

 Bundeskanzleramt

bundeskanzleramt.gv.at

Karl Nehammer
Bundeskanzler

Herrn
Mag. Wolfgang Sobotka
Präsident des Nationalrats
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2021-0.903.960

Wien, am 22. Februar 2022

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Kucher, Kolleginnen und Kollegen haben am 22. Dezember 2022 unter der Nr. **9104/J** eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Zielgruppen und Werbeausgaben in sozialen Netzwerken und Online-Medien im zweiten Halbjahr 2021“ an mich gerichtet.

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

Zu den Fragen 1, 2 und 6:

1. *Welche Social-Media-Accounts und -Seiten wurden im zweiten Halbjahr 2021 (1. Juli bis 31. Dezember 2021) von Ihrem Ressort (mit-)betrieben (bitte um Aufschlüsselung jeweils nach Plattform und Namen der Accounts/Seiten)?*
2. *Welche Mitarbeiterinnen Ihres Ressorts waren im zweiten Halbjahr 2021 (1. Juli bis 31. Dezember 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)?*
6. *Mit wie vielen verschiedenen Rechnungskonten wurde im zweiten Halbjahr 2021 (1. Juli bis 31. Dezember 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)?*

Ich darf auf die Beantwortung der parlamentarischen Anfrage Nr. 7223/J vom 7. Juli 2021 verweisen.

Zu den Fragen 3 bis 5 und 7 bis 22:

3. *Wie hoch waren die Gesamtkosten Ihres Ressorts für Werbung in Sozialen Netzwerken, Online-Medien und anderen digitalen Plattformen im zweiten Halbjahr 2021 (1. Juli bis 31. Dezember 2021)?*
 - a. *Wie hoch waren die aufgewendeten Kosten Ihres Ressorts je Plattform im zweiten Halbjahr 2021 (1. Juli bis 31. Dezember 2021) (bitte um Aufschlüsselung nach Plattform/Onlinemedium und dort aufgewendetem Budget)?*
4. *Wie hoch waren die Gesamtkosten der genannten Accounts für Sponsoring bzw. Postings im zweiten Halbjahr 2021 (1. Juli bis 31. Dezember 2021) (Bitte um detaillierte Aufschlüsselung nach Kanal, geschaltetem Budget und Anführung der gesponserten Postings)?*
5. *Wie hoch waren die Kosten, die ausschließlich aus der Bewerbung der jeweiligen Accounts (Seiten) im zweiten Halbjahr 2021 (1. Juli bis 31. Dezember 2021) entstanden sind (bitte um detaillierte Aufschlüsselung nach Plattform, jeweiligem Account/jeweiliger Seite, verwendetem Budget sowie Zeitpunkt/Zeitraum der Bewerbung)?*
7. *In welcher Höhe wurden Beiträge/Postings seitens Ihres Ressorts im zweiten Halbjahr 2021 (1. Juli bis 31. Dezember 2021) 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 im zweiten Halbjahr 2021 (1. Juli bis 31. Dezember 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)?*

9. Wurden bei der Bewerbung / beim Sponsoring der Accounts/Seiten Zielgruppendefinitionen vorgenommen?
10. Wurden im zweiten Halbjahr 2021 (1. Juli bis 31. Dezember 2021) bei der Bewerbung / beim Sponsoring der Postings Zielgruppendefinitionen vorgenommen?
11. Wurden im zweiten Halbjahr 2021 (1. Juli bis 31. Dezember 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)?
12. Wurden im zweiten Halbjahr 2021 (1. Juli bis 31. Dezember 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?
13. Wurden im zweiten Halbjahr 2021 (1. Juli bis 31. Dezember 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)?
14. Wie ist die Frage 13)a. für Instagram zu beantworten?
15. Wie ist die Frage 13)a. für Youtube zu beantworten?
16. Wurden im zweiten Halbjahr 2021 (1. Juli bis 31. Dezember 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)?
17. Wurden im zweiten Halbjahr 2021 (1. Juli bis 31. Dezember 2021) bei der Bewerbung/ beim Sponsoring, der Accounts/Seiten und dortigen Postings bzw. Schaltungen oder Uploads auf Facebook jemals sogenannte „Verbindungen“ erstellt und ver-

wendet 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?

20. Wie hoch sind die Kosten seitens Ihres Ressorts im zweiten Halbjahr 2021 (1. Juli bis 31. Dezember 2021) für die Nutzung von Google Ads (bitte um detaillierte Aufschlüsselung der einzelnen Schaltungen, Zeitraum, Beschreibung und Kosten)?

21. Die Werbeausgaben Ihres Ressorts im zweiten Halbjahr 2021 (1. Juli bis 31. Dezember 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)?

