

KLEINE ANFRAGE

der Abgeordneten Sabine Enseleit, Fraktion der FDP

Digitale Werbung durch die Landesregierung

und

ANTWORT

der Landesregierung

Vorbemerkung

Die nachfolgende Antwort gibt eine Übersicht über die Schaltung von digitaler Werbung durch die Landesregierung.

Das Ministerium für Klimaschutz, Landwirtschaft, ländliche Räume und Umwelt und das Ministerium für Wissenschaft, Kultur, Bundes- und Europaangelegenheiten haben im angefragten Zeitraum keine digitale Werbung geschaltet.

Für die Staatskanzlei und die übrigen Ministerien erfolgt im Wesentlichen eine aufgeschlüsselte Antwort, soweit sich der erwünschte Differenzierungsgrad aus den hier vorliegenden Informationen abbilden lässt.

1. Hat die Landesregierung in dieser Wahlperiode finanzielle Mittel aus dem Landeshaushalt genutzt, um Anzeigen in den Google-Suchergebnissen (Google Search Ads) zu platzieren (bitte für jede Kampagne das Ressort, die Ziele der Kampagnen, die Zieladresse, die Keywords, die Zielgruppe, den Zeitraum, die Impressionen, die Konversionsrate und die Gesamtkosten angeben)?

Staatskanzlei

Für die Staatskanzlei werden die Fragen 1 bis 4 zusammenhängend beantwortet.

Im Jahr 2021 ist vonseiten der Staatskanzlei Mediabudget in zwei Kampagnen geflossen:

- 82 000 Euro für die Impfkampagne der Landesregierung. Damit sind auf Facebook und Instagram in Mecklenburg-Vorpommern 505 766 unterschiedliche Nutzerinnen und Nutzer erreicht worden. Zusätzlich gab es 20 053 837 Werbeeinblendungen, 45 702 Anzeigen-Klicks, 4 059 Stunden Videowiedergabe auf 100 verschiedenen Webseiten, die in Mecklenburg-Vorpommern relevant sind. Das Mediabudget ist von der beauftragten Agentur je nach Tagesreichweiten dynamisch eingeteilt worden. Die Gesamtkosten für die gesamte Kampagne inklusive Contentproduktion und Agenturleistungen lag bei 139 230 Euro brutto.
- 4 300 Euro für die Kanäle Facebook und Instagram zur Erhöhung der Reichweite und Bekanntmachung der Corona-Weihnachtsregeln 2021.

Zu Kampagnen im Rahmen des Landesmarketings wird auf die Anlagen 1 und 2 verwiesen. Die Erfassung bezieht sich auf den Zeitraum ab April 2023. Die Konversationsrate ist nicht erfasst worden. Die Landesmarketingkampagne „MV tut gut.“ und die Hochschulmarketingkampagne „Studieren mit Meerwert“ (StmMw) sind in den Jahren 2021 bis März 2023 als hundertprozentige Fördermaßnahmen aus dem Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) finanziert worden.

Ministerium für Inneres, Bau und Digitalisierung

Für das Ministerium für Inneres, Bau und Digitalisierung werden die Fragen 1 bis 3 zusammenhängend beantwortet.

Anbieter	Gesamtkosten in Euro	Ziel der Kampagne
Google	3 480,14	Bewerbung NØRD (EFRE-Mittel) mit Ziel der Kampagne http://www.digitales_mv.de/noerd bzw. die zwischenzeitlich offline genommene Zieldomain http://www.digitales-mv.de/noerd/tickets

Ausspielort: Mecklenburg-Vorpommern

Demografisches Targeting: Erwachsene

Ausspielung nach Interessensprofilen der Nutzerinnen und Nutzer: Business and industry, Technology

Unter diesen Übergeordneten Kategorien finden sich zahlreiche zur NØRD passende untergeordnete Kategorien wie Advertising, Engineering, Management, Marketing, Software, Web, Computer. Diese Interessen dienen als Basis für das Finden einer Zielgruppe, die Interesse an der Webseite zeigt.

Ministerium für Justiz, Gleichstellung und Verbraucherschutz

Das Ministerium für Justiz, Gleichstellung und Verbraucherschutz hat im abgefragten Zeitraum keine Google Search Ads platziert.

Finanzministerium

Für das Finanzministerium wird zur Beantwortung der Frage 1 auf die nachfolgende Tabelle verwiesen:

Kampagne	Ziele der Kampagnen	Ziel-adresse	Keywords	Ziel-gruppe	Zeit-raum	Impres-sionen	Konver-sations-rate	Gesamt-kosten in Euro
Personal-werbe-kampagne 2022 (ressort-über-greifend)	Personal-gewinnung/ Traffic für Karriere-portal MV	karriere-in-mv.de	diverse Keywords aus den Themen-feldern Stellen/ Jobs, Aus-bildung/ Studium	potenzielle Bewerber/ -innen	ganz-jährig	ca. 1,0 Mil-lionen	n. b.	103 194
Personal-werbe-kampagne 2023 (ressort-über-greifend)	Personal-gewinnung/ Traffic für Karriere-portal MV	karriere-in-mv.de	diverse Keywords aus den Themen-feldern Stellen/ Jobs, Aus-bildung/ Studium	potenzielle Bewerber/ -innen	ganz-jährig	ca. 1,9 Mil-lionen	n. b.	115 650
Personal-werbe-kampagne 2024 (ressort-über-greifend)	Personal-gewinnung/ Traffic für Karriere-portal MV	karriere-in-mv.de	diverse Keywords aus den Themen-feldern Stellen/ Jobs, Aus-bildung/ Studium	potenzielle Bewerber/ -innen	März 2024 bis jetzt (15.07. 2024)	ca. 240 000	n. b.	35 584

Ministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Tourismus und Arbeit

Für das Ministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Tourismus und Arbeit erfolgt die Beantwortung der Fragen 1 bis 5 zusammenhängend mit nachfolgender Tabelle:

