Veröffentlichung nach Europäischem Medienfreiheitsgesetz (EMFA)

Nach Artikel 25 Absatz 2 des Europäischen Medienfreiheitsgesetzes (EMFA) veröffentlichen Behörden und öffentliche Stellen jährlich Informationen über ihre öffentlichen Ausgaben für staatliche Werbung. Diese Veröffentlichung umfasst die Gesamtausgaben der Bundesagentur für Arbeit im Zeitraum vom 8. August 2025 bis zum 31. Dezember 2025, aufgeschlüsselt nach Mediendiensteanbietern, von denen Dienstleistungen erworben wurden.

Mediendiensteanbieter**	**Netto***
Ad Alliance	697.461,03 €
Amazon	53.394,80 €
audio.media.plus service	8.472,91 €
awk AUSSENWERBUNG	23.134,69 €
BCN Brand Community Network	9.489,56 €
Business Advertising	35.685,72 €
Discovery	53.508,31 €
Doccheck Medical Services	6.051,15 €
El Cartel Media	63.379,13 €
Google	2.678.620,14 €
IQ Media	101.460,98 €
Konradin Medien	5.175,33 €
LinkedIn	527.011,89 €
Lucky Shareman	7.806,00 €
Mediaplus Realtime***	1.123.981,38 €
Merkurist MaWi	35.699,99 €
META	1.052.897,35 €
Mittelrhein Verlag	15.071,35 €
New Work SE	73.283,01 €

*) Es ist der bezahlte Betrag inkl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer, jedoch ohne Agenturhonorar, aufgeführt.
**) Die Gesamtkosten wurden auf verschiedene Mediendiensteanbieter/Online-Plattformen nach objektiven, mediaplanerischen Kriterien verteilt. Angaben zum Portfolio können der Internetpräsenz des Vermarkters entnommen werden.
***) Die Gesamtkosten wurden programmatisch und zielgruppenoptimiert über die DSP des Mediendiensteanbieters platziert.

planus media	9.282,00 €
RBL Media	22.105,23 €
Readpeak	11.991,00 €
Reddit	97.081,66 €
RMS	174.929,98 €
Seven.One Media	816.670,37 €
Snapchat	188.158,10 €
Sport1	4.930,16 €
Spotify	17.850,00 €
STRÖER	96.595,51 €
The Walt Disney Company	71.187,59 €
TikTok	587.188,51 €
United Internet Media	27.357,83 €
Visoon Video Impact	14.754,76 €
WallDecaux	29.346,52 €
Zattoo Deutschland	119.000,24 €

*) Es ist der bezahlte Betrag inkl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer, jedoch ohne Agenturhonorar, aufgeführt.
**) Die Gesamtkosten wurden auf verschiedene Mediendiensteanbieter/Online-Plattformen nach objektiven, mediaplanerischen Kriterien verteilt. Angaben zum Portfolio können der Internetpräsenz des Vermarkters entnommen werden.
***) Die Gesamtkosten wurden programmatisch und zielgruppenoptimiert über die DSP des Mediendiensteanbieters platziert.