

## Sitzungsvorlage Nr. 212/2018

Ausschuss für Wirtschaft, Infrastruktur und  
Verwaltung  
am 12.09.2018



zur Beschlussfassung

**- Öffentliche Sitzung -**

14.08.2018

073 - WIV-Ö - 212/2018

### Zu Tagesordnungspunkt 6

#### **Kosten per Klicks in der Social-Media-Plattform „So-ist-S“ für das erste Halbjahr 2018**

Antrag der Gruppe AfD vom 19.07.2018

#### **I. Sachvortrag**

Die Summe der reinen Social-Media-Ausgaben für das erste Halbjahr 2018 für Community-Management und Werbung in den Netzwerken der Plattform beträgt 38.971,00 EUR netto.

In diesem Zeitraum wurden 8.913 neue Follower auf Facebook und 705 auf Instagram hinzugewonnen. Danach kostet ein neuer Follower 4,05 EUR netto. Neben dem Gewinnen neuer Follower ist es ein wesentliches Ziel des Community-Managements, möglichst viele Menschen zu erreichen. Der Gesamteffekt stellt sich hier wie folgt dar: In den sechs Monaten konnten User 3.785.000mal Beiträge des Facebook-Kanals und 258.808mal die des Instagram-Kanals sehen. Ein „Impression“ (ein User kann den Beitrag sehen) hat demnach 0,0096 EUR netto gekostet.

Auf Facebook ist ein Siebtel der Reichweite organisch entstanden. Da auf Instagram keine sogenannten „Like-Kampagnen“ möglich sind, sind hier die Follower nahezu komplett organisch gewonnen. Gut drei Viertel aller über die beiden Kanäle erreichten User befinden sich im angepeilten Alterssegment der 13- bis 39jährigen.

Zur Einordnung:

Eine farbige Anzeige von ¼ Seite an einem Wochentag in der Gesamtbelegung der Stuttgarter Zeitung mit 1.162.000 Lesern pro Ausgabe bei einer Auflage von 404.563 Exemplaren kostet im Anzeigenteil 30.274,91 EUR netto (0,0260 EUR pro Impression) und im Textteil 96.496,81 EUR netto (0,0838 EUR pro Impression). Dabei ist nicht ganz ein Viertel der Leser im Alterssegment der 14- bis 39jährigen.

Fazit:

Betrachtet man Kosten und Reichweite in dem für die Fachkräftewerbung relevanten Alterssegment in den sozialen Netzwerken und in den klassischen Medien, ist die Nutzung der sozialen Netzwerke zielführend und effektiv. Hinzu kommen die ergänzenden offline Maßnahmen wie die Aktionen an den für die Fachkräfteakquise relevanten Hochschulen oder die Webangebote für nicht Social Media-affine User.

#### **II. Beschlussvorschlag**

1. Der Ausschuss für Wirtschaft, Infrastruktur und Verwaltung nimmt den Bericht zur Kenntnis.
2. Der Antrag der Gruppe AfD vom 19.07.2018 wird für erledigt erklärt.