Ziel der Kampagne	Informations-Online-Marketing-Kampagne „Gute Arbeit in M-V“ – Ziel: ukrainische Geflüchtete als potenzielle Arbeitskräfte im Bundesland zu binden und Mecklenburg-Vorpommern als Land zum Leben sowie Arbeiten darzustellen sowie die Merkmale guter Arbeit, Rechte und Pflichten der Geflüchteten, Anlaufstellen und Beratungsangebote in Mecklenburg-Vorpommern zu kommunizieren
Zieladresse	https://moye-zhyttya-v-mv.de/ (Webseite in deutsch, englisch und ukrainisch)
Keywords	Vertiefende Auswertungen zu „Keywords“ sind nicht mehr möglich, da die Agentur zoneEINZ das Werbekonto für das Projekt bereits geschlossen hat.
Zielgruppe	ukrainische Geflüchtete in Mecklenburg-Vorpommern
Zeitraum	15. August 2023 bis 31. Dezember 2023
Impressionen	Vertiefende Auswertungen zu „Impressionen“ sind nicht mehr möglich, da die Agentur zoneEINZ das Werbekonto für das Projekt bereits geschlossen hat. Neben der Erstellung und Betreuung der Webseite wurden ebenfalls drei Erklärungsvideos in deutscher und ukrainischer Sprache, vier Interviews in ukrainischer Sprache mit deutschen Untertiteln, 13 Fakten-Slides zum Thema gute Arbeit sowie acht Einzelbildstorys für Social Media erstellt.
Konversionsrate	Bis 31. Dezember 2022 wurden über 200 000 Menschen erreicht, bei einem im Vorfeld der Kampagne gesetzten Ziel von 36 000 Personen (Gesamtzahl der Ausspielungen auf allen Plattformen) in sechs Monaten. Webseite: 3 223 Besucherinnen/Besucher – 3 609 Aufrufe Werbeausspielungen über Meta-Plattformen: 57 692 Ausspielungen – 2 518 aktive Klicks Werbeausspielungen über Google-Ads: 139 335 Ausspielungen – 2 228 aktive Klicks ukrainischer Instagram-Account: 85 Follower, 879 erreichte Accounts, 120 Interaktionen deutscher Instagram-Account: 78 Follower, 1 087 erreichte Accounts, 46 Interaktionen
Gesamtkosten	Für die gesamte Informations-Online-Marketing-Kampagne wurden Kosten in Höhe von 57 810,20 Euro brutto ausgegeben. Für die anschließende Webseitenpflege bis Ende des Projektzeitraums (01. Januar 2023 bis 31. August 2024) wurden 5 950,00 Euro brutto festgelegt.

Ministerium für Bildung und Kindertagesförderung

Für das Ministerium für Bildung und Kindertagesförderung wird zur Beantwortung der Frage 1 auf die nachfolgenden Tabellen verwiesen.

Google Search 2022 bis 2024 Lehrerwerbekampagne, bis 10. Juli 2024

Lehrkräfte	2022	2023	2024
Impressionen	581 332	674 051	255 928
Klickrate	12,95 Prozent	14,18 Prozent	19,73 Prozent
Kosten pro Klick	0,19 Euro	0,15 Euro	0,15 Euro
Link-Klicks	74 493	95 108	50 482
Gesamtkosten	14 051,91 Euro	14 620,62 Euro	7 718,66 Euro
Zeitraum	01.01.-31.12.2022	01.01.-31.12.2023	01.01.-10.07.2024
Zieladresse	www.lehrer-in-mv.de/lehrkraefte	www.lehrer-in-mv.de/lehrkraefte	www.lehrer-in-mv.de/lehrkraefte

Referendariat	2022	2023	2024
Impressionen	227 515	237 286	102 915
Klickrate	13,24 Prozent	18,02 Prozent	21,64 Prozent
Kosten pro Klick	0,47 Euro	0,35 Euro	0,35 Euro
Link-Klicks	30 130	42 289	22 272
Gesamtkosten	14 073,65 Euro	14 605,84 Euro	7 730,33 Euro
Zeitraum	01.01.-31.12.2022	01.01.-31.12.2023	01.01.-10.07.2024
Zieladresse	www.lehrer-in-mv.de/referendariat	www.lehrer-in-mv.de/referendariat	www.lehrer-in-mv.de/referendariat

Die Gesamtkosten der Google Search Lehrerwerbekampagne 2022 bis 2024 belaufen sich auf 72 801,01 Euro.

Ministerium für Soziales, Gesundheit und Sport

Das Ministerium für Soziales, Gesundheit und Sport hat im abgefragten Zeitraum keine Google Search Ads platziert.

2. Hat die Landesregierung in dieser Wahlperiode finanzielle Mittel aus dem Landeshaushalt genutzt, um Google DisplayAds zu schalten (bitte für jede Kampagne das Ressort, die Thematik, die Ziele, die Zielvorhaben, die Zieladresse, die Zielgruppe, den Zeitraum, die Impressionen, die Konversionsrate und die Gesamtkosten angeben)?

Staatskanzlei

Für die Staatskanzlei wird auf die zusammengefasste Antwort zu Frage 1 verwiesen.

Ministerium für Inneres, Bau und Digitalisierung

Für das Ministerium für Inneres, Bau und Digitalisierung wird auf die zusammengefasste Antwort zu Frage 1 verwiesen.

Ministerium für Justiz, Gleichstellung und Verbraucherschutz

Das Ministerium für Justiz, Gleichstellung und Verbraucherschutz hat im abgefragten Zeitraum keine Google DisplayAds platziert.

Finanzministerium

Für das Finanzministerium wird zur Beantwortung der Frage 2 auf die nachfolgende Tabelle verwiesen:

Kam- pagne	Thematik	Ziele	Ziel- adresse	Ziel- gruppe	Zeit- raum	Impres- sionen	Kon- ver- sions- rate	Gesamt- kosten in Euro
Personal- werbe- kampagne 2022 (ressort- über- greifend)	Recruiting	Personal- gewinnung/ Traffic für Karriere- portal MV	karriere- in- mv.de	potenzielle Bewerber/ -innen	ganz- jährig	ca. 130 Mil- lionen	n. b.	124 619
Personal- werbe- kampagne 2023 (ressort- über- greifend)	Recruiting	Personal- gewinnung/ Traffic für Karriere- portal MV	karriere- in- mv.de	potenzielle Bewerber/ -innen	ganz- jährig	ca. 91 Mil- lionen	n. b.	110 130
Personal- werbe- kampagne 2024 (ressort- über- greifend)	Recruiting	Personal- gewinnung/ Traffic für Karriere- portal MV	karriere- in- mv.de	potenzielle Bewerber/ -innen	April bis jetzt (15.07.2 024)	ca. 530 000	n. b.	41 936

Ministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Tourismus und Arbeit

Für das Ministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Tourismus und Arbeit wird auf die zusammengefasste Antwort zu Frage 1 verwiesen.

Ministerium für Bildung und Kindertagesförderung

Für das Ministerium für Bildung und Kindertagesförderung wird zur Beantwortung der Frage 2 auf die nachfolgenden Übersichten verwiesen.

