

## **Anfragen der Aktionsgemeinschaft in der UV-Sitzung vom 16. Juni 2023**

### **an das Referat für Öffentlichkeitsarbeit**

*Im Bericht steht drinnen, dass die Posts finanziell eben beworben worden sind, und da ist die Frage, ob es Daten dazu gibt, wie treffsicher das Targeting auf Instagram funktioniert.*

Was wir gut sehen können, ist wie mit dem Post jeweils interagiert wurde. Bei unserem Reel waren es 126 Website-Aufrufe und 54 Profilaufufe. Bei dem Posting zur Podiumsdiskussion waren es 120 Profilaufufe, außerdem wurde es von 63 Personen gespeichert.

*Wie viele von den 15.000 bzw. 10.000 Views eben von den Studierenden der Uni Wien stammen?*

Leider können wir nicht einsehen, wer wo studiert bzw. wer auf der Uni Wien studiert.

*Welche Parameter habt ihr für die Zielgruppe auf Instagram eingestellt?*

Wir haben den Standort Wien angegeben, Alter 18-33 Jahre, alle Geschlechter. Außerdem können Interessen angegeben werden, da haben wir „Student\_in“ und „Studierendenvertretung“ gewählt.

### **an das Referat Working Class Students**

*Die Location war das Kulturzentrum am Althangrund für die Veranstaltungen. Da würde mich interessieren, ist dieser Veranstaltungsort gegen Entgelt zur Verfügung gestellt worden? Wenn ja, wie hoch war dieser?*

Ja, wir haben dafür bezahlt. Der Betrag für 8 Veranstaltungen waren 405€, d.h. 40-60€, je nach Länge, pro Veranstaltung.

*Zum Hörsaal-Slam gemeinsam mit FOMP Vienna, da die folgenden Fragen: 1. Mussten da die Studierenden was zahlen? 2. Frage: Hat FOMP da Geld dafür erhalten oder nicht?*

Uns war es wichtig kein Geld für Eintrittskarten zu verlangen, weil auch die Veranstaltung sich um Prekarität handelte. Ja, Pomp Vienna hat für diese Veranstaltung ein Entgelt erhalten, jede vortragende Person/Organisation hat das.