
meinbezirk.at	16 Tage gegen Gewalt	650.665	1.667
derstandard.at	16 Tage gegen Gewalt	1.004.974	2.430

Es wurden keine Custom Audiences sowie kein Geotargeting (bezüglich Standort) verwendet. Die Zielgruppe wurde breit definiert (18 bis 60 Jahre und bei gegebenen Interesse).

Zum Stichtag der Anfrage waren noch keine Kosten abgerechnet.

MMag. Dr. Susanne Raab