Google Display 2021 Lehrerwerbekampagne

	Lehrkräfte		Referendariat			
	Welle 1	Welle 2	Welle 1	Welle 2	Welle 3	Welle 4
Impressionen	/	2,93 Millionen	/	/	/	3,26 Millionen
Klickrate	/	0,64 Prozent	/	/	/	0,87 Prozent
Kosten pro Klick	/	0,42 Euro	/	/	/	0,28 Euro
CPM*	/	2,68 Euro	/	/	/	2,44 Euro
Link-Klicks	/	18 728	/	/	/	28 482
Gesamtkosten	/	7 833,29 Euro	/	/	/	7 951,41 Euro
Zeitraum	/	01.12.-15.12.2021	/	/	/	18.11.-14.12.2021
Zieladresse	/	www.lehrer-in-mv.de/lehrkraefte	/	/	/	www.lehrer-in-mv.de/referendariat

* Tausend-Kontakt-Preis

Keywörter Lehrer: Lehrer mv, offenen Stellen Lehrer, Lehrer gesucht, Jobsuche Lehrer, freie Lehrstellen und viele mehr

Keywörter Referendariat: Referendariat mv, Referendariat Mecklenburg-Vorpommern, Referendariat Lehramt, Referendariat Lehrer und viele mehr

Jedoch werden relevante Keywörter zu beiden Zielgruppen alle zwei Tage in einer Kampagne neu ein oder ausgeschlossen, abhängig von der aktuellen Relevanz der Keywörter.

Die Gesamtkosten für die Kampagne 2021 belaufen sich auf 15 784,70 Euro.

Google Display 2022 Lehrerwerbekampagne

	Lehrkräfte		Referendariat			
	Welle 1	Welle 2	Welle 1	Welle 2	Welle 3	Welle 4
Impres- sionen	2,84 Millionen	9,67 Millionen	2,83 Millionen	1,80 Millionen	931 287	1,49 Millionen
Klick- rate	0,80 Prozent	0,71 Prozent	0,80 Prozent	0,87 Prozent	1,55 Prozent	1,09 Prozent
Kosten pro Klick	0,52 Euro	0,19 Euro	0,53 Euro	0,46 Euro	0,27 Euro	0,29 Euro
CPM*	4,21 Euro	1,34 Euro	4,22 Euro	4,12 Euro	4,29 Euro	3,48 Euro
Link- Klicks	22 848	66 934	22 848	15 706	14 319	14 797
Gesamt- kosten	12 158,49 Euro	12 326,39 Euro	12 158,49 Euro	7 588,98 Euro	3 837,53 Euro	4 475,72 Euro
Zeitraum	23.02.- 23.03.2022	19.10.- 23.11.2022	23.02.- 23.03.2022	09.05.- 06.06.2022	05.09.- 25.09.2022	14.11.- 04.12.2022
Ziel- adresse	www.lehrer -in- mv.de/lehr- kraefte	www.lehrer -in- mv.de/lehr- kraefte	www.lehrer -in- mv.de/refe- rendariat	www.lehrer -in- mv.de/refe- rendariat	www.lehrer -in- mv.de/refe- rendariat	www.lehrer -in- mv.de/refe- rendariat

Die Gesamtkosten für die Kampagne 2022 belaufen sich auf 52 545,60 Euro.

Google Display 2023 Lehrerwerbekampagne

	Lehrkräfte		Referendariat			
	Welle 1	Welle 2	Welle 1	Welle 2	Welle 3	Welle 4
Impres- sionen	7,95 Millionen	2,67 Millionen	1,50 Millionen	3,48 Millionen	2,35 Millionen	1,53 Millionen
Klick- rate	0,66 Prozent	1,32 Prozent	1,14 Prozent	1,66 Prozent	1,04 Prozent	1,49 Prozent
Kosten pro Klick	0,24 Euro	0,12 Euro	0,40 Euro	0,27 Euro	0,17 Euro	0,16 Euro
CPM*	1,68 Euro	1,62 Euro	4,47 Euro	4,58 Euro	1,68 Euro	2,38 Euro
Link- Klicks	53 887	37 505	16 217	50 959	25 497	23 258
Gesamt- kosten	14 044,78 Euro	4 469,07 Euro	6 696,64 Euro	13 596,26 Euro	3 988,38 Euro	3 525,29 Euro
Zeit- raum	28.02.- 27.03.2023	25.10.- 20.11.2023	06.03.- 26.03.2023	16.05.- 04.06.2023	18.09.- 08.10.2023	20.11.- 10.12.2023
Ziel- adresse	www.lehrer -in- mv.de/lehr- kraefte	www.lehrer -in- mv.de/lehr- kraefte	www.lehrer -in- mv.de/refe- rendariat	www.lehrer -in- mv.de/refe- rendariat	www.lehrer -in- mv.de/refe- rendariat	www.lehrer -in- mv.de/refe- rendariat

	Danke Kampagne	MINT-Kampagne
Impressionen	877 788	606 287
Klickrate	1,67 Prozent	2,06 Prozent
Kosten pro Klick	0,43 Euro	0,34 Euro
CPM*	5,50 Euro	7,43 Euro
Link-Klicks	13 998	11 871
Gesamtkosten	4 423,20 Euro	4 201,56 Euro
Zeitraum	15.12.-26.12.2023 15.12.-05.01.2024	02.11.-20.11.2023
Zieladresse	www.lehrer-in-mv.de/danke	www.lehrer-in-mv.de/lehrkraefte/mint

Die Gesamtkosten für die Kampagne 2023 belaufen sich auf 54 945,18 Euro.

Google Display 2024 Lehrerwerbekampagne, Stand 10. Juli 2024

	Lehrkräfte Welle 1	Referendariat Welle 1	Referendariat Welle 2	MINT Kampagne
Impressionen	5,61 Millionen	996 339	5,39 Millionen	1,75 Millionen
Klickrate	1,07 Prozent	0,85 Prozent	1,02 Prozent	1,28 Prozent
Kosten pro Klick	0,15 Euro	0,39 Euro	0,06 Euro	0,27 Euro
CPM*	1,61 Euro	3,29 Euro	0,69 Euro	3,49 Euro
Link-Klicks	62 285	7 931	54 618	23 566
Gesamtkosten	6 619,23 Euro	3 215,09 Euro	3 650,42 Euro	6 503,26 Euro
Zeitraum	29.02.- 27.03.2024	18.03.- 07.04.2024	27.05.- 16.06.2024	29.02.- 27.03.2024
Zieladresse	www.lehrer-in-mv.de/ lehrkraefte	www.lehrer-in-mv.de/ referendariat	www.lehrer-in-mv.de/ referendariat	www.lehrer-in-mv.de/ lehrkraefte/ mint

Die Gesamtkosten für die Kampagne 2024 belaufen sich auf 19 988,00 Euro.

Die Gesamtsumme für die Google Display Lehrerwerbekampagne beläuft sich auf 143 263,48 Euro.

Ministerium für Soziales, Gesundheit und Sport

Das Ministerium für Soziales, Gesundheit und Sport hat im abgefragten Zeitraum keine Google DisplayAds platziert.

3. Hat die Landesregierung in dieser Wahlperiode finanzielle Mittel aus dem Landeshaushalt genutzt, um Anzeigen über andere Google-Ads-Kampagnen wie Discovery Ads/Demand Gen, Videoanzeigen oder Shopping Ads zu schalten (bitte für jede Kampagne das Ressort, die Thematik, die Kampagnenart, die Ziele der Kampagne, die Zielgruppe, den Zeitraum, die Impressionen, die Konversionsrate und die Gesamtkosten angeben)?

