

Mag. (FH) Christine Aschbacher
Bundesministerin

christine.aschbacher@bmafj.gv.at
+43 1 711 00-0
Untere Donaustraße 13-15, 1020 Wien

Herrn
Präsidenten des Nationalrates
Mag. Wolfgang Sobotka
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2020-0.436.338

Ihr Zeichen: BKA - PDion (PDion)2686/J-NR/2020

Wien, am 07. September 2020

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Philip Kucher, Genossinnen und Genossen haben am 07.07.2020 unter der **Nr. 2686/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 nach den mir vorliegenden Informationen wie folgt:

Zur Frage 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)?*

Seitens des Bundesministeriums für Arbeit, Familie und Jugend werden folgende Social-Media-Accounts und –Seiten betrieben:

Plattform	Name des Accounts
Facebook	Arbeitsinspektion www.facebook.com/Arbeitsinspektion
Facebook	ESF Facebook Seite https://www.facebook.com/esf.oesterreich/

Facebook	EUropa in meiner Region Facebook Seite https://www.facebook.com/EUropaInOesterreich
Instagram	ESF Instagram Seite https://www.instagram.com/esf_oesterreich/
LinkedIn	Bundesministerium für Arbeit, Familie, Jugend https://www.linkedin.com/company/bmafj/
Youtube	ESF Youtube Kanal https://www.youtube.com/channel/UCh_hkkU5TtMvgX1whj-jeZg

Zur Frage 2

- *Welche MitarbeiterInnen Ihres Ressorts waren seit Ihrem Amtsantritt 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 Betreuung der Social-Media-Accounts erfolgte durch die entsprechend der Geschäftseinteilung zuständigen Fachabteilungen.

Der in der Beantwortung der Frage 1 angeführte LinkedIn-Account wird gemeinsam von der Personalabteilung (Abteilung I/1) und der Abteilung für Öffentlichkeitsarbeit, Protokoll und Bürgerservice (Abteilung I/5) betrieben. Hierzu darf auf die Geschäftseinteilung des Bundesministeriums für Arbeit, Familie und Jugend verwiesen werden.

Für die im Rahmen des Europäischen Sozialfonds (ESF) betriebenen Webseiten bzw. Social-Media Kanäle ist die Abteilung III/9 zuständig. Hierzu darf ebenso auf die Geschäftseinteilung verwiesen werden.

Der in der Beantwortung der Frage 1 angeführte Facebook-Account der Arbeitsinspektorate wird von Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Abteilung IV/A/5 betreut, welche gemäß Geschäftseinteilung Public Relations und den Informationsservice der Arbeitsinspektorate übernehmen.

Zur Frage 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?*

- *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)?*

Die aufgewendeten Kosten für Werbung in sozialen Netzwerken, Online Medien und anderen digitalen Plattformen betragen im 1. Halbjahr 2020 € 4.320,- brutto.

Plattform	Ausgaben (Betrag in brutto)
Facebook-Account der Arbeitsinspektion	€ 4.320,-

Für die übrigen vom Bundesministerium für Arbeit, Familie und Jugend betriebenen Webseiten bzw. Social Media Kanäle sind bis zum Anfragezeitpunkt keine Werbekosten zur Auszahlung gelangt.

Zur Frage 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)?*

Kanal	Budget	Gesponsertes Posting
Facebook-Account der Arbeitsinspektion	€ 250,-	<ul style="list-style-type: none"> - Handbuch COVID-19: Sicheres und gesundes Arbeiten - Ankündigung Beratungsoffensive COVID-19 - 5 Dinge, die man über die AI wissen sollte - Int. Tag gegen Kinderarbeit - Quartalsausprache AI / einheitliches Vorgehen - Bericht Beratungsoffensive COVID-19 - Erfolgsgeschichten Arbeitsinspektion

Zu den Fragen 5 und 7

- *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)?*
- *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)?

