

4790/AB
vom 04.03.2021 zu 4771/J (XXVII. GP)
bmeia.gv.at

Bundesministerium
 Europäische und internationale
 Angelegenheiten

Mag. Alexander Schallenberg
 Bundesminister

Minoritenplatz 8, 1010 Wien, Österreich

Herrn
 Mag. Wolfgang Sobotka
 Präsident des Nationalrates
 Parlament
 1017 Wien

Geschäftszahl: 2021-0.009.838

Wien, am 4. März 2021

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Philip Kucher, Kolleginnen und Kollegen haben am 4. Jänner 2021 unter der Zl. 4771/J-NR/2021 an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Zielgruppen und Werbeausgaben in sozialen Netzwerken und Online-Medien im zweiten Halbjahr 2020“ gerichtet.

Diese Anfrage beantworte ich nach den mir vorliegenden Informationen wie folgt:

Einleitend halte ich fest, dass das Bundesministerium für europäische und internationale Angelegenheiten (BMEIA) keine Werbung schaltet, sondern sich mittels Informationskampagnen an die Bevölkerung wendet.

Zu Frage 1:

- *Welche Social-Media-Accounts und -Seiten wurden im zweiten Halbjahr 2020 (1. Juli bis 31. Dezember 2020) von Ihrem Ressort (mit-)betrieben (bitte um Aufschlüsselung jeweils nach Plattform und Namen der Accounts/Seiten)?*

Das BMEIA betreut folgende Social-Media-Accounts und -Seiten:

Kanal	Account
Twitter	@MFA_Austria

Facebook	https://www.facebook.com/Aussenministerium
Instagram	mfa_Austria
Youtube	Österreichisches Außenministerium

Zu Frage 2:

- *Welche MitarbeiterInnen Ihres Ressorts waren im zweiten Halbjahr 2020 (1. Juli bis 31. Dezember 2020) mit der Betreuung der Social-Media-Accounts und -Seiten beschäftigt (bitte um detaillierte Aufschlüsselung jeweils nach Name, Funktion, Organisationseinheit, Beschäftigungszeitraum und Beschreibung des Tätigkeitsbereichs)?*

Gemäß der Geschäftseinteilung des BMEIA ist die dafür zuständige Stelle die Abteilung für Presse und Information.

Zu Frage 3:

- *Wie hoch waren die Gesamtkosten Ihres Ressorts für Werbung in Sozialen Netzwerken, Online-Medien und anderen digitalen Plattformen im zweiten Halbjahr 2020 (1. Juli bis 31. Dezember 2020)?*
Wie hoch waren die aufgewendeten Kosten Ihres Ressorts je Plattform im zweiten Halbjahr 2020 (1. Juli bis 31. Dezember 2020) (bitte um Aufschlüsselung nach Plattform/Onlinemedium und dort aufgewandtem Budget)?

Die Brutto-Gesamtkosten inklusive Durchführungshonorar der Fremdfirma betragen Euro 3.419,87.

Zu Frage 4:

- *Wie hoch waren die Gesamtkosten der genannten Accounts für Sponsoring bzw. Postings im zweiten Halbjahr 2020 (1. Juli bis 31. Dezember 2020) (Bitte um detaillierte Aufschlüsselung nach Kanal, geschaltetem Budget und Anführung der gesponserten Postings)?*

Kanal	Anzahl Postings	Kosten in Euro
Facebook	4	749,89

Zu den Fragen 5 und 9:

- *Wie hoch waren die Kosten, die ausschließlich aus der Bewerbung der jeweiligen Accounts (Seiten) im zweiten Halbjahr 2020 (1. Juli bis 31. Dezember 2020) entstanden sind (bitte*

- um detaillierte Aufschlüsselung nach Plattform, jeweiligem Account/jeweiliger Seite, verwendetem Budget sowie Zeitpunkt/Zeitraum der Bewerbung)?
- Wurden bei der Bewerbung / beim Sponsoring der Accounts/Seiten Zielgruppendefinitionen vorgenommen?

Das BMEIA hat ausschließlich informative Postings zu Auswahlverfahren bzw. Stellenausschreibungen veröffentlicht und keine Accounts bzw. Seiten beworben.

Zu Frage 6:

- *Mit wie vielen verschiedenen Rechnungskonten wurde im zweiten Halbjahr 2020 (1. Juli bis 31. Dezember 2020) 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 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 technische Umsetzung und Verrechnung erfolgt über eine Fremdfirma, zur Begleichung der Rechnung wird das Konto 7270.014 herangezogen.