Staatskanzlei

Für die Staatskanzlei wird auf die zusammengefasste Antwort zu Frage 1 verwiesen.

Ministerium für Inneres, Bau und Digitalisierung

Für das Ministerium für Inneres, Bau und Digitalisierung wird auf die zusammengefasste Antwort zu Frage 1 verwiesen.

Ministerium für Justiz, Gleichstellung und Verbraucherschutz

2021 Lernplattform StudySmarter

Video-Ads für Werbung zur Ausbildung Justizfachangestellte

Zielgruppe: Schülerinnen/Schüler der Realschulen M-V (9./10. Klasse)

Zeitraum: 1. Juni bis 5. November 2021

Endreporting: 47 500 Video-Ads insgesamt

Klickrate 4,05

Klicks auf die Karriere-Bewerbungsseite gesamt: 1 925

Kosten der Kampagne: 4 165,00 Euro

Lernplattform Studyflix (letzter Abschlag 2022 für 2021)

Video-Ads für Werbung zur Ausbildung Justizfachangestellte

Zielgruppe: Schülerinnen/Schüler der Realschulen M-V (8./9./10. Klasse)

Zeitraum: 2. bis 18. November 2021

Endreporting: 15 000 Video-Ads insgesamt

Klickrate 8,1

Klicks auf die Karriere-Seite (gesamte Kampagne 2021): 1 493

Teil-Kosten der Kampagne: 1 190,00 Euro

2022 Lernplattform Studyflix

Video-Ads für Werbung zur Ausbildung Justizfachangestellte

Zielgruppe: Schülerinnen/Schüler der Realschulen M-V (8./9./10. Klasse)

Zeitraum: 1. Juni bis 30. November 2022

Endreporting: 45 409 Video-Ads insgesamt

Ausspielung Lernvideo 22 707, Klickrate 8,0

Ausspielung Lernkarten 22 702, Klickrate 0,5

Klicks auf die Karriere-Bewerbungsseite gesamt: 1 936

Kosten der Kampagne: 3 564,05 Euro

2023 Lernplattform Studyflix
 Video-Ads für Werbung zur Ausbildung Justizfachangestellte
 Zielgruppe: Schülerinnen/Schüler der Realschulen M-V (8./9./10. Klasse)
 Zeitraum: 15. Mai bis 31. Oktober 2023
 Endreporting: 50 010 Video-Ads insgesamt
 Auspielung Lernvideo 22 502, Klickrate 9,0
 Auspielung Lernkarten 27 508, Klickrate 0,6
 Klicks auf die Karriere-Bewerbungsseite gesamt: 2 278
 Kosten der Kampagne: 4 165,00 Euro

Finanzministerium

Das Finanzministerium hat keine anderen Google-Ads-Kampagnen wie Discovery Ads/Demand Gen, Videoanzeigen oder Shopping Ads geschaltet.

Ministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Tourismus und Arbeit

Für das Ministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Tourismus und Arbeit wird auf die zusammengefasste Antwort zu Frage 1 verwiesen.

Ministerium für Bildung und Kindertagesförderung

YouTube Lehrerwerbekampagne 2021

	Lehrkräfte		Referendariat			
	Welle 1	Welle 2	Welle 1	Welle 2	Welle 3	Welle 4
Impressionen	/	426 405	/	/	/	427 382
Klickrate	/	0,18 Prozent	/	/	/	0,14 Prozent
Kosten pro Klick	/	2,62 Euro	/	/	/	3,62 Euro
CPM*	/	4,68 Euro	/	/	/	4,68 Euro
Link-Klicks	/	761	/	/	/	613
Gesamtkosten	/	1 997,19 Euro	/	/	/	1.998,47 Euro
Zeitraum	/	23.11.- 15.12.2021	/	/	/	18.11.- 14.12.2021
Zieladresse	/	www.lehrer-in- mv.de/lehr- kraefte	/	/	/	www.lehrer-in- mv.de/referen- dariat

Die Gesamtkosten für die Kampagne 2021 belaufen sich auf 3 995,66 Euro.

YouTube Lehrerwerbekampagne 2022

	Lehrkräfte		Referendariat			
	Welle 1	Welle 2	Welle 1	Welle 2	Welle 3	Welle 4
Klick-rate	0,57 Prozent	0,26 Prozent	0,17 Prozent	0,55 Prozent	1,12 Prozent	0,91 Prozent
Kosten pro Klick	0,50 Euro	0,85 Euro	2,36 Euro	0,50 Euro	0,39 Euro	0,62 Euro
CPM*	2,85 Euro	1,98 Euro	4,12 Euro	3,01 Euro	4,55 Euro	5,27 Euro
Link-Klicks	7 670	3 729	1 854	3 549	3 381	3 269
Gesamtkosten in Euro	3 663,22 Euro	2 996,19 Euro	4 498,64 Euro	1 799,02 Euro	1 435,64 Euro	1 498,77 Euro
Zeitraum	25.02.- 23.03.2022	19.10.- 15.11.2022	14.03.- 10.04.2022	09.05.- 07.06.2022	05.09.- 25.09.2022	14.11.- 04.12.2022
Zieladresse	www.lehrer-in-mv.de/lehrkraefte	www.lehrer-in-mv.de/lehrkraefte	www.lehrer-in-mv.de/referendariat	www.lehrer-in-mv.de/referendariat	www.lehrer-in-mv.de/referendariat	www.lehrer-in-mv.de/referendariat

Die Gesamtkosten für die Kampagne 2022 belaufen sich auf 15 891,48 Euro.

YouTube Lehrerwerbekampagne 2023

	Lehrkräfte		Referendariat			
	Welle 1	Welle 2	Welle 1	Welle 2	Welle 3	Welle 4
Impressionen	541 357	733 360	853 423	1,36 Millionen	379 950	495 914
Klick-rate	0,94 Prozent	0,46 Prozent	3,31 Prozent	2,22 Prozent	0,62 Prozent	0,64 Prozent
Kosten pro Klick	0,96 Euro	0,71 Euro	1,09 Euro	0,53 Euro	0,60 Euro	0,64 Euro
CPM*	7,14 Euro	3,41 Euro	5,90 Euro	1,10 Euro	3,89 Euro	5,16 Euro
Link-Klicks	5 312	2 972	2 723	1 674	3 219	812
Gesamtkosten in Euro	4 003,66 Euro	1 750,61 Euro	2 499,77 Euro	1 500,01 Euro	1 000,15 Euro	1 299,74 Euro
Zeitraum	28.02.- 27.03.2023	25.10.- 20.11.2023	06.03.- 27.03.2023	16.05.- 04.06.2023	18.09.- 08.10.2023	20.11.- 30.11.2023
Zieladresse	www.lehrer-in-mv.de/lehrkraefte	www.lehrer-in-mv.de/lehrkraefte	www.lehrer-in-mv.de/referendariat	www.lehrer-in-mv.de/referendariat	www.lehrer-in-mv.de/referendariat	www.lehrer-in-mv.de/referendariat

	Schulscharf-Kampagne	MINT-Kampagne
Impressionen	267 166	450 181
Klickrate	0,45 Prozent	0,10 Prozent
Kosten pro Klick	1,40 Euro	3,91 Euro
CPM*	6,28 Euro	3,78 Euro
Link-Klicks	813	436
Gesamtkosten	1 001,42 Euro	1 750,25 Euro
Zeitraum	07.03.-26.03.2023	30.10.-20.11.2023
Zieladresse	www.lehrer-in-mv.de/schulportraits	www.lehrer-in-mv.de/lehrkraefte/mint

Die Gesamtkosten für die Kampagne 2023 belaufen sich auf 14 805,61 Euro.