22. Wie hoch war die aus diesen Schaltungen erzielte Reichweite im zweiten Halbjahr 2021 (1. Juli bis 31. Dezember 2021) (bitte um detaillierte Aufschlüsselung nach Medium, Zeitraum der Schaltung, Kurzbeschreibung, dem Ressort verrechnete Kosten, jeweilige Schaltung und Reichweite)?

Auf den Kanälen [bundestkanzleramt.gv.at](https://www.bundestkanzleramt.gv.at), [@bundestkanzleramt.gv.at](https://www.facebook.com/bundestkanzleramt.gv.at), [@bkagvat](https://www.bkagvat.at) und Bundeskanzleramt Österreich erfolgten keine Schaltungen.

Für die Initiative „Österreich impft“ erfolgten im zweiten Halbjahr 2021 Zahlungen für Schaltungen an:

- Facebook Ireland Limited in Höhe von insgesamt 36.411,73 Euro
- Google Ireland Limited in Höhe von insgesamt 74.354,05 Euro

Für die COVID-Informationskampagne der Bundesregierung wurden Schaltungen in folgenden Medien im 2. Halbjahr 2021 bezahlt:

Zeitraum und Medium	Kosten inkl. aller Abgaben in Euro
Phase 21	
Juni 2021	
austria.com inkl. TTZ	7.799,99

content.link	25.200,64
das biber.at	9.608,40
derstandard.at	34.680,00
exxpress.at	6.120,00
Goldbach Audience Network	21.653,22
Group M Premium Xaxis LR	36.003,96
GroupM Adops/Serverkosten	14.017,03
GroupM Xaxis	143.999,98
GroupM Xaxis LR	24.000,00
IP Network	11.656,79
kosmo.at	14.720,30
Krone.at	18.000,46
Kurier Network	36.000,01
P7S1P4 Network	11.657,40
SDO Network	30.714,76
YOC Network	35.593,67
Phase 24	
Oktober 2021	
Adops/Serverkosten	1.938,00
September 2021	
Adops/Serverkosten	540,00
Phase 25	
Oktober 2021	
derstandard.at	19.840,00
digicast.ron	13.129,74
Goldbach Audience Network	10.576,47
heute.at	23.560,00
inative Network	23.705,88
IP Network	10.576,64

Krone.at	22.612,06
Kurier Network	15.674,38
Meetrics, Serverkosten, Zusatzkosten	6.402,94
meinbezirk.at	12.400,00
oe24 Network	12.398,76
P7S1P4 Network	11.519,17
Regio-News-Portale (vol, tt, NÖN, vienna etc.)	34.100,00
SDO Network	22.366,50
Serverkosten	556,55
Xaxis iUniversal	10.918,03
Xaxis Mobile Rectangle Netzwerk	20.134,70
Xaxis vSpot_Video	33.979,78
Xaxis xPage	35.387,28
XLR iClick Premium	67.892,04
XLR vView	21.882,34
YOC Network	20.060,10
September 2021	
Adops/Serverkosten	797,06
derstandard.at	12.800,00
digicast.ron	8.470,80
Goldbach Audience Network	6.823,54
GroupM Adops/Serverkosten	5.885,06
heute.at	15.200,00
inative Network	15.294,12
IP Network	6.823,64
Krone.at	14.588,42
Kurier Network	10.448,69
meinbezirk.at	8.000,00
oe24 Network	7.999,20

P7S1P4 Network	6.823,54
Regio-News-Portale (vol, tt, NÖN, vienna etc.)	22.000,00
SDO Network	14.430,00
Xaxis iUniversal	6.235,28
Xaxis Mobile Rectangle Netzwerk	12.823,52
Xaxis vSpot_Video	21.176,72
Xaxis xPage	22.729,40
XLR iClick Premium	43.800,60
XLR vView	14.117,65
YOC Network	12.942,00
Phase 26	
November 2021	
derstandard.at	11.869,09
digicast.ron	6.283,81
Goldbach Audience Network	8.727,26
heute.at	14.094,55
inative Network	22.690,20
Krone.at	13.527,43
Kurier Network	9.499,61
meinbezirk.at	7.418,17
oe24 Network	7.417,43
Regio-News-Portale (vol, tt, NÖN, vienna etc.)	20.399,98
SDO Network (presse, kleine)	14.368,66
SDO Network Channel Jugend	4.436,09
Serverkosten	5.832,18
Spotify	4.961,34
Xaxis	37.760,68
XLR iClick Premium	35.520,00

