

 Bundeskanzleramt

[bundeskanzleramt.gv.at](https://www.bundeskanzleramt.gv.at)

**Sebastian Kurz**  
Bundeskanzler

Herrn  
Mag. Wolfgang Sobotka  
Präsident des Nationalrats  
Parlament  
1017 Wien

Geschäftszahl: 2020-0.430.179

Wien, am 7. September 2020

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Kucher, Kolleginnen und Kollegen haben am 7. Juli 2020 unter der Nr. **2684/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:

**Zu den Fragen 1, 3, 4, 21 und 22:**

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)?*
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)?*

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)?*
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)?*

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

Das Bundeskanzleramt betreut folgende Social-Media-Kanäle:

- Facebook: <https://www.facebook.com/Bundeskanzleramt.gv.at/>
- Instagram: [bundeskanzleramt.gv.at](https://www.instagram.com/bundeskanzleramt.gv.at)
- Youtube: Bundeskanzleramt Österreich
- Twitter: @bkagvat

<b>Informationskosten für das erste Halbjahr 2020</b>		
<b>Kanal</b>	<b>Anzahl Postings</b>	<b>Kosten in Euro</b>
Facebook	40	38.094,94
Instagram	45	54.639,32
Gesamt		92.734,26

Auf den anderen Social-Media-Kanälen wurden keine Informationen geschaltet.

Die Maßnahmen der Bundesregierung zur Bekämpfung der Ausbreitung des Corona-Virus waren im Zeitraum der Fragestellung von zentraler Bedeutung. Ich habe bereits mehrfach Fragen zur Kampagne der Bundesregierung und des Österreichischen Roten Kreuzes zur Informationen der Bevölkerung beantwortet. Daher darf ich zur Beantwortung der an mich gerichteten Fragen u.a. auf die Beantwortungen der parlamentarischen Anfragen Nr. 1328/J vom 27. März 2020, Nr. 1342/J vom 2. April 2020, Nr. 1571/J vom 20. April 2020, Nr. 1610/J

vom 22. April 2020, Nr. 1784/J vom 28. April 2020 und Nr. 1974/J vom 13. Mai 2020 verweisen.

Ich darf die bereits bekannten Informationen um das Folgende ergänzen:

### **Phase 6:**

In der Phase 6 (1. Mai bis 18. Juni 2020) sind die Verhaltensregeln in Bezug auf das richtige Tragen des MNS sowie das Abstandhalten die Hauptthemen.

Für den Zeitraum 1. Mai bis 31. Mai 2020 wurden Onlineschaltungen in Höhe von 401.463,30 Euro (inkl. Produktions- und Serverkosten) in Online-Medien (diepresse.com, Goldbach Audience Network, heute.at, IP Network, kleinezeitung.at, krone.at, krone.tv, kurier.at, laola1.tv, nachrichten.at, oe24.at, oe24.tv, ORF Network, ORF TV Thek, P7S1P4 Network, PurPur Media Network, salzburg.com, Serverkosten, Spotify, tt.com, vol.at, Webradio, Xaxis vSpot, Xaxis xPage, YOC Network) geschaltet.

Zielgrupp(en):

Planungszielgruppe: 18+

Kontrollzielgruppen: 18-35, 65+

### **Phase 7:**

In Phase 7 (Juni 2020) stehen die Lockerungen im Vordergrund, weiterhin gilt es aber Abstand zu wahren.

Für den Zeitraum 1.6. bis 30.6. wurden Onlineschaltungen in Höhe von 225.378,48 Euro (inkl. Produktions- und Serverkosten) in Online-Medien (diepresse.com, kleinezeitung.at, kurier.at, meinbezirk.at, tt.com, vol.at, Xaxis xPure, Goldbach Audience Network, IP Network, P7S1P4 Network, Xaxis vSpot) abgerechnet:

Themen:

Halte einen Baby-Elefanten Abstand

Jetzt wird`s leichter für alle

Das Virus macht keine Pause

Zielgrupp(en):

Planungszielgruppe: 18+

Kontrollzielgruppen: 18-35, 65+

Die Aufschlüsselung von Brutto- zu Nettoreichweite in Phasen mit Schaltungen im Sinne der Fragestellung stellt sich wie folgt dar:

		AT 18+		AT 18-35		AT 65+	
		7 177 000 Personen		1 958 000 Personen		1 603 000 Personen	
		Brutto-reichweite	Netto-reichweite	Brutto-reichweite	Netto-reichweite	Brutto-reichweite	Netto-reichweite
Phase 1	Total	41 263 251	4 327 727	13 030 500	1 366 650	6 515 250	683 325
	%	575%	60%	666%	70%	406%	43%

Brutto- und Nettoreichweiten in den jeweiligen Zielgruppen (in ganzen Zahlen und %), sowie die Zielgruppengröße.