YouTube Lehrerwerbekampagne 2024

	Lehrkräfte Welle 1	Referendariat Welle 1	Referendariat Welle 2	MINT Kampagne
Impres- sionen	867 372	217 150	921 933	833 950
Klick-rate	1,06 Prozent	0,90 Prozent	0,61 Prozent	1,19 Prozent
Kosten pro Klick	0,27 Euro	0,36 Euro	0,23 Euro	0,27 Euro
CPM*	3,05 Euro	3,23 Euro	1,41 Euro	3,31 Euro
Link- Klicks	9 217	1 931	5 343	10 098
Gesamt- kosten	2 649,77 Euro	700,61 Euro	1 198,92 Euro	2 649,64 Euro
Zeitraum	29.02.- 27.03.2024	18.03.- 07.04.2024	27.05.- 16.06.2024	29.02.- 27.03.2024
Ziel- adresse	www.lehrer-in- mv.de/lehrkraeft e	www.Lehrer-in- MV.de/referenda riat	www.Lehrer-in- MV.de/referenda riat	www.lehrer-in- mv.de/lehrkraeft e/mint

Die Gesamtkosten für die Kampagne 2024 belaufen sich auf 7 198,94 Euro.

Die Gesamtkosten für die YouTube Lehrerwerbekampagne belaufen sich auf 41 891,69 Euro.

TikTok 2022

	Referendariat		
	Welle 2	Welle 3	Welle 4
Impressionen	1 671 387	1 102 246	1 110 125
Klickrate	0,88 Prozent	0,65 Prozent	0,53 Prozent
Kosten pro Klick	0,24 Euro	0,42 Euro	0,51 Euro
CPM*	2,09 Euro	2,72 Euro	2,70 Euro
Link-Klicks	14 716	7 167	5 897
Gesamtkosten	3 496,51 Euro	2 993,00 Euro	2 995,96 Euro
Zeitraum	09.05.-06.06.2022	05.09.-19.09.2022	14.11.-04.12.2022
Zieladresse	www.lehrer-in-mv.de/referendariat	www.lehrer-in-mv.de/referendariat	www.lehrer-in-mv.de/referendariat

Die Gesamtkosten für die Kampagne 2022 belaufen sich auf 9 485,47 Euro.

TikTok 2023

	Referendariat			
	Welle 1	Welle 2	Welle 3	Welle 4
Impressionen	1 691 304	2 932 511	791 846	422 020
Klickrate	0,46 Prozent	0,49 Prozent	1,03 Prozent	0,90 Prozent
Kosten pro Klick	0,33 Euro	0,35 Euro	0,25 Euro	0,31 Euro
CPM*	1,51 Euro	1,70 Euro	2,53 Euro	2,84 Euro
Link-Klicks	7 712	14 355	8 129	3 808
Gesamtkosten	2 560,00 Euro	4 983,41 Euro	2 000,00 Euro	1 197,84 Euro
Zeitraum	06.03.-26.03.2023	16.05.-04.06.2023	18.09.-02.10.2023	16.11.-30.11.2023
Zieladresse	www.lehrer-in-mv.de/referendariat	www.lehrer-in-mv.de/referendariat	www.lehrer-in-mv.de/referendariat	www.lehrer-in-mv.de/referendariat

Die Gesamtkosten für die Kampagne 2023 belaufen sich auf 10 741,25 Euro.

TikTok 2024

	Referendariat Welle 1	Referendariat Welle 2
Impressionen	476 362	486 711
Klickrate	0,81 Prozent	0,92 Prozent
Kosten pro Klick	0,24 Euro	0,27 Euro
CPM*	1,97 Euro	2,47 Euro
Link-Klicks	3 842	4 472
Gesamtkosten	940,67 Euro	1 199,89 Euro
Zeitraum	18.03.-07.04.2024	27.05.-16.06.2024
Zieladresse	www.lehrer-in-mv.de/referendariat	www.lehrer-in-mv.de/referendariat

Die Gesamtkosten für die Kampagne 2024 belaufen sich auf 2 140,56 Euro.

Die Gesamtkosten für die TikTok Lehrerwerbekampagne belaufen sich auf 22 367,28 Euro.

Ministerium für Soziales, Gesundheit und Sport

Das Ministerium für Soziales, Gesundheit und Sport hat keine anderen Google-Ads-Kampagnen wie Discovery Ads/Demand Gen, Videoanzeigen oder Shopping Ads geschaltet.

4. Hat die Landesregierung in dieser Wahlperiode finanzielle Mittel aus dem Landeshaushalt genutzt, um Pay-Per-Click-Kampagnen anderer Anbieter wie beispielsweise Facebook Ads, Microsoft Advertising oder LinkedIn Ads einzukaufen?
Wenn ja, wie hoch sind die Gesamtkosten pro Ressort (bitte nach Anbieter aufschlüsseln)?

Staatskanzlei

Anbieter	Gesamtkosten in Euro
TikTok	14 281,39
Meta	24 672,24

Im Übrigen wird auf die zusammengefasste Antwort zur Frage 1 verwiesen.

Ministerium für Inneres, Bau und Digitalisierung

Anbieter	Gesamtkosten in Euro
Meta (Facebook und Instagram)	11 031,80
LinkedIn	3 270,72

Hinweis: In den Jahren 2021 bis 2022 wurden teilweise Beträge des digitalen MV über Meta (Facebook und Instagram) mit finanziellen Mitteln in der Reichweite unterstützt. Diese Kosten wurden damals nicht gesondert erfasst und sind durch den Agenturwechsel nicht mehr abrufbar. Das damalige Werbekonto besteht nicht mehr, sodass die Daten nicht mehr abgerufen werden können.

Ministerium für Justiz, Gleichstellung und Verbraucherschutz

Das Ministerium für Justiz, Gleichstellung und Verbraucherschutz hat im abgefragten Zeitraum keine Pay-Per-Click-Kampagnen anderer Anbieter wie beispielsweise Facebook Ads, Microsoft Advertising oder LinkedIn Ads eingekauft.

