

18561/AB
Bundesministerium vom 05.09.2024 zu 19186/J (XXVII. GP)
Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz
sozialministerium.at

Johannes Rauch
Bundesminister

Herrn
Mag. Wolfgang Sobotka
Präsident des Nationalrates
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2024-0.517.216

Wien, 4.9.2024

Sehr geehrter Herr Präsident!

Ich beantworte die an mich gerichtete schriftliche parlamentarische **Anfrage Nr. 19186/J des Abgeordneten Kucher, Genossinnen und Genossen betreffend Zielgruppen und Werbeausgaben in sozialen Netzwerken und Online-Medien im ersten Halbjahr 2024** wie folgt:

Einleitend halte ich fest, dass die Bundesregierung keine Werbung schaltet, sondern sich mittels Informationskampagnen an die Bevölkerung wendet.

Frage 1:

-
- *Welche Social-Media-Accounts und -Seiten wurden im ersten Halbjahr 2024 (1. Jänner bis 30. Juni 2024) von Ihrem Ressort (mit-)betrieben (bitte um Aufschlüsselung jeweils nach Plattform und Namen der Accounts/Seiten)?*

Folgende Kanäle werden durch die nach der Geschäftseinteilung zuständige Stelle des Bundesministeriums für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz (BMSGPK) bespielt bzw. inhaltlich betreut:

- Facebook <https://www.facebook.com/sozialministerium>

- X <https://twitter.com/bmsgpk>
- YouTube <https://www.youtube.com/user/bmaskWien>
- Instagram https://www.instagram.com/bmsgpk_aut/
- Flickr <https://www.flickr.com/photos/sozialministerium>
- LinkedIn <https://www.linkedin.com/company/bundesministerium-f%C3%BCr-soziales-gesundheit-pflege-und-konsumentenschutz/>
- Snapchat https://www.snapchat.com/add/bmsgpk_aut

Darüber hinaus werden bzw. wurden folgende Kanäle von der nach der Geschäftseinteilung zuständigen Stelle des BMSGPK betreut:

- Facebook (BMSGPK): <https://www.facebook.com/freiwilligenweb>
- YouTube (BMSGPK): <https://www.youtube.com/@Freiwilligenweb>
- Instagram: <https://www.instagram.com/boysday.at/>

Frage 2:

- *Welche MitarbeiterInnen Ihres Ressorts waren im ersten Halbjahr 2024 (1. Jänner bis 30. Juni 2024) mit der Betreuung der Social-Media-Accounts und -Seiten beschäftigt (bitte um detaillierte Aufschlüsselung jeweils nach Name, Funktion, Organisationseinheit, Beschäftigungszeitraum und Beschreibung des Tätigkeitsbereichs)?*

Die Social-Media-Accounts und -Seiten werden von den laut Geschäftseinteilung des BMSGPK dafür vorgesehenen Abteilungen betreut.

Frage 3:

- *Wie hoch waren die Gesamtkosten Ihres Ressorts für Werbung in Sozialen Netzwerken, Online-Medien und anderen digitalen Plattformen im ersten Halbjahr 2024 (1. Jänner bis 30. Juni 2024)?*
 - a. *Wie hoch waren die aufgewendeten Kosten Ihres Ressorts je Plattform im ersten Halbjahr 2024 (1. Jänner bis 30. Juni 2024) (bitte um Aufschlüsselung nach Plattform/Onlinemedium und dort aufgewendetem Budget)?*

Die Gesamtkosten im 1. Halbjahr 2024 für Online-Informationsmaßnahmen betrugen EUR 178.897,66 (netto).

Ad a.: Es wird auf die Beilage verwiesen. Ergänzend wird noch Folgendes angeführt:

Online-Medium	Informationsmaßnahme	Zeitraum	Kosten in EUR (netto)
Russmedia - VOL.at	NEBA (Frequenzanzeigen)	01.01.2024 - 30.06.2024 jeden Dienstag	2.145,00

Fragen 4:

- Wie hoch waren die Gesamtkosten der genannten Accounts für Sponsoring bzw. Postings im ersten Halbjahr 2024 (1. Jänner bis 30. Juni 2024) (Bitte um detaillierte Aufschlüsselung nach Kanal, geschaltetem Budget und Anführung der gesponserten Postings)?