Die Bruttoreichweite gibt an, wie oft die Information gesehen wurde (innerhalb der Zielgruppe bzw. in % der Zielgruppe), während die Nettoreichweite angibt, wie viele Personen die Information gesehen haben (wiederum innerhalb der Zielgruppe bzw. in % der Zielgruppe).

		AT 18+		Fremdsprachige Ö.		AT 18-35		AT 65+	
		7 177 000 Personen		600 000 Personen		1 958 000 Personen		1 603 000 Personen	
		Bruttoreichweite	Nettoreichweite	Bruttoreichweite	Nettoreichweite	Bruttoreichweite	Nettoreichweite	Bruttoreichweite	Nettoreichweite
Phase 3	Total	54 455 153	5 700 428	-	-	17 196 364	1 800 135	8 598 182	900 068
	%	759%	79%	-	-	878%	92%	536%	56%
Zusatz O- stern	Total	15 141 092	2 372 059	-	-	4 781 398	749 071	2 390 699	374 536
	%	211%	33%	-	-	244%	38%	149%	23%
Zusatz Fremd- sprachen	Total	-	-	1 932 950	441 000	-	-	-	-
	%	-	-	322%	74%	-	-	-	-

Brutto- und Nettoreichweiten in den jeweiligen Zielgruppen (in ganzen Zahlen und %), sowie die Zielgruppengröße.

Die Bruttoreichweite gibt an, wie oft die Information gesehen wurde (innerhalb der Zielgruppe bzw. in % der Zielgruppe), während die Nettoreichweite angibt, wie viele Personen die Information gesehen haben (wiederum innerhalb der Zielgruppe bzw. in % der Zielgruppe).

		AT 18+		AT 18-35		AT 65+	
		7 177 000 Personen		1 958 000 Personen		1 603 000 Personen	
		Brutto-reichweite	Netto-reichweite	Brutto-reichweite	Netto-reichweite	Brutto-reichweite	Netto-reichweite
Phase 5	Total	10 400 686	1 516 538	3 284 427	478 907	1 642 214	239 453
	%	145%	21%	168%	24%	102%	15%

Brutto- und Nettoreichweiten in den jeweiligen Zielgruppen (in ganzen Zahlen und %), sowie die Zielgruppengröße.

Die Bruttoreichweite gibt an, wie oft die Information gesehen wurde (innerhalb der Zielgruppe bzw. in % der Zielgruppe), während die Nettoreichweite angibt, wie viele Personen die Information gesehen haben (wiederum innerhalb der Zielgruppe bzw. in % der Zielgruppe).

		AT 18+		AT 18-35		AT 65+	
		7 177 000 Personen		1 958 000 Personen		1 603 000 Personen	
		Brutto-reichweite	Netto-reichweite	Brutto-reichweite	Netto-reichweite	Brutto-reichweite	Netto-reichweite
Phase 6	Total	14 082 344	1 665 731	4 447 056	526 020	2 223 528	263 010
	%	196%	23%	227%	27%	139%	16%
Phase 6 OLV	Total	14 082 344	1 043 436	4 447 056	329 506	2 223 528	164 753
	%	196%	15%	227%	17%	139%	10%

Brutto- und Nettoreichweiten in den jeweiligen Zielgruppen (in ganzen Zahlen und %), sowie die Zielgruppengröße.

Die Bruttoreichweite gibt an, wie oft die Information gesehen wurde (innerhalb der Zielgruppe bzw. in % der Zielgruppe), während die Nettoreichweite angibt, wie viele Personen die Information gesehen haben (wiederum innerhalb der Zielgruppe bzw. in % der Zielgruppe).

		AT 18+		AT 18-35		AT 65+	
		7 177 000 Personen		1 958 000 Personen		1 603 000 Personen	
		Brutto-reichweite	Netto-reichweite	Brutto-reichweite	Netto-reichweite	Brutto-reichweite	Netto-reichweite
Phase 7	Total	6 770 312	3 158 476	2 137 993	997 414	1 068 997	498 707
	%	94%	44%	109%	51%	67%	31%
Phase 7 OLV	Total	3 967 542	1 970 936	1 252 908	622 401	626 454	311 200
	%	55%	27%	64%	32%	39%	19%

Brutto- und Nettoreichweiten in den jeweiligen Zielgruppen (in ganzen Zahlen und %), sowie die Zielgruppengröße.

Die Bruttoreichweite gibt an, wie oft die Information gesehen wurde (innerhalb der Zielgruppe bzw. in % der Zielgruppe), während die Nettoreichweite angibt, wie viele Personen die Information gesehen haben (wiederum innerhalb der Zielgruppe bzw. in % der Zielgruppe).