YOC Network	15.272,71
Oktober 2021	
derstandard.at	20.770,91
digicast.ron	10.996,64
Goldbach Audience Network	15.272,74
heute.at	24.665,45
inative Network	39.709,09
Krone.at	23.673,01
Kurier Network	16.624,34
meinbezirk.at	12.981,83
oe24 Network	12.980,53
Regio-News-Portale (vol, tt, NÖN, vienna etc.)	35.700,02
SDO Network Channel Jugend	11.644,69
SDO Network Health	21.263,57
Serverkosten	10.644,31
Spotify	10.156,33
Xaxis iUniverse	12.033,00
Xaxis xPage	31.972,50
Xaxis xRectangle	20.827,80
XLR iClick Premium	62.160,00
YOC Network	26.727,29
Phase 28	
November 2021	
Cope Network	11.038,96
derstandard.at	4.377,71
GroupM Adops/Serverkosten	3.060,50
heute.at	7.364,40
inative Network	28.080,00

Krone.at	8.190,31
kurier.at	6.571,34
meinbezirk.at	3.353,18
oe24.at	3.348,83
Regionews Portale	6.000,00
Xaxis xPage	6.178,61
XLR iClick Premium	9.590,40
Dezember 2021	
Cope Network	11.038,96
derstandard.at	11.220,00
GroupM Adops/Serverkosten	3.909,05
heute.at	14.535,00
inative Network	29.800,68
Krone.at	8.190,31
kurier.at	15.112,33
meinbezirk.at	7.871,59
oe24.at	8.651,16
Regionews Portale	6.000,00
Xaxis xPage	7.591,39
XLR iClick Premium	20.646,00
Phase 29	
November 2021	
Channel Famile und Kinder	1.666,66
Channel Familie_Video	727,25
Cope Network	2.017,14
derstandard.at	2.479,16
familiii	670,00
fratz.at	849,00
GroupM Adops/Serverkosten	1.377,71

heute.at	2.180,63
inative Network	1.971,84
IP Network_Video	1.666,67
Krone.at	2.000,08
Kurier Network	2.000,03
oe24.at	2.000,00
Regionews Portale	2.023,90
Xaxis vSpot_Video	3.333,34
Xaxis xPage	2.833,33
XLR iClick Premium	6.162,72
XLR vView	4.836,77
Dezember 2021	
Channel Famile und Kinder	10.333,31
Channel Familie_Video	11.272,76
Cope Network	12.506,29
derstandard.at	15.370,84
familiiii	4.154,00
fratz.at	5.263,80
Goldbach Audience Network_Video	11.819,36
GroupM Adops/Serverkosten	5.826,18
heute.at	12.400,00
inative Network	39.730,08
IP Network_Video	10.333,34
Krone.at	12.400,49
Kurier Network	12.400,16
oe24.at	12.400,01
Regionews Portale	12.548,17
Xaxis vSpot_Video	20.666,66
Xaxis xPage	17.566,67

XLR iClick Premium	38.223,96
XLR vView	29.987,71

Hinsichtlich Zielgruppen und Reichweite können die genannten Phasen wie folgte aufgeschlüsselt werden:

Phase	Thema		Zielgruppe	Sichtkontakte (Adimpressions, Clicks)
Phase 21 01.06. - 30.06.2021	Grüner Pass und Österreich impft	Online	breite Bevölkerung	38.282.503
Phase 24 01.09. - 10.10.2021	Österreich impft	Online	breite Bevölkerung	1.000.018
Phase 25 11.09. - 31.10.	Eines ist sicher. Impfen wirkt. Sujets: Dr. Hötl/Inzidenz- kurve/ Kreisinserat	Online	Alterszielgruppe 16 bis 60 Jahre; Fokus auf die jüngere Zielgruppe 16 bis 30 Jahre; zusätzliches Umfeld Thema Gesundheit	63.342.318
		Online Video	Alterszielgruppe 16 bis 60 Jahre; Fokus auf die jüngere Zielgruppe 16 bis 30 Jahre	494.339
Phase 26 11.10. - 12.11.	Eines ist sicher. Impfen wirkt. Sujets: Inzidenzkurve/ Kreisinse- rat/Jasmin/ Pfleger	Online	Alterszielgruppe 14 bis 65 Jahre; Fokus auf die jüngere Zielgruppe 14 bis 40 Jahre; Thema Jugend, Ge- sundheit, Präsenz auch im Umfeld Arzt	99.127.564
Phase 28 19.11. - 31.12.	3. Stich Erreichen der älteren Ziel- gruppe für die 3. Impfung	Online	Erreichen der Zielgruppe 50+, ab Dezember auch 40+	71.110.826
Phase 29 26.11. - 31.12.	Kinderimpfung	Online	Erreichen der jüngeren und älteren Eltern, sowie die Großeltern	58.325.477

		Online Video	Erreichen der jüngeren und älteren Eltern, sowie die Großeltern	1.793.375
--	--	-----------------	--	-----------

Karl Nehammer

