

Mag. Alexander Schallenberg

Bundesminister

Minoritenplatz 8, 1010 Wien, Österreich

Herrn
Präsidenten des Nationalrates
Mag. Wolfgang Sobotka
Parlament
1017 Wien

Wien, am 5. September 2024

GZ. BMEIA-2024-0.510.309

Sehr geehrter Herr Präsident!

Die Abgeordneten zum Nationalrat Philip Kucher, Kolleginnen und Kollegen haben am 5. Juli 2024 unter der Zl. 19184/J-NR/2024 an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Zielgruppen und Werbeausgaben in sozialen Netzwerken und Online-Medien im ersten Halbjahr 2024“ gerichtet.

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

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

Zu den Fragen 1 und 2:

- *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)?*
- *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)?*

Ich verweise auf meine Beantwortung der parlamentarischen Anfrage Zl. 17200/J-NR/2023 vom 14. Dezember 2023.

Zu den Fragen 4 bis 20:

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

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?*
- *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)?*

Im Bundesministerium für europäische und internationale Angelegenheiten (BMEIA) entstanden im angefragten Zeitraum keine Kosten für Informationskampagnen in sozialen Netzwerken oder für die Nutzung von Google Ads.

Zu den Fragen 3, 21 und 22:

- *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)?*

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 Werbeausgaben Ihres Ressorts im ersten Halbjahr 2024 (1. Jänner bis 30. Juni 2024) erfolgten teilweise in Onlinemedien: Welche Zielgruppdefinitionen wurden dafür vorgenommen (bitte um detaillierte Aufschlüsselung nach Medium, Zeitraum der Schaltung, Kurzbeschreibung, dem Ressort verrechnete Kosten, jeweilige Schaltung und Zielgruppdefinition)?*
- *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)?*

Um Österreicherinnen und Österreicher, die einen Urlaub bzw. eine Reise ins Ausland planen, über die Auslandsservice App sowie die Reiseregistrierung zu informieren, wurden folgende Einschaltungen in Online-Medien vorgenommen:

Plattform	AdImpressions	Bruttokosten in Euro
orf.at	4.949.127	40.596,25

Darüber hinaus verweise ich auf meine Beantwortung der parlamentarischen Anfrage Zl. 18265/J-NR/2024 vom 27. März 2024. Im angefragten Zeitraum entstanden keine Kosten in sozialen Netzwerken und anderen digitalen Plattformen.

Mag. Alexander Schallenberg