Zusätzlich zu den Onlineschaltungen erfolgten Postings auf der BKA-Facebook-Seite.

Von Facebook wurde dem Bundeskanzleramt freie Informationsfläche bzw. Informationsguthaben für die Coronakommunikation im Wert von rund 128.000 Euro überlassen. Nach Verbrauch dieses Guthabens wurden bis zum Zeitpunkt der Anfragebeantwortung Kosten in Höhe von 12.430,50 Euro abgerechnet.

## Zu Frage 2:

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

**Zu den Fragen 5 und 9:**

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)?*
9. *Wurden bei der Bewerbung / beim Sponsoring der Accounts/Seiten Zielgruppendefinitionen vorgenommen?*

Das Bundeskanzleramt hat ausschließlich informative Postings zum Thema COVID geschaltet und keine Accounts bzw. Seiten beworben.

**Zu Frage 6:**

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)?*

Die Bewerbung der Beiträge erfolgte über ein Werbe- & Rechnungskonto.

**Zu den Fragen 7, 8, 10 und 11:**

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)?*
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)?*

Insgesamt wurden 22 Postings mit Informationen zu Schutzmaßnahmen beworben. Zusätzlich gab es 18 Fremdsprachenpostings und 5 Postings die zum zu Hause bleiben anhalten.

Bei allen beworbenen Postings standen die Information über die Maßnahmen, Eigenverantwortung und richtiges Verhalten im Fokus.

Dabei wurden folgende Zielgruppen für die Bewerbung der Postings definiert:

- Alle Personen die in Österreich leben: Alle Facebook- oder Instagramnutzer/innen in Österreich.
- Nach Bundesländern: Es wurden keine spezifischen Inhalte für bestimmte Bundesländer beworben, diese Zielgruppe wurde nur erstellt um die Performance der Ausspielung des beworbenen Beitrags zu optimieren
- Junge Personen: Personen, die in Österreich wohnen und zwischen 16 und 25 Jahre alt sind.
- Sprachzielgruppen: Die Postings wurden im Sinne einer umfassenden Information mehrsprachig zur Verfügung gestellt.
- Zielgruppen nach Zeit: Manche Beiträge wurden nur zu bestimmten Uhrzeiten beworben, da in den Beiträgen spezifische Morgen-, Mittag- und Abendsituationen ersichtlich waren.

Posting	Zielgruppe	Start der Bewerbung und Bewerbungszeitraum	Kosten in Euro
Infos zu Schutzmaßnahmen	FB+Instafeed, Alle Personen die in Österreich leben, nach Bundesländern	2020-05-13 - 2020-05-31	44.301,95
Infos zu Schutzmaßnahmen	FB+Instafeed, Alle Personen die in Österreich leben, nach Bundesländern	2020-06-01 - 2020-06-30	32.805,7
Zu Hause bleiben	FB+Instafeed, Alle Personen die in Österreich leben, nach Bundesländern	2020-05-13 - 2020-05-31	3.979,36

Zu Hause bleiben	FB+Instafeed, Alle Personen die in Österreich leben, nach Bundesländern	2020-06-01 - 2020-06-30	2.213,49
Instastory zu Schutzmaßnahmen	Instastory, Alle Personen die in Österreich leben, nach Bundesländern	2020-05-13 - 2020-05-31	3.955,54
Instastory zu Schutzmaßnahmen	Instastory, Alle Personen die in Österreich leben, nach Bundesländern	2020-06-01 - 2020-06-30	3.412,9
Fremdsprachenposting	FB+ Instafeed, Sprachzielgruppe	2020-05-13 - 2020-05-31	2.065,32

### Zu Frage 12:

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?

Ja, es wurde ausschließlich eine Custom Audience, die Interaktionsdaten von Facebook und Instagram verwendet, erstellt. Personen, die mit der Facebook- & Instagramseite des Bundeskanzleramts interagiert haben, wurden in den Zielgruppen ausgeschlossen um möglichst viele Personen zu informieren. Es wurde weder auf Webseiten-, Kundendaten noch andere angeführte Quellen zugegriffen.

### Zu den Fragen 13 und 14:

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)?

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

Es wurde kein detailliertes Targeting nach Interessen vorgenommen, weder auf Facebook noch auf Instagram.



**Zu Frage 15:**

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

Auf Youtube wurden keine Postings beworben.

**Zu den Fragen 16 bis 19:**

*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 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)?*

*18. Wie ist Frage 17 für Youtube zu beantworten?*

*19. Wie ist Frage 17 für Instagram zu beantworten?*

Nein.

**Zu Frage 20:**

*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 wird vom Bundeskanzleramt nicht genutzt.

Sebastian Kurz



