

Heinz-Christian Strache
Vizekanzler
Bundesminister für öffentlichen Dienst
und Sport

Herrn
Präsidenten des Nationalrates
Mag. Wolfgang Sobotka
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: BMöDS-11001/0095-I/A/5/2018

Wien, am 04. Jänner 2019

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Petra Wimmer, Genossinnen und Genossen haben am 7. November 2018 unter der Nr. **2239/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend Social Media Verwendung und digitale Kommunikation gerichtet.

Diese Anfrage beantworte ich nach den mir vorliegenden Informationen wie folgt:

Einleitend ist festzuhalten, dass es der gesamten Bundesregierung ein besonderes Anliegen ist, die Bürgerinnen und Bürger über die Arbeit der Bundesregierung auf möglichst vielen Kanälen digital und analog zu informieren. Es wird dabei ein großer Wert auf tagesaktuelle und transparente Informationen für die Öffentlichkeit gelegt.

Zu den Kommunikationskanälen zählen auch Social Media Kanäle, da diese einen lebens- und zeitnahen Einblick in den Arbeitsalltag der Regierungsmitglieder ermöglichen. Social Media Plattformen und -Netzwerke im Internet haben insbesondere unter jüngeren Menschen eine hohe Reichweite und ermöglichen einen schnellen und unkomplizierten Austausch von Informationen und Erfahrungen mit den Bürgerinnen und Bürgern weit über die Landesgrenzen hinaus.

Diese Plattformen bieten gerade auch während der österreichischen Ratspräsidentschaft eine Gelegenheit, über Termine, Veranstaltungen und tagesaktuelle Themen zu informieren.

Fragen 1 und 2:

- *Wie viele Social Media Profile (Facebook, Instagram, Twitter, etc.) bzw. sonstige digitale Kommunikationskanäle (zB YouTube, WhatsApp) betreibt Ihr Ressort für*
 - a. *Sie persönlich;*
 - b. *andere Oberste Organe;*
 - c. *das Ministerium;*
 - d. *dessen nachgeordnete Dienststellen (ersuche um Auflistung nach einzelnen Personen und Dienststellen)?*
- *Um welche Profile bzw. Kommunikationskanäle handelt es sich jeweils?*

Das Bundesministerium für öffentlichen Dienst und Sport wurde durch die Novelle zum Bundesministeriengesetz 2017, BGBl. I Nr. 164/2017, errichtet, mit der die Zuständigkeit für die Angelegenheiten des Sports (die zuvor zum damaligen Bundesministerium für Landesverteidigung und Sport gehörten) und die Angelegenheiten des öffentlichen Dienstes und der Verwaltungsinnovation (die zum Bundeskanzleramt gehörten) meinem Ressort übertragen wurde.

Seit diesem Zeitpunkt werden durch das Bundesministerium für öffentlichen Dienst und Sport (BMöDS) folgende digitale Kommunikationskanäle betrieben:

Für das BMöDS:

www.fb.com/bmoeds.gv.at

BMöDS Youtube

www.flickr.com/photos/bmoeds

Für den Tag des Sports:

www.fb.com/tagdessports.at

www.instagram.com/tag_des_sports

Zu Frage 3:

- *Betreiben Sie bzw. Ihr Ressort nicht-öffentliche, private oder ansonsten geschlossene Gruppen, Foren, o.Ä.?*

Nein.

Zu den Fragen 4 und 5:

- *Welche Kosten entstanden für die genannten Profile bzw. Kommunikationskanäle insgesamt in den ersten drei Quartalen des heurigen Jahres?*

- Welche Kosten entstanden jeweils für die genannten Profile bzw. Kommunikationskanäle in den ersten drei Quartalen des heurigen Jahres einzeln?

Die Kosten für die zu den Fragen 1 und 2 genannten Profile beliefen sich in den ersten drei Quartalen 2018 auf € 8.760,55 und gliedern sich wie folgt auf:

1. Quartal: keine Kosten

2. Quartal - BMöDS:

Facebook Werbung (inkl. 20 %)	214,86 €
Consulting Sprout Social	1.080,00 €
Sprout Social Softwarelizenz 4-9/2018	<u>3.456,00 €</u>
	4.750,86 €

3. Quartal - BMöDS:

Facebook Werbung (inkl. 20 %)	3.445,32 €
-------------------------------	------------

3. Quartal - Tag des Sports:

Facebook Werbung (inkl. 20 %)	<u>564,37 €</u>
	4.009,69 €

Für die noch vor dem Zeitpunkt des Inkrafttretens der BMG-Novelle 2017 und damit vor meiner Amtszeit als Bundesminister für öffentlichen Dienst und Sport durch das damals zuständige Bundesministerium für Landesverteidigung und Sport (BMLVS) beauftragten Schaltungen auf Facebook fielen im ersten Quartal 2018 Kosten in Höhe von € 21.600,00 (inkl. 20 % USt.) an. Die Facebook-Seite des damaligen Sportministeriums war an eine Agentur ausgelagert. Nach dem Übergang der Zuständigkeit für die Angelegenheiten des Sports an das BMöDS wurden die durch das BMLVS abgeschlossenen Verträge gekündigt und die Sportministeriums-Facebook-Seite in die Facebook-Seite des BMöDS integriert.

