

Mag. Werner Kogler
Vizekanzler
Bundesminister für Kunst, Kultur,
öffentlichen Dienst und Sport

Herrn
Präsidenten des Nationalrates
Mag. Wolfgang Sobotka
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2020-0.462.063

Wien, am 7. September 2020

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Philip Kucher, Genossinnen und Genossen haben am 7. Juli 2020 unter der Nr. **2696/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 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)?*

Plattform:	Name der Seite*:
Facebook	bmkoes.gv.at
	https://www.facebook.com/Bundessportmagazin/
	www.fb.com/tagdessports.at
Flickr Pro	BMKÖS

YouTube	BMKÖS BM Kunst, Kultur, öffentlicher Dienst und Sport
Instagram	https://www.instagram.com/bundessportmagazin/
	https://www.instagram.com/tag_des_sports

Weiters wurde im 1. Halbjahr 2020 ein Youtube-Kanal eingerichtet, um ein für die BeSt-Messe erstelltes Video kostenfrei hosten zu können, welches auf der Website Karriere Öffentlicher Dienst www.jobboerse.gv.at angezeigt wird.

Das Bundesdenkmalamt betreibt die Facebook-Seite „Bundesdenkmalamt Österreich“ und auf Instagram das Konto „bda-bundesdenkmalamt“.

Zu 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)?*

Im Bundesministerium für Kunst, Kultur, öffentlichen Dienst und Sport waren die laut Geschäftseinteilung zuständigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der für Öffentlichkeitsarbeit zuständigen Abteilung für die Betreuung der Social Media-Accounts und –Seiten zuständig.

Zu 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)?*

Im 1. Halbjahr 2020 wurden Kosten in Höhe von € 12.664,05 für Einschaltungen in Online-Medien, sozialen Netzwerken und anderen digitalen Plattformen abgerechnet.

Davon entfallen Kosten in Höhe von € 1.192,06 auf Soziale Netzwerke, die sich wie folgt aufliedern:

Plattform:	Kosten (brutto) in €
Facebook	1.192,06*
Flickr Pro	0,00
YouTube	0,00

*) davon Kosten Vizekanzler: € 1.132,07; Kosten Staatssekretärin für Kunst und Kultur: € 59,99.

Zum Social-Media-Auftritt im Rahmen des „Tag des Denkmals 2020“ ist festzuhalten, dass dieser Teil der Leistungen im Rahmen der Ausschreibung „Tag des Denkmals 2020“ ist. Eine Kostenabgrenzung ist nicht möglich, da es sich um einen Pauschalpreis im Zuge eines nicht offenen Verfahrens mit vorheriger Bekanntmachung gemäß BVergG 2018 handelte.

Auf Basis der Nettobeträge werden 20 % aller Facebook-Ausgaben an das BMF abgeführt (Facebook ist MwSt.-befreit).

Auf Einschaltungen in Online-Medien entfallen bis zum 30. Juni 2020 abgerechnete Kosten in Höhe von € 11.471,99, diese umfassten die Informationskampagne zur Sportstättenöffnung und Sport-Hotline im Rahmen der COVID-19-Pandemie:

Medium	Kosten in € (brutto)	Datum der Schaltung:	Reichweite (in Sichtkontakten)
Falter.at	3.672,00	18.05.-01.06.2020	80.000
Laola1.at	7.799,99	18.-31.05.2020	481.481
Kleinezeitung.at	*	18.05.-31.05.2020	113.067
Presse.com	*	18.05.-31.05.2020	113.067
Heute.at	*	18.05.-07.06.2020	336.135
Krone.at	*	18.05.-14.06.2020	357.142
Kurier.at	*	18.05.-29.06.2020	277.731
Oe24.at	*	18.05.-07.06.2020	363.637
Profil.at	*	18.05.-30.06.2020	200.100
Standard.at	*	18.05.-07.06.2020	196.078

*) bis zum 30.06.2020 keine Abrechnung erfolgt

Im Bereich Kunst und Kultur gab es keine Schaltungen in Online-Medien.