Finanzministerium

Anbieter	Gesamtkosten in Euro
Meta (Facebook und Instagram)	183 301,00
Xing	110 400,00
LinkedIn	85 113,00
TikTok	16 500,00
YouTube	64 098,00

Ministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Tourismus und Arbeit

Für das Ministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Tourismus und Arbeit wird auf die zusammengefasste Antwort zu Frage 1 verwiesen.

Ministerium für Bildung und Kindertagesförderung

Anbieter	Gesamtkosten in Euro
Meta	44 906,74

Ministerium für Soziales, Gesundheit und Sport

Anbieter	Gesamtkosten in Euro
Meta	500,00

5. Hat die Landesregierung in dieser Wahlperiode finanzielle Mittel aus dem Landeshaushalt genutzt, um über Audio- oder Video-Streaming-Dienste, in AR- & VR-Anwendungen oder über andere digitale Verbreitungswege Anzeigen oder Werbung zu schalten?

Im Rahmen der Kampagnen „Studieren mit Meerwert“ sind durch die Staatskanzlei Anzeigen auf Spotify geschaltet worden.

Im Rahmen der ressortübergreifenden Personalwerbekampagnen des Finanzministeriums wurden Werbeclips auf dem Videostreamingportal YouTube geschaltet.

Die übrigen Ministerien haben in dieser Wahlperiode keine finanziellen Mittel aus dem Landeshaushalt genutzt, um über Audio- oder Video-Streaming-Dienste, in AR- und VR-Anwendungen oder über andere digitale Verbreitungswege Anzeigen oder Werbung zu schalten.

6. Hat die Landesregierung in dieser Wahlperiode finanzielle Mittel aus dem Landeshaushalt für Influencer auf Plattformen wie TikTok, Instagram, YouTube, Twitch oder Pinterest ausgegeben?
Wenn ja,
 - a) wie hoch sind die Gesamtkosten pro Ressort?
 - b) wer waren diese Influencer?
 - c) für welche Thematik wurden diese engagiert (bitte nach Ressort aufschlüsseln)?

Nein.

7. Wie viele Mitarbeiter sind mit der Schaltung und Verwaltung von Kampagnen über Google Ads und andere PPC-Plattformen in der Landesregierung beschäftigt (bitte für jedes Ressort die Mitarbeiterzahl angeben)?
 - a) In welcher Funktion sind die entsprechenden Mitarbeiter für das jeweilige Ressort tätig?
 - b) Sollte die Schaltung und Verwaltung der Kampagnen über PPC-Plattformen nicht durch das entsprechende Ressort geschehen, welche Agentur oder anderen externen Dritte übernehmen die Schaltung und Verwaltung (bitte für jedes Ressort einzeln auflisten)?

Es gibt keine Mitarbeitenden, die speziell für die Schaltung und Verwaltung von Kampagnen über Google Ads und anderen PPC-Plattformen zuständig sind.

Im Ministerium für Justiz, Gleichstellung und Verbraucherschutz wird diese Aufgabe vom Pressesprecher mit übernommen. In der Staatskanzlei und den nachfolgend genannten Ministerien werden diese Aufgaben von Agenturen oder externen Dritten übernommen.

Ressort	Agentur oder andere externe Dritte
Staatskanzlei	Mandarin Medien GmbH
Ministerium für Inneres, Bau und Digitalisierung	Die Schaltung und Verwaltung der Kampagnen wird im Falle von GOMEVO durch die Betreiber-gesellschaft als Leistungsbestandteil ihrer Beauftragung übernommen. Beim Projekt NØRD: H2F Kommunikationsagentur (H2F GmbH & Co. KG)
Finanzministerium	WERK3 Werbeagentur GmbH & Co. KG (bis 2023)
	MANDARIN MEDIEN Gesellschaft für digitale Lösungen mbH (ab 2024)
Ministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Tourismus und Arbeit	Marketingagentur zoneEINZ
Ministerium für Bildung und Kindertagesförderung	WERK3 Werbeagentur Rostock
Ministerium für Soziales, Gesundheit und Sport	Agentur 13 Grad (Horst GmbH).

8. Wie stellt die Landesregierung sicher, dass ihre Online-Werbekampagnen nicht auf Internetseiten oder anderen Kanälen mit extremistischem, gewaltverherrlichendem oder menschenverachtendem Inhalt ausgespielt werden?

Entsprechende Vorkehrungen sind von den beauftragten Werbeagenturen zu treffen. Dazu gehört auch das Monitoring der veröffentlichten Beiträge.

[StmMw] 1. GSN Ads 2023

Kampagnenname	Anzeigengruppen	Ziel der Kampagne	Zieladresse	Keywords	Zielgruppe	Zeitraum	Impressionen	Konversionsrate	Gesamtkosten in Euro
[GSN] – Hochschulen	Universität Rostock	Klicks maximieren	https://www.studieren-mit-meerwert.de/universitaet-rostock	universität rostock, hochschule rostock	Deutschland: Baden-Württemberg, Bayern, Berlin, Brandenburg, Bremen, Hamburg, Hessen, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Schleswig-Holstein, Thüringen, alle Geschlechter, Alter 18 bis 65 Jahre	01.06.2023-10.09.2023	15 448		515,98

Kampagnenname	Anzeigengruppen	Ziel der Kampagne	Zieladresse	Keywords	Zielgruppe	Zeitraum	Impressionen	Konversionsrate	Gesamtkosten in Euro
	Universität Greifswald	Klicks maximieren	https://www.studieren-mit-meerwert.de/universitaet-greifswald/	hochschule greifswald, ernst-moritz-arndt-universität greifswald, ernst-moritz-arndt-universität, greifswalder uni	Deutschland: Baden-Württemberg, Bayern, Berlin, Brandenburg, Bremen, Hamburg, Hessen, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Schleswig-Holstein, Thüringen, alle Geschlechter, Alter 18 bis 65 Jahre	01.06.2023-10.09.2023	12 983		493,16
	Hochschule Wismar	Klicks maximieren	https://www.studieren-mit-meerwert.de/hochschule-wismar/	fachhochschule wismar, hs wismar, hochschule wismar, fh wismar,	Deutschland: Baden-Württemberg, Bayern, Berlin, Brandenburg, Bremen, Hamburg, Hessen, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Schleswig-Holstein, Thüringen, alle Geschlechter, Alter 18 bis 65 Jahre	01.06.2023-10.09.2023	10 246		231,34