Beitrag/Posting auf Facebook-Account der Arbeitsinspektion	Kosten	Veröffentlichungsdatum	Kurzbeschreibung
Handbuch COVID-19: Sicheres und gesundes Arbeiten	€ 93,78	14.05.2020	Posting bewirbt das Handbuch „COVID-19: Sicheres und gesundes Arbeiten“ und verweist auf die Homepage des BMAFJ, wo es zum Download angeboten wird.
Ankündigung Beratungsoffensive COVID-19	€ 6,22	25.05.2020	Ankündigung eines Beratungsschwerpunktes der Arbeitsinspektion im Zuge dessen über 1000 Betriebe besucht wurden und in Hinblick auf COVID-19 Maßnahmen beraten wurden.
5 Dinge, die man über die AI wissen sollte	€ 84,58	02.06.2020	Posting verlinkt zu einem Beitrag der Homepage der Arbeitsinspektion. Dieser stellt die Arbeitsinspektion vor.
Int. Tag gegen Kinderarbeit	€ 1,08	12.06.2020	Beitrag zum int. Tag gegen Kinderarbeit
Quartalsaussprache AI / einheitliches Vorgehen	€ 41,23	17.06.2020	Beitrag zeigt ein Bild der Quartalsaussprache der Amtsleitungen der Arbeitsinspektorate. Zweck dieser regelmäßigen Aussprachen ist unter anderem ein einheitliches

			Vorgehen in ganz Österreich sicherzustellen.
Bericht Beratungsoffensive COVID-19	€ 9,97	19.06.2020	Beitrag verweist auf den Bericht des Beratungsschwerpunktes COVID-19. (siehe oben)
Erfolgsgeschichten Arbeitsinspektion	€ 13,15	24.06.2020	Beitrag schildert eine Erfolgsgeschichte der Arbeitsinspektion (Beratung der Unternehmen des Wr. Prater) und verweist auf die Rubrik „Erfolgsgeschichten“ der Homepage der Arbeitsinspektion.

Zur Frage 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)?*
 - *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 mit einem Rechnungskonto gearbeitet. Für den Bereich der Untergliederung 20 erfolgt die Verrechnung zu Lasten Finanzkreis 2000, Fipos 1-7270.000.

Zur Frage 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)?*

Plattform	Beitrag/Posting	Kosten	Veröffentlichungsdatum	Kurzbeschreibung
Facebook Account der Arbeitsinspektion	Handbuch COVID-19: Sicheres und gesundes Arbeiten	€ 93,78	14.05.2020	Posting bewirbt das Handbuch „COVID-19: Sicheres und gesundes Arbeiten“ und verweist auf die Homepage des BMAFJ, wo es zum Download angeboten wird.

Zu den Fragen 9 bis 11

- *Wurden bei der Bewerbung / beim Sponsoring der Accounts/Seiten Zielgruppendefinitionen vorgenommen?*
- *Wurden bei der Bewerbung / beim Sponsoring der Postings Zielgruppendefinitionen vorgenommen?*
- *Wurden 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)?*

Es wurde eine sehr breite Zielgruppenauswahl vorgenommen, die alle in der Arbeitswelt tätigen Personen über alle in Frage kommenden Altersgruppen hinweg umfasst.

Zu den Fragen 12 bis 15 und 17 bis 19

- *Wurden 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 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 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)?*
- *Wie ist Frage 17 für Youtube zu beantworten?*
- *Wie ist Frage 17 für Instagram zu beantworten?*

Nein, weder „detailliertes Targeting“ noch „Verbindungen“ wurden angewendet.

Zur Frage 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)?*

Die Facebookseite der Arbeitsinspektion wurde auf in Österreich wohnhafte Personen eingeschränkt.

Zur Frage 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)?*

Dem Bundesministerium für Arbeit, Familie und Jugend sind keine Kosten für die Nutzung von Google Ads entstanden.

Zu den Fragen 21 und 22

- *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)?*

- *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)?*

Es sind bis zum Anfragezeitpunkt keine Werbeausgaben in Online-Medien zur Auszahlung gelangt.

Mag. (FH) Christine Aschbacher

