

Dr. Margarete Schramböck
Bundesministerin für Digitalisierung und
Wirtschaftsstandort

Präsident des Nationalrates
Mag. Wolfgang Sobotka
Parlament
1017 Wien

buero.schramboeck@bmdw.gv.at
Stubenring 1, 1010 Wien

Geschäftszahl: 2020-0.430.838

Ihr Zeichen: BKA - PDion (PDion)2693/J-NR/2020

In Beantwortung der schriftlichen parlamentarischen Anfrage Nr. 2693/J betreffend "Zielgruppen und Werbeausgaben in sozialen Netzwerken und Online-Medien im ersten Halbjahr 2020", welche die Abgeordneten Philip Kucher, Kolleginnen und Kollegen am 7. Juli 2020 an mich richteten, stelle ich fest:

Antwort zu Punkt 1 der Anfrage:

1. *Welche Social-Media-Accounts und -Seiten wurden seit Ihrem Amtsantritt von Ihrem Ressort (mit-)betrieben (bitte um Aufschlüsselung jeweils nach Plattform und Namen der Accounts/Seiten)?*

Von meinem Ressort werden das Facebook-Profil "BMDW - Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort", das YouTube-Profil "BM für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort" und der Flickr-Account "BM für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort" betrieben.

Die Burghauptmannschaft Österreich betreibt das Facebook-Profil "Burghauptmannschaft Österreich" und den YouTube-Kanal "Burghauptmannschaft Österreich".

Antwort zu Punkt 2 der Anfrage:

2. *Welche MitarbeiterInnen Ihres Ressorts waren seit Ihrem Amtsantritt mit der Betreuung der Social-Media-Accounts und -Seiten beschäftigt (bitte um detaillierte Auf-*

schlüsselung jeweils nach Name, Funktion, Organisationseinheit, Beschäftigungszeitraum und Beschreibung des Tätigkeitsbereichs)?

Dazu ist auf die auf der Homepage meines Ressorts veröffentlichte Geschäfts- und Personaleinteilung zu verweisen.

Antwort zu den Punkten 3, 21 und 22 der Anfrage:

3. *Wie hoch waren die Gesamtkosten Ihres Ressorts für Werbung in Sozialen Netzwerken, Online-Medien und anderen digitalen Plattformen im ersten Halbjahr des Kalenderjahres 2020?*
 - a. *Wie hoch waren die aufgewendeten Kosten Ihres Ressorts je Plattform im ersten Halbjahr des Jahres 2020 (bitte um Aufschlüsselung nach Plattform/Onlinemedium und dort aufgewendetem Budget)?*
21. *Die Werbeausgaben des Kalenderjahres 2020 Ihres Ressorts 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 (bitte um detaillierte Aufschlüsselung nach Medium, Zeitraum der Schaltung, Kurzbeschreibung, dem Ressort verrechnete Kosten, jeweilige Schaltung und Reichweite)?*

Dazu ist auf die Beantwortungen der parlamentarischen Anfragen Nr. 1525/J, 1773/J und 2676/J zu verweisen.

Antwort zu den Punkten 4, 7 bis 11 und 13 der Anfrage:

4. *Wie hoch waren die Gesamtkosten der genannten Accounts für Sponsoring bzw. Postings im ersten Halbjahr des Kalenderjahres 2020 (Bitte um detaillierte Aufschlüsselung nach Kanal, geschaltetem Budget und Anführung der gesponserten Postings)?*
7. *In welcher Höhe wurden Beiträge/Postings seitens Ihres Ressorts im ersten Halbjahr des Jahres 2020 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 seit Ihrem Amtsantritt 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 bei der Bewerbung/beim Sponsoring der Postings Zielgruppendefinitionen vorgenommen?*
 11. *Wurden 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)?*
 13. *Wurden 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 zusätzlicher Interessen und dafür aufgewendetes Budget)?*

Die von meinem Ressort im ersten Halbjahr 2020 auf Facebook veröffentlichten und beworbenen Postings sind der nachstehenden Tabelle zu entnehmen.