Kampagnenname	Anzeigengruppen	Ziel der Kampagne	Zieladresse	Keywords	Zielgruppe	Zeitraum	Impressionen	Konversionsrate	Gesamtkosten in Euro
	Hochschule Neubrandenburg	Klicks maximieren	https://www.studieren-mit-meerwert.de/hochschule-neubrandenburg/	hochschule Neubrandenburg, fh Neubrandenburg,	Deutschland: Baden-Württemberg, Bayern, Berlin, Brandenburg, Bremen, Hamburg, Hessen, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Schleswig-Holstein, Thüringen, alle Geschlechter, Alter 18 bis 65 Jahre	01.06.2023-10.09.2023	2 962		131,42
	Hochschule Stralsund	Klicks maximieren	https://www.studieren-mit-meerwert.de/hochschule-stralsund/	hochschule stralsund	Deutschland: Baden-Württemberg, Bayern, Berlin, Brandenburg, Bremen, Hamburg, Hessen, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Schleswig-Holstein, Thüringen, alle Geschlechter, Alter 18 bis 65 Jahre	01.06.2023-10.09.2023	3 879		112,15

Kampagnenname	Anzeigengruppen	Ziel der Kampagne	Zieladresse	Keywords	Zielgruppe	Zeitraum	Impressionen	Konversionsrate	Gesamtkosten in Euro
	Hochschule für Musik und Theater	Klicks maximieren	https://www.studieren-mit-meerwert.de/hochschule-fuer-musik-und-theater-rostock/	musik studieren, studium schauspiel, theater studium, schauspiel studieren, theater studieren, hochschule für musik und theater	Deutschland: Baden-Württemberg, Bayern, Berlin, Brandenburg, Bremen, Hamburg, Hessen, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Schleswig-Holstein, Thüringen, alle Geschlechter, Alter 18 bis 65 Jahre	01.06.2023-10.09.2023	5 612		63,34

Kampagnenname	Anzeigengruppen	Ziel der Kampagne	Zieladresse	Keywords	Zielgruppe	Zeitraum	Impressionen	Konversionsrate	Gesamtkosten in Euro
	Fachhochschule Güstrow	Klicks maximieren	https://www.studieren-mit-meerwert.de/fachhochschule-guestrow/	Fachhochschule verwaltung, Fachhochschule für öffentliche Verwaltung Polizei und Rechtspflege, güstrow hochschule, fachhochschule Rechtspflege, fh studium polizei, güstrow fachhochschule, güstrow fh	Deutschland: Baden-Württemberg, Bayern, Berlin, Brandenburg, Bremen, Hamburg, Hessen, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Schleswig-Holstein, Thüringen, alle Geschlechter, Alter 18 bis 65 Jahre	01.06.2023- 10.09.2023	1 131		23,60

Kampagnenname	Anzeigengruppen	Ziel der Kampagne	Zieladresse	Keywords	Zielgruppe	Zeitraum	Impressionen	Konversionsrate	Gesamtkosten in Euro
[GSN] – Studium	Universitäten	Klicks maximieren	https://www.studieren-mit-meerwert.de/startseite	universität, universität finden, gute universitäten	Deutschland: Baden-Württemberg, Bayern, Berlin, Brandenburg, Bremen, Hamburg, Hessen, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Schleswig-Holstein, Thüringen, alle Geschlechter, Alter 18 bis 65 Jahre	01.06.2023-10.09.2023	16 302		74,75
	Studium	Klicks maximieren	https://www.studieren-mit-meerwert.de/startseite	studium, studium deutschland, studium öffentlicher dienst, studium meer	Deutschland: Baden-Württemberg, Bayern, Berlin, Brandenburg, Bremen, Hamburg, Hessen, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Schleswig-Holstein, Thüringen, Alle Geschlechter, Alter 18 bis 65 Jahre	01.06.2023-10.09.2023	4 173		67,75

Kampagnenname	Anzeigengruppen	Ziel der Kampagne	Zieladresse	Keywords	Zielgruppe	Zeitraum	Impressionen	Konversionsrate	Gesamtkosten in Euro
	Studieren	Klicks maximieren	https://www.studieren-mit-meerwert.de/startseite	studieren, was studieren, was soll ich studieren, wo studieren, studieren in mv, studieren im norden	Deutschland: Baden-Württemberg, Bayern, Berlin, Brandenburg, Bremen, Hamburg, Hessen, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Schleswig-Holstein, Thüringen, alle Geschlechter, Alter 18 bis 65 Jahre	01.06.2023-10.09.2023	3 369		60,27

Kampagnenname	Anzeigengruppen	Ziel der Kampagne	Zieladresse	Keywords	Zielgruppe	Zeitraum	Impressionen	Konversionsrate	Gesamtkosten in Euro
	Fachhochschule	Klicks maximieren	https://www.studieren-mit-meerwert.de/startseite	fachhochschulen deutschland, fachhochschulen studien-gänge, fachhochschule, fachhochschule neubrandenburg stralsund, fachhochschule mv	Deutschland: Baden-Württemberg, Bayern, Berlin, Brandenburg, Bremen, Hamburg, Hessen, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Schleswig-Holstein, Thüringen, alle Geschlechter, Alter 18 bis 65 Jahre	01.06.2023-10.09.2023	2 640		49,00

Kampagnenname	Anzeigengruppen	Ziel der Kampagne	Zieladresse	Keywords	Zielgruppe	Zeitraum	Impressionen	Konversionsrate	Gesamtkosten in Euro
	Hochschule	Klicks maximieren	https://www.studieren-mit-meerwert.de/startseite	hochschule	Deutschland: Baden-Württemberg, Bayern, Berlin, Brandenburg, Bremen, Hamburg, Hessen, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Schleswig-Holstein, Thüringen, alle Geschlechter, Alter 18 bis 65 Jahre	01.06.2023-10.09.2023	7 359		43,46
	Studiengänge	Klicks maximieren	https://www.studieren-mit-meerwert.de/startseite	studiengang, interessante studien-gänge, studiengang beratung	Deutschland: Baden-Württemberg, Bayern, Berlin, Brandenburg, Bremen, Hamburg, Hessen, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Schleswig-Holstein, Thüringen, alle Geschlechter, Alter 18 bis 65 Jahre	01.06.2023-10.09.2023	843		26,25

Kampagnenname	Anzeigengruppen	Ziel der Kampagne	Zieladresse	Keywords	Zielgruppe	Zeitraum	Impressionen	Konversionsrate	Gesamtkosten in Euro
	Studienplatz	Klicks maximieren	https://www.studieren-mit-meerwert.de/startseite	studienplatz, studienplatz finden	Deutschland: Baden-Württemberg, Bayern, Berlin, Brandenburg, Bremen, Hamburg, Hessen, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Schleswig-Holstein, Thüringen, alle Geschlechter, Alter 18 bis 65 Jahre	01.06.2023-10.09.2023	297		0,92
[GSN] – Master	master	Klicks maximieren	https://www.studieren-mit-meerwert.de/startseite	master, masterstudium, masterstudiumberatung, masterstudiumbewerben, masterstudium neue bundesländer	Deutschland: Baden-Württemberg, Bayern, Berlin, Brandenburg, Bremen, Hamburg, Hessen, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Schleswig-Holstein, Thüringen, alle Geschlechter, Alter 18 bis 65 Jahre	01.06.2023-10.09.2023	10 629		102,74