Es wurden keine Sponsoring-Aktivitäten veranlasst. Demnach sind keine Kosten angefallen.

Frage 5:

- Wie hoch waren die Kosten, die ausschließlich aus der Bewerbung der jeweiligen Accounts (Seiten) im ersten Halbjahr 2024 (1. Jänner bis 30. Juni 2024) entstanden sind (bitte um detaillierte Aufschlüsselung nach Plattform, jeweiligem Account/jeweiliger Seite, verwendetem Budget sowie Zeitpunkt/Zeitraum der Bewerbung)?

Das BMSGPK hat ausschließlich informative Postings geschalten und keine Accounts bzw. Seiten beworben.

Frage 6:

- Mit wie vielen verschiedenen Rechnungskonten wurde im ersten Halbjahr 2024 (1. Jänner bis 30. Juni 2024) 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)?

Die Verbuchung der Auszahlungen und Einzahlungen erfolgt entsprechend den Vorgaben des Kontenplans für die Gebarung des Bundes (Kontenplanverordnung 2013, BGBl. II Nr. 74/2012). Die Öffentlichkeitsarbeit des Sozialministeriumservice wird aus Mitteln des Ausgleichtaxfonds (ATF) verrechnet (Konto Info und Forschung).

Fragen 7 und 8:

- *In welcher Höhe wurden Beiträge/Postings seitens Ihres Ressorts im ersten Halbjahr 2024 (1. Jänner bis 30. Juni 2024) 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 ersten Halbjahr 2024 (1. Jänner bis 30. Juni 2024) 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)?*

Es wurden keine Sponsoring-Aktivitäten veranlasst. Demnach sind keine Kosten angefallen.

Frage 9:

- *Wurden bei der Bewerbung/beim Sponsoring der Accounts/Seiten Zielgruppdefinitionen vorgenommen?*

Es wurden keine Accounts/Seiten beworben und keine Sponsoring-Aktivitäten vorgenommen.

Frage 10:

- *Wurden im ersten Halbjahr 2024 (1. Jänner bis 30. Juni 2024) bei der Bewerbung/beim Sponsoring der Postings Zielgruppdefinitionen vorgenommen?*

Es wird auf die Beilage verwiesen.

Frage 11:

- Wurden im ersten Halbjahr 2024 (1. Jänner bis 30. Juni 2024) 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)?

Nein, Accounts und Seiten des BMSGPK sowie dort veröffentlichte Postings wurden nicht beworben.

Frage 12:

- Wurden im ersten Halbjahr 2024 (1. Jänner bis 30. Juni 2024) 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?

Nein.

Fragen 13 bis 19:

- Wurden im ersten Halbjahr 2024 (1. Jänner bis 30. Juni 2024) 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 im ersten Halbjahr 2024 (1. Jänner bis 30. Juni 2024) 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 ersten Halbjahr 2024 (1. Jänner bis 30. Juni 2024) 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?

Nein.

Frage 20:

- Wie hoch sind die Kosten seitens Ihres Ressorts im ersten Halbjahr 2024 (1. Jänner bis 30. Juni 2024) für die Nutzung von Google Ads (bitte um detaillierte Aufschlüsselung der einzelnen Schaltungen, Zeitraum, Beschreibung und Kosten)?

Es wird auf die Beilage verwiesen.

Fragen 21 und 22:

- Die Werbeausgaben Ihres Ressorts im ersten Halbjahr 2024 (1. Jänner bis 30. Juni 2024) 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 ersten Halbjahr 2024 (1. Jänner bis 30. Juni 2024) (bitte um detaillierte Aufschlüsselung nach

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

Es wird auf die Beilage verwiesen. Ergänzend wird noch Folgendes angeführt:

Medientitel	Zeitraum	Beschreibung	Kosten in EUR (netto)	Zielgruppe	Reichweite/ Impressions
Russmedia - VOL.at	01.01.2024 bis 30.06.2024 jeden Dienstag	Frequenzanzeigen	2.145,00	Unternehmen/ Arbeitnehmer:innen	1.514.547 Sichtkontakte 587 Clicks

Beilage

Mit freundlichen Grüßen

Johannes Rauch

