

**Dr. Wolfgang Mückstein**  
Bundesminister

Herrn  
Mag. Wolfgang Sobotka  
Präsident des Nationalrates  
Parlament  
1017 Wien

Geschäftszahl: 2021-0.485.738

Wien, 26.8.2021

Sehr geehrter Herr Präsident!

Ich beantworte die an mich gerichtete schriftliche parlamentarische **Anfrage Nr. 7217/J des Abgeordneten Kucher, Genossinnen und Genossen betreffend Zielgruppen und Werbeausgaben in sozialen Netzwerken und Online-Medien im ersten Halbjahr 2021** wie folgt:

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

**Frage 1:**

- *Welche Social-Media-Accounts und -Seiten wurden im ersten Halbjahr 2021 (1. Jänner bis 30. Juni 2021) von Ihrem Ressort (mit-)betrieben (bitte um Aufschlüsselung jeweils nach Plattform und Namen der Accounts/Seiten)?*

Folgende Kanäle werden durch die nach der Geschäftseinteilung zuständige Stelle des Bundesministeriums für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz bespielt bzw. inhaltlich betreut:

- Facebook (<https://www.facebook.com/sozialministerium>)

- Twitter (<https://twitter.com/bmsgpk>)
- Youtube (<https://www.youtube.com/user/bmaskWien>)
- Instagram ([https://www.instagram.com/gesundheitsministerium\\_aut/](https://www.instagram.com/gesundheitsministerium_aut/))
- Flickr (<https://www.flickr.com/photos/sozialministerium>)

Außerdem wird der YouTube Kanal NEBA Österreich ([https://www.youtube.com/channel/UC9Y\\_u3GBMMuJs1oYPcZsiVA](https://www.youtube.com/channel/UC9Y_u3GBMMuJs1oYPcZsiVA)) betrieben.

## Frage 2:

- *Welche Mitarbeiterinnen Ihres Ressorts waren im ersten Halbjahr 2021 (1. Jänner bis 30. Juni 2021) 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 nach der Geschäftseinteilung zuständigen Stelle des Bundesministeriums für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz – die Abteilung Kommunikation und Service – betreut zurzeit den Bereich Social-Media für das Ressort. Der YouTube Kanal NEBA Österreich des Sozialministeriumservice wird von einer externen Agentur betreut.

## Fragen 3 bis 5 und 7 bis 22:

- *Wie hoch waren die Gesamtkosten Ihres Ressorts für Werbung in Sozialen Netzwerken, Online-Medien und anderen digitalen Plattformen im ersten Halbjahr 2021 (1. Jänner bis 30. Juni 2021)?*
  - a. Wie hoch waren die aufgewendeten Kosten Ihres Ressorts je Plattform im ersten Halbjahr 2021 (1. Jänner bis 30. Juni 2021) (bitte um Aufschlüsselung nach Plattform/Onlinemedium und dort aufgewendetem Budget)?*
- *Wie hoch waren die Gesamtkosten der genannten Accounts für Sponsoring bzw. Postings im ersten Halbjahr 2021 (1. Jänner bis 30. Juni 2021) (Bitte um detaillierte Aufschlüsselung nach Kanal, geschaltetem Budget und Anführung der gesponserten Postings)?*
- *Wie hoch waren die Kosten, die ausschließlich aus der Bewerbung der jeweiligen Accounts (Seiten) im ersten Halbjahr 2021 (1. Jänner bis 30. Juni 2021) 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 2021 (1. Jänner bis 30. Juni 2021) 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 im ersten Halbjahr 2021 (1. Jänner bis 30. Juni 2021) 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 bei der Bewerbung/beim Sponsoring der Accounts/Seiten Zielgruppendefinitionen vorgenommen?*
- *Wurden im ersten Halbjahr 2021 (1. Jänner bis 30. Juni 2021) bei der Bewerbung/beim Sponsoring der Postings Zielgruppendefinitionen vorgenommen?*
- *Wurden im ersten Halbjahr 2021 (1. Jänner bis 30. Juni 2021) 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)?*
- *Wurden im ersten Halbjahr 2021 (1. Jänner bis 30. Juni 2021) 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?*
- *Wurden im ersten Halbjahr 2021 (1. Jänner bis 30. Juni 2021) 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 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 im ersten Halbjahr 2021 (1. Jänner bis 30. Juni 2021) 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)?*
- *Wurden im ersten Halbjahr 2021 (1. Jänner bis 30. Juni 2021) 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?*
- *Wie hoch sind die Kosten seitens Ihres Ressorts im ersten Halbjahr 2021 (1. Jänner bis 30. Juni 2021) für die Nutzung von Google Ads (bitte um detaillierte Aufschlüsselung der einzelnen Schaltungen, Zeitraum, Beschreibung und Kosten)?*
- *Die Werbeausgaben Ihres Ressorts im ersten Halbjahr 2021 (1. Jänner bis 30. Juni 2021) 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 ersten Halbjahr 2021 (1. Jänner bis 30. Juni 2021) (bitte um detaillierte Aufschlüsselung nach Medium, Zeitraum der Schaltung, Kurzbeschreibung, dem Ressort verrechnete Kosten, jeweilige Schaltung und Reichweite)?*

Im ersten Halbjahr 2021 wurden weder Ausgaben zur Bewerbung bzw. Sponsoring von sozialen Medienkanälen noch Einschaltungen in Online-Medien getätigt.

**Frage 6:**

- *Mit wie vielen verschiedenen Rechnerkonten wurde im ersten Halbjahr 2021 (1. Jänner bis 30. Juni 2021) 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 Verbuchung der Auszahlungen und Einzahlungen erfolgt entsprechend den Vorgaben des Kontenplans für die Gebarung des Bundes (Kontenplanverordnung 2013, BGBl. II Nr. 74/2012). Für einzelne Social-Media-Accounts waren und sind keine speziellen Verrechnungspositionen vorhanden.

Die Öffentlichkeitsarbeit des Sozialministeriumservice wird aus Mitteln des Ausgleichstaxfonds (ATF) verrechnet (Konto Info und Forschung).

Mit freundlichen Grüßen

Dr. Wolfgang Mückstein

