



MAG. KLAUDIA TANNER  
BUNDESMINISTERIN FÜR LANDESVERTEIDIGUNG

S91143/149-PMVD/2020

7. September 2020

Herrn  
Präsidenten des Nationalrates

Parlament  
1017 Wien

Die Abgeordneten zum Nationalrat Kucher, Genossinnen und Genossen haben am 7. Juli 2020 unter der Nr. 2692/J an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Zielgruppen und Werbeausgaben in sozialen Netzwerken und Online-Medien im ersten Halbjahr 2020“ gerichtet. Diese Anfrage beantworte ich wie folgt:

Zu 1:

Das Bundesministerium für Landesverteidigung (BMLV) betreibt folgende Social-Media-Accounts:

- Facebook: <https://www.facebook.com/bundesheer>  
<https://www.facebook.com/bundesheer.karriere>
- Instagram: <https://www.instagram.com/bundesheer.online>  
<https://www.instagram.com/bundesheer.karriere>
- Youtube: <https://www.youtube.com/channel/UCmUFDk80y7Ka1Y2Y-AonXQ>  
<https://www.youtube.com/bundesheer.karriere>
- Twitter: <https://twitter.com/Bundesheerbauer>

Zu 2:

Hiefür sind nach der Geschäftseinteilung des BMLV die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Abteilung für Information und Öffentlichkeitsarbeit zuständig. Ich ersuche um Verständnis, dass nähere Ausführungen zu dieser Frage aus Gründen des Datenschutzes nicht möglich sind.

Zu 3, 3a, 8 bis 10, 21 und 22:

Zur Gewährleistung einer effizienten Personalwerbung des Bundesheeres und zur Erfüllung der gesetzlichen Verpflichtung zur Information der Bevölkerung über den Wirkungsbereich des Ressorts werden u.a. Einschaltungen (Inserate) in diversen Medien vorgenommen. Die bedarfsgerecht erstellten Informationsinhalte werden unter Berücksichtigung spezifischer

Kriterien, wie Zielgruppe, Reichweite, Affinität, Auflagenhöhe und Zeitraum je nach Werbe- und Informationsziel in einer großen Bandbreite von Print-Medien und/oder Online-Medien geschaltet. Grundlage für die Informationstätigkeit ist die gemäß Teil 1 der Anlage zu § 2 Bundesministeriengesetz 1986 bestehende Verpflichtung, die österreichische Bevölkerung über den jeweiligen Ressortbereich zu informieren. Im Zeitraum 1. Jänner 2020 bis 30. Juni 2020 hat das BMLV dafür insgesamt rund 247.000 Euro aufgewendet.

Zu Aufträgen im Wert von mehr als 5.000 Euro wird auf die quartalsmäßigen Veröffentlichungen der Kommunikationsbehörde Austria nach dem Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz (MedKF-TG), BGBl. I Nr. 125/2011, verwiesen. Die vom BMLV eingemeldeten Daten sind vollständig und werden dem Gesetz entsprechend umfassend der Öffentlichkeit zugänglich beziehungsweise transparent gemacht. Jede andere Form der Erfassung von Mediadaten würde dem oben angeführten Gesetz nicht entsprechen. Aufträge im Wert von bis zu 5.000 Euro sind der nachstehende Tabelle zu entnehmen:

Medium	Kosten im 1. Quartal 2020
ORF App	€ 1.103,29
<a href="http://www.lehrberuf.info">www.lehrberuf.info</a>	€ 1.717,20
<a href="http://www.jobwald.at">www.jobwald.at</a>	€ 618,00
<a href="http://www.jobwein.at">www.jobwein.at</a>	€ 274,80
<a href="http://www.jobviertel.at">www.jobviertel.at</a>	€ 274,80
<a href="http://www.jobburg.at">www.jobburg.at</a>	€ 274,80
<a href="http://www.jobcity.at">www.jobcity.at</a>	€ 274,80
<a href="http://www.meinbezirk.at">www.meinbezirk.at</a>	€ 3.168,99

Medium	Kosten im 2. Quartal 2020
<a href="http://www.lehrberuf.info">www.lehrberuf.info</a>	€ 1.271,52
<a href="http://www.jobwald.at">www.jobwald.at</a>	€ 618,00
<a href="http://www.jobwein.at">www.jobwein.at</a>	€ 274,80
<a href="http://www.jobviertel.at">www.jobviertel.at</a>	€ 274,80
<a href="http://www.jobburg.at">www.jobburg.at</a>	€ 274,80
<a href="http://www.jobcity.at">www.jobcity.at</a>	€ 274,80
<a href="http://www.derstandard.at">www.derstandard.at</a>	€ 1.398,47
<a href="http://www.kleinezeitung.at">www.kleinezeitung.at</a>	€ 1.557,24
<a href="http://www.orf.at">www.orf.at</a>	€ 1.902,67
ORF App	€ 363,76

Zu 4 und 7:

Postings wurden nicht gesponsert.

Zu 5:

Accounts wurden nicht beworben.

Zu 6:

Da das Budget für Einschaltungen zentral bewirtschaftet wird, erfolgen alle Zahlungen über ein Verrechnungskonto.

Zu 11 und 16:

Ja, bei Personalwerbemaßnahmen erfolgt eine Unterscheidung in nationale und regionale Kampagnen. Bei regionalen Kampagnen, wie beispielsweise Berufsinformationstagen, erfolgt die Zielgruppendefinition mit einer geographischen Einschränkung von rund 100 km im Umkreis, resultierend aus dem Einzugsbereich der Verbände, bei nationalen Veranstaltungen erfolgt eine Segmentierung zur nationalen Ausspielung.

Zu 12 bis 15 und 17 bis 19:

Nein.

Zu 20:

Da Google Ads im BMLV nicht verwendet wird, fallen hierfür keine Kosten an.

Mag. Klaudia Tanner

