



## **Budget-Schlacht in sozialen Medien: Kritik an Ausgaben der Parteien â€“ BILD**

ID: LCG19269 | 06.08.2019 | Kunde: iab austria -interactive  
advertising bureau | Ressort: Medien Ã–sterreich |  
Medieninformation

**Rund 1,4 Millionen Euro haben die wahlwerbenden Parteien in den letzten Monaten bei U.S.-Digitalgiganten ausgegeben. Online-Vermarkterkreis im iab austria Ã¼bt heftige Kritik an SchwÃ¤chung des heimischen Medien-und Digitalstandorts.**

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#) : © AboutMedia

Wien (LCG) – Bereits im Mai 2019 Ã¼bte der Online-Vermarkterkreis im interactive advertising bureau austria deutliche Kritik an den Ausgaben der wahlwerbenden Parteien bei U.S.-Digitalgiganten. Damals lagen sie noch bei rund einer halben Million Euro. Nun sind die Netto-Ausgaben laut Medienberichten, die auf Eigenangaben der Plattformen basieren, auf 1,4 Millionen Euro angewachsen – 1,4 Millionen Euro, die der heimischen Medien-und Digitalwirtschaft entzogen werden. Sie teilen sich laut Facebook-Transparenzbericht auf eine knappe Million Euro auf Instagram und Facebook auf. Rund 400.000 Euro entfallen auf YouTube. Bei Ã¶sterreichischen Digitalmedien wurden laut Focus im ersten Halbjahr 2019 von politischen Parteien, dem EuropÃ¤ischen Parlament, dem Wiener Wissenschafts-, Forschungs-und Technologiefonds und dem Magistrat der Stadt Wien insgesamt 1,67 Millionen Euro ausgegeben. 45,6 Prozent der Werbeausgaben fÃ¼r Digital-Medien in der HÃ¶he von 3,07 Millionen Euro entfallen demnach auf U.S.-Digitalgiganten.

„Soziale Medien leisten keinen Beitrag zur journalistischen Qualität in Österreich, führen hierzulande kaum Steuern ab, schaffen fast keine Arbeitsplätze und sind bei den Machern von Fake-News ebenso beliebt wie bei den wahlwerbenden Parteien. Österreichische Medien bieten fundierten Journalismus, Vertrauenswürdigkeit, Brand Safety und Umfeldqualität. Die Ausgabenstrategie der Parteien ist vor dem Hintergrund der Lippenbekenntnisse zur Stärkung des Digital- und Medienstandorts absolut nicht nachvollziehbar“, ärgert sich **Eugen Schmidt** (AboutMedia), Leiter des Online-Vermarkterkreises im iab Austria.

Spitzenreiter unter den Social-Media-Werbern ist die SPÖ. Seit März 2019 hat sie rund 353.000 Euro an Facebook und Instagram überwiesen. Den zweiten Platz belegt die FPÖ mit 227.000 Euro. Ebenfalls sechsstelligen Beträge sollen an YouTube geflossen sein, wo die FPÖ den unrühmlichen Spitzenplatz belegt. Der dritte Platz geht mit 206.000 Euro Ausgaben für Facebook und Instagram an die ÖVP. Vergleichsweise geringe Beträge von 52.000 Euro an, die die NEOS auf Facebook in den letzten Monaten ausgegeben haben.

Im Vergleich dazu die Digital-Spendings der wahlwerbenden Parteien im ersten Halbjahr bei österreichischen Medien laut Focus, wobei es sich hier um Brutto-Zahlen nach Listenpreisen handelt, die allfällige Rabatte und Sonderkonditionen nicht berücksichtigen:

- SPÖ: 757.272 Euro (inkl. der EU-Wahl)
- NEOS: 582.634 Euro
- ÖVP: 229.864 Euro
- FPÖ: 26.110 Euro

## Politik investiert trotz schwachen Werbemarkts in ausländische Plattformen

Laut aktuellen Focus-Daten ist der heimische Werbemarkt im ersten Halbjahr 2019 um moderate 1,9 Prozent zum Vorjahr gewachsen.

Digitalwerbung konnte im ersten Halbjahr 2019 zwar um 6,1 Prozent wachsen. Rund die Hälfte der Digitalausgaben wandert jedoch zu den transatlantischen Giganten ab. Die Ausgaben für soziale Medien sind um 12,4 Prozent überproportional gestiegen. Die Gesamtausgaben für Digitalwerbung machen nur 14,7 Prozent des rot-weiß-roten Werbekuchens aus.

„Österreichische Digitalmedien erreichen seit dem Ibiza-Video Rekord-Reichweiten, weil sich die Menschen bei vertrauenswürdigen Quellen über das politische Geschehen informieren. Die Politik setzt lieber auf Effekthascherei in sozialen Medien, anstatt auf die eigene Medienlandschaft als verlässlichen Partner zu vertrauen und den Digitalstandort zu stärken, der Arbeitsplätze und seriösen Journalismus finanziert. Geht's noch absurder?“, zeigt sich Schmidt über die millionenschweren Ausgaben der wahlwerbenden Parteien verwundert.

## Über den Online-Vermarkterkreis im iab austria

Der Online-Vermarkterkreis Austria (OVK Austria) ist die vom iab austria initiierte Interessenvertretung der österreichischen Digital-Vermarkter und -Publisher mit dem Zweck der nachhaltigen und wirtschaftlichen Entwicklung des digitalen Werbemarktes in Österreich. Die obersten Ziele sind die Initiierung und Durchführung von Maßnahmen sowie deren Kommunikation im Bereich Markttransparenz, Werbequalität, Planungseffizienz, Standardisierung von Werbeformaten, mit dem Augenmerk auf stetig veränderte und wachsende Anforderungen für Vermarkter – jedoch abgestimmt mit den Bedürfnissen von Werbetreibenden. Darüber hinaus engagiert sich der OVK auch in nationalen und

internationalen Gremien für die Weiterentwicklung der Branche. Leiter des OVK im iab austria ist **Eugen Schmidt**, Geschäftsführer von AboutMedia. Teilnehmer am OVK Austria sind **Josef Almer** (Goldbach Austria), **Michael Eder** (Krone Multimedia), **Pierre Greber** (styria digital one), **Alexandra Hofer** (Regionalmedien Austria), **Maximilian Pruscha** (YOC), **Elisabeth Plattensteiner** (Purpur Media), **Matthias Seiringer** (ORF-Enterprise) und **Christopher Sima** (oe24).

## Über das interactive advertising bureau austria (iab austria)

In der Österreich-Sektion des iab (interactive advertising bureau – Verein zur Förderung der digitalen Wirtschaft) haben sich rund 190 führende Unternehmen der digitalen Wirtschaft organisiert. Sie setzen Maßstäbe für die digitale Kommunikation, unterstützen die werbetreibenden Unternehmen mit Expertise, sorgen für Transparenz und fördern den Nachwuchs. Durch die Vielfalt der Mitglieder aus allen Bereichen der digitalen Wirtschaft, ist der ganzheitliche Blick auf die für die Branche relevanten Themen gewährleistet. Das iab austria ist in ständigem Austausch mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessensgruppen. Weitere Informationen auf <https://www.iab-austria.at>.

### + + + BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich auf <https://www.leisure.at>. (Schluss)