Beitrag	Kosten netto in €	Datum	Kurzbeschreibung	Zielgruppe
Unternehmensnetzwerk	433,32	19.04.2020	Information über das Angebot des Digital Team Austria	Unternehmen
	278,58	18.05.2020		
	125,83	19.04.2020		
	49,47	19.04.2020		StartUp
	47,61	18.05.2020		
	39,78	19.04.2020		
	36,69	18.05.2020		
	19,46	18.05.2020		
	5,08	18.05.2020		
	16,91	18.05.2020		
0,02	18.05.2020	Unternehmen		
Infos zum Thema Lehre	352,22	22.04.2020	Information zu Lehrausbildung in COVID-19 Zeiten	StartUp
	270,88	22.04.2020		
	81,92	22.04.2020		
	79,02	22.04.2020		

Beitrag	Kosten netto in €	Datum	Kurzbeschreibung	Zielgruppe
KMU Videokonferenz	300,34	19.04.2020	Information über das Angebot des Digital Team Austria	Unternehmen
	173,43	19.04.2020		StartUp
	35,40	19.04.2020		Unternehmen
	52,09	19.04.2020		
	40,52	18.05.2020		
	5,32	18.05.2020		
Digital Info - allgemein	229,66	18.05.2020	Information über das Angebot des Digital Team Austria	Unternehmen
	129,77	18.05.2020		alle Österreicherinnen und Österreicher
	79,45	19.04.2020		
	48,07	19.04.2020		Bildung
	43,53	19.04.2020		Unternehmen
Digital Info - allgemein	21,04	19.04.2020	Information über das Angebot des Digital Team Austria	Unternehmen
	33,96	19.04.2020		StartUp
	14,89	19.04.2020		Bildung
	8,06	18.05.2020		alle Österreicherinnen und Österreicher
	7,08	18.05.2020		
	0,18	18.05.2020		StartUp
	0,09	18.05.2020		
COVID19-Hilfsmaßnahmen	213,62	25.05.2020	Allgemeine Informationen des BMDW zu COVID-19 Hilfsmaßnahmen	Unternehmen
	184,64	22.05.2020		Unternehmen
	29,93	21.05.2020		alle Österreicherinnen und Österreicher
	17,74	25.05.2020		Start-ups
	27,19	25.05.2020		
	13,26	21.05.2020		Maturantinnen und Maturanten
	12,99	25.05.2020		Start-ups
	11,48	21.05.2020		Interessierte am Thema "Lehre"
	0,53	22.05.2020		alle Österreicherinnen und Österreicher
	5,94	22.05.2020		Start-ups
	8,48	19.04.2020		alle Österreicherinnen und Österreicher
	2,77	19.04.2020		Bildung
	1,35	22.04.2020		
	0,51	22.04.2020		alle Österreicherinnen und Österreicher
	0,44	22.05.2020		Start-ups
	0,17	19.04.2020		Unternehmen
1,12	22.04.2020			
Digital Fit	184,73	22.04.2020	Information über das Angebot des Digital Team Austria	alle Österreicherinnen und Österreicher
	73,47	22.04.2020		Unternehmen
	18,15	22.04.2020		Bildung
	15,84	22.04.2020		alle Österreicherinnen und Österreicher
	13,52	22.04.2020		
	12,56	22.04.2020		Bildung
	12,07	22.04.2020		Unternehmen
	1,38	22.04.2020		Interessierte am Thema "Lehre"
0,32	22.04.2020			

