



Frau Präsidentin
des Nationalrates
Doris Bures
Parlament
1017 Wien

ZI. LE.4.2.4/0070-RD 3/2016

Wien, am 3. Juni 2016

Gegenstand: Schriftl. parl. Anfr. d. Abg. z. NR Mag. Nikolaus Alm, Kolleginnen und Kollegen vom 07.04.2016, Nr. 8899/J, betreffend der Höhe der Ausgaben für Social Media Aktivitäten

Auf die schriftliche parlamentarische Anfrage der Abgeordneten Mag. Nikolaus Alm, Kolleginnen und Kollegen vom 07.04.2016, Nr. 8899/J, teile ich Folgendes mit:

Seit Amtsantritt der Bundesregierung am 16.12.2013 wurden und werden im BMLFUW folgende Social Media Aktivitäten gesetzt:

Zu Frage 1:

Folgende Accounts werden vom BMLFUW genutzt: Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, Flickr.

Facebook:

Andrä Rupprechter <https://www.facebook.com/bmrupprechter>

Andrä Rupprechter <http://bml.community-blogs.at>

Aktionstage Nachhaltigkeit www.facebook.com/nachhaltigesOE

Best of Austria <https://www.facebook.com/bmlfuwbestofaustria>

Bewusst kaufen <https://www.facebook.com/bewusstkaufen.at>

Generation Blue <https://www.facebook.com/GenerationBlue>

Klimaaktiv <https://www.facebook.com/klimaaktiv>

www.facebook.com/klimaaktivmobil (bis 23.03.2015, danach in klimaaktiv integriert)

Topprodukte.at <https://www.facebook.com/topprodukte.at>



Unser Wald <https://www.facebook.com/unserwald>
Wachstum im Wandel www.facebook.com/wachstumimwandel
Wasseraktiv <https://www.facebook.com/wasseraktiv>

Twitter:

Andrä Rupprechter <https://twitter.com/BMRupprechter>
Klimaaktiv <https://twitter.com/klimaaktiv>
Unser Wald https://twitter.com/Unser_Wald
Wachstum im Wandel twitter.com/wiw_konferenz

Weitere:

bmlfuw <https://www.youtube.com/user/lebensministeriumat>
generation blue <https://www.youtube.com/user/generationblu>
klimaaktiv <https://www.youtube.com/user/klimaaktiv/>
Photos <https://www.flickr.com/photos/bmrupprechter>
Photos <https://www.instagram.com/istlebenswert/>
wasseraktiv <https://www.youtube.com/channel/UCCRsEPQPj6aCjuNMPrusHyw/>

Zu Frage 2:

Aufgrund des zu hohen Verwaltungsaufwandes ist es nicht möglich, alle Seiten der nachgeordneten Dienststellen des BMLFUW aufzulisten.

Zu den Fragen 3 bis 5:

Die Betreuung der Social Media Auftritte wird aus dem laufenden Personal- und Sachaufwand des BMLFUW bedeckt.

Zu den Fragen 6, 7 d) und 8 d):

Wenn Social Media Aktivitäten beworben werden, dann ausschließlich auf Facebook selbst (FB-Ads). Die entsprechenden Meldungen dafür erfolgen gem. Medientransparenzgesetz in den jeweiligen Quartalen.

Zu Frage 7 a) bis c):

Ja, es wurden externe AuftragnehmerInnen beauftragt. Nachstehend sind die Kosten für die inhaltliche, gestalterische und technische Betreuung dargestellt:

AuftragnehmerIn	2013 (ab Regierungsantritt) Kosten in € netto	2014 Kosten in € netto	2015 Kosten in € netto	2016 (bis 07.04.) Kosten in € netto
AG tatwort/denkstatt	--	--	3.000,00	2.000,00
AG tatwort/ÖGUT	--	2.500,00	--	--
Ambuzzador Marketing GmbH	--	15.120,00	10.560,00	--
Arge Aktionstage	--	--	6.000,00	6.000,00
Bettertogether GmbH	--	--	2.680,00	5.360,00
Bettertogether GmbH und Vi knallgrau (Bietergemeinschaft)	--	--	--	3.864,00
Campaigning Bureau	--	--	--	4.800,00
Feinkost Media / Bronnenmayer	825,00	--	--	--
Grayling Austria GmbH	--	**)	**)	**)
Öst. Energieagentur	--	*)	*)	*)
Plansinn GmbH (Subauftrag Fa. OVOS)	880,00	3.124,44	3.905,55	--
Plansinn GmbH	--	3.675,00	--	--
Vi knallgrau GmbH	--	6.512,00	6.512,00	--
Wienfluss	--	***)	***)	***)
Wirtschaftsuniversität Wien	--	--	--	750,00

*) Die Kosten wurden im Rahmen des Gesamtprogrammes klimaaktiv/klimaaktiv mobil abgerechnet.

***) Die Kosten wurden im Rahmen des Gesamtauftrages klimaaktiv/klimaaktiv mobil abgerechnet.

***) Die Betreuung des Facebook-Kanals ist Teil eines größeren Arbeitsauftrages, Detailangaben sind nicht möglich.

Zu Frage 8 a) bis c) und e):

Ja, es wurde eine Mobile-App „Artenkompass“ beauftragt:

https://www.bmlfuw.gv.at/umwelt/natur-artenschutz/biologische_vielfalt/app_artenkompass.html

Für die Entwicklung der App sind Kosten in Höhe von € 48.000,00 entstanden. Für die laufende technische Betreuung der App entstehen keine Kosten.

Zu Frage 9:

Social Media Angebote bilden einen Teil der Gesamtinformation des Ressorts und orientieren sich am Wirkungsbereich des BMLFUW gemäß Bundesministeriengesetz idgF. Sie unterstützen und attraktivieren zeitgemäß den Informationsauftrag, binden eine deutlich erweiterte Zielgruppe ein und führen auf die Website-Angebote gezielt hin.

Der Bundesminister