Zu 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 (Netto) in Euro:	Budget (Brutto) in Euro:	Gesponsertes Posting:
FB BMKÖS	10,00	12,00	EU-Jobs
FB BMKÖS	15,00	18,00	EU-Jobs
FB BMKÖS	10,00	12,00	EU-Jobs
FB BMKÖS	20,00	24,00	Infoveranstaltung BeSt3
FB BMKÖS	20,00	24,00	Corona Hotline Kunst und Kultur
FB BMKÖS	10,00	12,00	EFA Young Audience Award Österreichischer Filmpreis
Gesamtkosten:	€ 85,00	€ 102,00*	

**davon Kosten VK: € 66,00, Kosten StS: € 36,00*

Zu Frage 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)?*

Es fielen keine derartigen Kosten an, da keine Bewerbung des BMKÖS-Facebook-Accounts erfolgte.

Zu 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)?*

- a. *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)?*

Die Verrechnung im Bereich der für Öffentlichkeitsarbeit zuständigen Abteilung erfolgt über ein Rechnungskonto.

Zu Frage 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)?*

Beitrag/Posting	Kosten (brutto)	Veröffentlichungsdatum	Kurzbeschreibung
EU-Job	12,00	15.-20.01.2020	IT-SpezialistInnen für Europäische Kommission/Textposting
EU-Job	18,00	23.-27.01.2020	IT-SpezialistInnen für Europäische Kommission/Textposting
EU-Job	12,00	19.-24.02.2020	Sicherheitskräfte Europäisches Parlament/Textposting
Infoveranstaltung BeSt3	24,00	03.-08.03.2020	Agenturfoto von Jugendlichen
Corona-Hotlines Kunst und Kultur	24,00	01.-06.04.2020	Textanimation mit Info
EFA Young Audiences Award Österr. Filmpreis	12,00	14.-19.04.2020	Cartoons/Textanimation mit Info

Zu 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)?*

Facebook-Account	Beitrag/Posting	Zeitraum	Kurzbeschreibung	Zielgruppen-Definition (Region, Alter, Geschlecht)	Kosten in € (brutto)
BMÖDS/BMKÖS*	Werbung Jobbörse Frauen	01.01.-13.02.2020	Animation Cartoon Jobsuche Frau	AUT, 15+/w	532,76
BMÖDS/BMKÖS*	Werbung Jobbörse Männer	01.01.-13.02.2020	Animation Cartoon Jobsuche Mann	AUT, 15+/m	533,30

**Umbenennung aufgrund BMG-Novelle im Februar*

Zu Frage 9:

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

Es hat keine Bewerbung/Sponsoring der Accounts stattgefunden.

Zu Frage 10:

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

Ja, ich darf auf die entsprechende Spalte der Tabelle zur Beantwortung der Frage 8 verweisen.

Zu den Fragen 11 und 13 bis 15:

- *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)?*
- *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 zusätzlicher 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?*

Ich darf zu diesen Fragen auf die in der Beilage angeschlossene Tabelle verweisen.

Zu Frage 12:

- *Wurden bei der Erstellung der Zielgruppen Custom Audiences verwendet?*
 - Wenn ja, welche Option wurde für die Custom Audiences 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?*

Bei der Erstellung der Zielgruppe wurden keine Custom Audiences gewählt.

Zu 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)?*

Sämtliche Bewerbungen wurden österreichweit vorgenommen.

Zu den Fragen 17 bis 19:

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

Es wurden keine Verbindungen hergestellt.

Zu 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)?*

Durch das Bundesministerium für Kunst, Kultur, öffentlichen Dienst und Sport erfolgt keine Nutzung von Google-Ads.

Zu Frage 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)?*

Die Schaltungen in Online-Medien richten sich an sportaffine Menschen aller Altersstufen, ich verweise auf die Beantwortung zu Frage 3.

Zu Frage 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)?*

Ich verweise auf die Tabelle zur Beantwortung der Frage 3, Spalte „Reichweite“.

Zu Frage 23:

- *Sofern ein Staatssekretariat besteht: Wie sind die Fragen 1 bis 22 für dieses zu beantworten?*

Ich verweise insbesondere auf meine Ausführungen zu den Fragen 1, 3, 4 und 7; die allgemeinen Beantwortungen zu den sonstigen Fragen gelten für den gesamten Ressortbereich, somit auch für den Zuständigkeitsbereich der Frau Staatssekretärin für Kunst und Kultur.

Mag. Werner Kogler

Beilage