Beitrag	Kosten netto in €	Datum	Kurzbeschreibung	Zielgruppe
Start-ups	176,54	20.05.2020	Information über Start-up Hilfspaket	Unternehmen
	152,45	18.05.2020		Start-ups
	68,81	18.05.2020		Unternehmen
	16,62	18.05.2020		Start-ups
	11,57	20.05.2020		alle Österreicherinnen und Österreicher
	7,78	18.05.2020		Start-ups
	1,93	19.04.2020		alle Österreicherinnen und Österreicher
	0,74	20.05.2020		
Digitales Lernen	165,58	19.04.2020	Information über das Angebot des Digital Team Austria	Bildung
	71,62	18.05.2020		
Venture Capital Fonds	152,15	18.05.2020	Information über Start-up Hilfspaket	Unternehmen
	8,86	18.05.2020		Start-ups
	1,22	18.05.2020		alle Österreicherinnen und Österreicher
	0,05	18.05.2020		Unternehmen
Forschungskompetenz	127,27	19.04.2020	Information über das Angebot des Digital Team Austria	Unternehmen
	105,78	19.04.2020		Start-ups
	58,17	19.04.2020		alle Österreicherinnen und Österreicher
	14,76	19.04.2020		Start-ups
	12,95	19.04.2020		
Digital Angebot	74,76	19.04.2020	Information über das Angebot des Digital Team Austria	Unternehmen
	62,56	19.04.2020		Bildung
	55,89	19.04.2020		
	49,98	19.04.2020		
	20,57	19.04.2020		
	12,68	19.04.2020		Unternehmen
	6,88	19.04.2020		
	3,31	19.04.2020		
Lehre nach der Matura	66,55	19.05.2020	Information zu Lehrausbildung in COVID-19 Zeiten	Maturantinnen und Maturanten
	52,43	19.05.2020		
Lehrabschlussprüfung	57,18	18.05.2020	Information zu Lehrausbildung in COVID-19 Zeiten	Eltern und Lehrlinge
	35,26	18.05.2020		

Die Targets für alle Zielgruppen sind österreichweit auf Personen ab 15 (vor allem beim Thema "Lehre") bzw. ab 18 Jahren ausgerichtet.

Antwort zu Punkt 5 der Anfrage:

5. *Wie hoch waren die Kosten, die ausschließlich aus der Bewerbung der jeweiligen Accounts (Seiten) im ersten Halbjahr des Kalenderjahres 2020 entstanden sind (bitte um*

detaillierte Aufschlüsselung nach Plattform, jeweiligem Account/jeweiliger Seite, verwendetem Budget sowie Zeitpunkt/Zeitraum der Bewerbung)?

Für die Bewerbung des Facebook-Profiles meines Ressorts sind im ersten Halbjahr 2020 Kosten in Höhe von insgesamt € 5.280 exkl. USt. entstanden.

Antwort zu Punkt 6 der Anfrage:

6. *Mit wie vielen verschiedenen Rechnungskonten wurde seit Ihrem Amtsantritt 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 Social-Media-Account zum Stichtag der Anfragebeantwortung gearbeitet (bitte um Darstellung der etwaigen verschiedenen Rechnungskonten und Aufschlüsselung nach jeweils verwendetem Budget pro Account)?*

Es wurde ein Konto verwendet.

Antwort zu den Punkten 12, 16 und 17 der Anfrage:

12. *Wurden 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?*
16. *Wurden 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 bei der Bewerbung/ beim Sponsoring, der Accounts/Seiten und dortigen Postings bzw. Schaltungen oder Uploads auf Facebook jemals sogenannte "Verbindungen" erstellt und verwendet um Personen kreise 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)?*

Nein.

Antwort zu den Punkten 14, 15, 18 und 19 der Anfrage:

14. Wie ist die Frage 13)a. für Instagram zu beantworten?

15. Wie ist die Frage 13)a. für Youtube zu beantworten?

18. Wie ist Frage 17 für Youtube zu beantworten?

19. Wie ist Frage 17 für Instagram zu beantworten?

Auf YouTube und Instagram erfolgten keine Bewerbung und kein Sponsoring von Postings.

Antwort zu Punkt 20 der Anfrage:

20. Wie hoch sind die Kosten seitens Ihres Ressorts für die Nutzung von Google Ads (bitte um detaillierte Aufschlüsselung der einzelnen Schaltungen, Zeitraum, Beschreibung und Kosten)?

Google Ads wurde von meinem Ressort nicht genutzt.

Wien, am 7. September 2020

Dr. Margarete Schramböck

Elektronisch gefertigt