Kampagnenname	Anzeigengruppen	Ziel der Kampagne	Zieladresse	Keywords	Zielgruppe	Zeitraum	Impressionen	Konversionsrate	Gesamtkosten in Euro
	masterstudiengänge	Klicks maximieren	https://www.studieren-mit-meerwert.de/startseite	masterstudiengang, masterstudiengänge, masterstudiengänge suche, masterstudiengänge norddeutschland, masterstudiengänge vergabe, masterstudiengänge welche, masterstudiengang mv, masterstudiengänge mecklenburg-vorpommern	Deutschland: Baden-Württemberg, Bayern, Berlin, Brandenburg, Bremen, Hamburg, Hessen, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Schleswig-Holstein, Thüringen, alle Geschlechter, Alter 18 bis 65 Jahre	01.06.2023-10.09.2023	1 944		58,16

Kampagnenname	Anzeigengruppen	Ziel der Kampagne	Zieladresse	Keywords	Zielgruppe	Zeitraum	Impressionen	Konversionsrate	Gesamtkosten in Euro
	duale masterstudiengänge	Klicks maximieren	https://www.studieren-mit-meerwert.de/startseite	duales masterstudium, duale masterstudiengänge	Deutschland: Baden-Württemberg, Bayern, Berlin, Brandenburg, Bremen, Hamburg, Hessen, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Schleswig-Holstein, Thüringen, alle Geschlechter, Alter 18 bis 65 Jahre	01.06.2023-10.09.2023	514		20,40
	master mv	Klicks maximieren	https://www.studieren-mit-meerwert.de/startseite	master mv, masterstudium mecklenburg-vorpommern, masterstudium mv	Deutschland: Baden-Württemberg, Bayern, Berlin, Brandenburg, Bremen, Hamburg, Hessen, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Schleswig-Holstein, Thüringen, alle Geschlechter, Alter 18 bis 65 Jahre	01.06.2023-10.09.2023	15		1,83

Kampagnenname	Anzeigengruppen	Ziel der Kampagne	Zieladresse	Keywords	Zielgruppe	Zeitraum	Impressionen	Konversionsrate	Gesamtkosten in Euro
[GSN] – Bachelor	bachelor	Klicks maximieren	https://www.studieren-mit-meerwert.de/startseite	bachelor, bachelorstudium	Deutschland: Baden-Württemberg, Bayern, Berlin, Brandenburg, Bremen, Hamburg, Hessen, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Schleswig-Holstein, Thüringen, alle Geschlechter, Alter 18 bis 65 Jahre	01.06.2023-10.09.2023	4 883		121,28
	duale Studiengänge	Klicks maximieren	https://www.studieren-mit-meerwert.de/startseite	duale Studiengänge, bachelorstudiengang	Deutschland: Baden-Württemberg, Bayern, Berlin, Brandenburg, Bremen, Hamburg, Hessen, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Schleswig-Holstein, Thüringen, alle Geschlechter, Alter 18 bis 65 Jahre	01.06.2023-10.09.2023	1 034		37,44

Kampagnenname	Anzeigengruppen	Ziel der Kampagne	Zieladresse	Keywords	Zielgruppe	Zeitraum	Impressionen	Konversionsrate	Gesamtkosten in Euro
	bachelorstudiengänge	Klicks maximieren	https://www.studieren-mit-meerwert.de/startseite	bachelorstudiengang, bachelorstudiengänge, bachelorstudiengang mv, bachelorstudiengang mecklenburg-vorpommern	Deutschland: Baden-Württemberg, Bayern, Berlin, Brandenburg, Bremen, Hamburg, Hessen, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Schleswig-Holstein, Thüringen, alle Geschlechter, Alter 18 bis 65 Jahre	01.06.2023-10.09.2023	905		28,33
	bachelorberufsbegleitend	Klicks maximieren	https://www.studieren-mit-meerwert.de/startseite	bachelornebenberuflich, bachelorberufsbegleitend,	Deutschland: Baden-Württemberg, Bayern, Berlin, Brandenburg, Bremen, Hamburg, Hessen, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Schleswig-Holstein, Thüringen, alle Geschlechter, Alter 18 bis 65 Jahre	01.06.2023-10.09.2023	12		0,54

Kampagnenname	Anzeigengruppen	Ziel der Kampagne	Zieladresse	Keywords	Zielgruppe	Zeitraum	Impressionen	Konversionsrate	Gesamtkosten in Euro
	bachelor mv	Klicks maximieren	https://www.studieren-mit-meerwert.de/startseite	Bachelorstudium mv, bachelor mecklenburg-vorpommern, bachelor mv,	Deutschland: Baden-Württemberg, Bayern, Berlin, Brandenburg, Bremen, Hamburg, Hessen, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Schleswig-Holstein, Thüringen, alle Geschlechter, Alter 18 bis 65 Jahre	01.06.2023-10.09.2023	0		0,00

[MV tut gut] 3. PMAX Google Ads 2024

Kampagnenname	Anzeigengruppen	Ziel der Kampagne	Zieladresse	Keywords	Zielgruppe	Zeitraum	Impressionen	Konversionsrate	Gesamtkosten in Euro
MVwow 2. Flight		Conversion maximieren	https://www.mecklenburg-vorpommern.de/startseite		Deutschland: Bremen, Dresden, Frankfurt am Main, Göttingen, Hannover, Niedersachsen, Kassel, Kiel, Köln, Leipzig, Mecklenburg-Vorpommern, alle Geschlechter, Alter 18 bis 65 Jahre	04.12.2023- 31.12.2023	585 001		1 035,55
MVwow		Conversion maximieren	https://www.mecklenburg-vorpommern.de/startseite		Deutschland: Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern, Berlin, alle Geschlechter, Alter 18 bis 65 Jahre	26.03.2024- 26.04.2024	0		0,00

[StmMw] 3. PMAX Google Ads 2024

Kampagnenname	Anzeigengruppen	Ziel der Kampagne	Zieladresse	Keywords	Zielgruppe	Zeitraum	Impressionen	Konversionsrate	Gesamtkosten in Euro
MM [StmMw] Begleitung OoH- Kampagne		Conversion maximieren	https://www.studieren-mit-meerwert.de/startseite	studium, studieren, hochschule, universität	Deutschland: Berlin, Brandenburg, Hamburg, Mecklenburg- Vorpommern, Niedersachsen, Schleswig- Holstein, alle Geschlechter, Alter 18 bis 65 Jahre	25.05.2024- 27.07.2024	529 606		3.214,77
MM [StmMw] Begleitung Schul- kampagne		Conversion maximieren	https://www.studieren-mit-meerwert.de/startseite	studium, studieren, hochschule, universität	Deutschland: Berlin, Brandenburg, Hamburg, Mecklenburg- Vorpommern, Niedersachsen, Schleswig- Holstein, alle Geschlechter, Alter 18 bis 65 Jahre	20.04.2024- 20.05.2024	635 996		1.918,28