Zu den Fragen 7, 8, 10, 11, 13 und 16:

- *In welcher Höhe wurden Beiträge/Postings seitens Ihres Ressorts im zweiten Halbjahr 2020 (1. Juli bis 31. Dezember 2020) gesponsert (bitte um detaillierte Einzelaufschlüsselung aller gesponserten Beiträge/Postings, jeweilige Kosten des Sponsorings, Veröffentlichungsdatum des Beitrags/Postings, Kurzbeschreibung des Postings und jeweiligem Account)?*
- *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)?*
- *Wurden im zweiten Halbjahr 2020 (1. Juli bis 31. Dezember 2020) bei der Bewerbung/beim Sponsoring der Postings Zielgruppendefinitionen vorgenommen?*
- *Wurden im zweiten Halbjahr 2020 (1. Juli bis 31. Dezember 2020) 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 im zweiten Halbjahr 2020 (1. Juli bis 31. Dezember 2020) 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)?
- *Wurden im zweiten Halbjahr 2020 (1. Juli bis 31. Dezember 2020) 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 Zielgruppeneinstellungen erfolgen anhand des thematischen Schwerpunkts des Beitrags. So sollten beispielsweise bei dem Posting zum Thema Aufnahme neuer VerwaltungspraktikantInnen insbesondere junge Menschen im Alter von 18 – 30 Jahren angesprochen werden. Auch einschlägige Interessen werden dabei berücksichtigt, etwa das Interesse „Universität“ bei den Auswahlverfahren oder „Kraftfahrzeuge“ bei der Stellenanzeige KraftwagenlenkerIn. Alle Beiträge richten sich grundsätzlich an alle Personen die in Österreich leben. Bei den Postings zu den Auswahlverfahren wurden die Zielgruppeneinstellungen um einige Länder erweitert, um den Rezipientenkreis maximal auszudehnen.

Posting	Zielgruppe	Bewerbungszeitraum	Kosten in Euro
Auswahlverfahren Diplomatin / Diplomat	Alle Facebook-User, Personen, die in Österreich, Italien, dem Vereinigten Königreich, Belgien, Frankreich, Deutschland, New York (USA) leben 18–65+ Männer und Frauen Interessen: Universität	22.7.2020–20.8.2020	300,00
Reminder Auswahlverfahren Fachdienst	Alle Facebook-User, Personen, die in Österreich leben 18–65+ Männer und Frauen	17.9.2020–29.9.2020	149,96

Reminder Auswahlverfahren Verwaltungs- praktikantinnen und -praktikanten	Alle Facebook-User, Personen, die in Österreich, Schweiz, Belgien, Liechtenstein, Luxemburg, Deutschland, Trentino-Alto Adige (Italien) leben 18 - 30 Männer und Frauen Interessen: Bachelor of Laws, University, Bachelor of Technology, Internship, Bachelor of Arts, Bachelor of Science	19.10.2020–2.11.2020	149,93
Stellen- ausschreibung für Kraftwagenlenkerin oder -lenker	Personen, die in Österreich leben 18–30 Männer und Frauen Interessen: Profession, Automobiles, Jobs, Chauffeur	17.12.2020–30.12.2020	150,00

Zu den Fragen 12 und 17:

- *Wurden im zweiten Halbjahr 2020 (1. Juli bis 31. Dezember 2020) 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 im zweiten Halbjahr 2020 (1. Juli bis 31. Dezember 2020) 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)?*

Nein.

Zu den Fragen 14, 15, 18 und 19:

- *Wie ist die Frage 13) a. für Instagram zu beantworten?*
- *Wie ist die Frage 13) a. für YouTube zu beantworten?*
- *Wie ist Frage 17 für Youtube zu beantworten?*
- *Wie ist Frage 17 für Instagram zu beantworten?*

In den beiden angesprochenen Medien wurden keine gesponserten Beiträge veröffentlicht.

Zu Frage 20:

- *Wie hoch sind die Kosten seitens Ihres Ressorts im zweiten Halbjahr 2020 (1. Juli bis 31. Dezember 2020) für die Nutzung von Google Ads (bitte um detaillierte Aufschlüsselung der einzelnen Schaltungen, Zeitraum, Beschreibung und Kosten)?*

Google Ads wird von meinem Ressort nicht genutzt.

Zu den Fragen 21 und 22:

- *Die Werbeausgaben Ihres Ressorts im zweiten Halbjahr 2020 (1. Juli bis 31. Dezember 2020) 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 im zweiten Halbjahr 2020 (1. Juli bis 31. Dezember 2020) (bitte um detaillierte Aufschlüsselung nach Medium, Zeitraum der Schaltung, Kurzbeschreibung, dem Ressort verrechnete Kosten, jeweilige Schaltung und Reichweite)?*

Im angefragten Zeitraum erfolgten keine Einschaltungen in Onlinemedien.

Mag. Alexander Schallenberg