Zu den Fragen 6 bis 10:

- Wurde die Betreuung von Social Media Profilen bzw. Kommunikationskanälen an externe AuftragnehmerInnen (Agenturen, Freie DienstnehmerInnen, Werkverträge, etc.) ausgelagert?
 - a. Wenn ja: für welche Profile mit welcher Aufgabenstellung?
 - b. Welche Kosten entstanden dadurch jeweils in den ersten drei Quartalen des heurigen Jahres?
- Erfolgte eine Ausschreibung für diese Dienstleistungen?
- Mit welchem Auftragswert wurde jeweils ausgeschrieben, wie viele BieterInnen beteiligten sich, welche Vergabekriterien wurden angewandt und wer erhielt den Zuschlag?
- Wenn keine Ausschreibung erfolgte: warum nicht?

- *Welche Vergaben erfolgten freihändig? Welchen Auftragswert hatten die jeweiligen Aufträge?*

Für die Betreuung des Facebook + Instagram Accounts des Tag des Sports wurde die Firma Stephan Schwabl Communication Service e.U. beauftragt. Für den Leistungszeitraum 1. Juli -31. Dezember 2018 wurden € 22.000,00 (exkl. USt) verrechnet (dies inkludiert auch Presse- und Medienbetreuung sowie Website für den Tag des Sports).

Die Beauftragung erfolgte entsprechend den vergaberechtlichen Bestimmungen im Wege einer Direktvergabe.

Zu Frage 11:

- *Werden von Ihrem Ressort oder von Ihnen beauftragten Dritten weitere Social Media Profile verwendet, um sich an Diskussionen in Foren, Kommentaren, etc. zu beteiligen? Um welche Social Media Profile handelt es sich dabei?*

Nein.

Zu den Fragen 12 bis 15:

- *Welche Werbemaßnahmen wurden zu welchen Kosten bei Dritten für welche Profile bzw. andere Kommunikationskanäle in Auftrag gegeben (ersuche um Angabe der Gesamtkosten, der Kosten pro Kampagne, Costs per View, Costs per Click, der Gesamtzahl der Views und der Klicks)?*
- *Welche Sujets wurden für diese Werbemaßnahmen verwendet und wie erfolgte jeweils die Freigabe durch Ihr Ressort?*
- *Auf wie vielen der verwendeten Werbesujets (sowohl intern geschaltet als auch extern vergeben) waren Sie selbst abgebildet?*
- *Welche Zielgruppen werden jeweils beworben (ersuche um Angabe der genauen Kriterien pro Kampagne bzw. Sujet und Profil)?*

Es wurden keine derartigen Maßnahmen in Auftrag gegeben.

Zu den Fragen 16 und 17:

- *Wurden externe AuftragnehmerInnen für sonstige inhaltliche, gestalterische und technische Betreuung Ihrer Social Media Aktivitäten beauftragt?*
 - a. *Wenn ja, wer sind/waren diese AuftragnehmerInnen?*
 - b. *Um welche Dienstleistungen handelte es sich jeweils konkret?*
 - c. *Welchen Auftragswert haben die jeweiligen Aufträge?*

- d. *Welche Kosten entstanden jeweils in den ersten drei Quartalen des heurigen Jahres?*
- *Wurde die Entwicklung eigener Apps von Ihnen beauftragt?*
 - a. *Um welche Apps handelt es sich?*
 - b. *Wie erfolgt die Distribution der jeweiligen App?*
 - c. *Wie hoch sind die zu bezahlenden Lizenzkosten?*
 - d. *Wie hoch sind die jeweiligen Entwicklungskosten?*
 - e. *Wie viele Nutzer haben die jeweilige App bislang heruntergeladen (ersuche um Aufschlüsselung nach Monaten)?*

Es gab keine Beauftragungen im Sinne dieser Fragen.

Zu den Fragen 18 und 19:

- *Welche anderen Seiten/Profile werden von den von Ihnen betriebenen Profilen bzw. Kommunikationskanälen geliked, gefolgt, o.Ä.?*
- *Welche Beiträge anderer Seiten wurden von den von Ihnen betriebenen Profilen bzw. Kommunikationskanälen seit Ihrer Angelobung geliked, gefaved, geteilt bzw. auf andere Weise gut geheißen bzw. verbreitet und aus welchem Grund jeweils?*
 - a. *Welche davon wurden von externen AuftragnehmerInnen vorgenommen, welche in Ihrem Ressort?*
 - b. *Bestehen Richtlinien für solche Handlungen?*

Aufgrund der Tatsache, dass „Likes“, „Faves“, „Follows“ oder vergleichbare Interaktionen auf Social Media-Profilen sich einerseits täglich ändern und darüber hinaus öffentlich sichtbar sind, wird von einer Beantwortung Abstand genommen.

Zu Frage 20:

- *Welche NutzerInnendaten der jeweiligen Profile/Kommunikationskanäle werden in Ihrem Ressort gespeichert und/oder ausgewertet bzw. gespeichert? Welche werden Ihnen von den von Ihnen beauftragten Dritten jeweils weitergegeben?*

Daten von Nutzerinnen und Nutzern werden lediglich in Form der von Facebook zur Verfügung gestellten Statistiken (Insights) gespeichert. Diese sind anonymisiert.

Zu den Fragen 21 bis 23:

- *Wie viele Kommentare oder sonstige User-Beiträge wurden auf den genannten Seiten seit Ihrer Angelobung gelöscht, versteckt oder auf andere Weise in deren Öffentlichkeit beschränkt?*
- *Aus welchen Gründen wurden Kommentare oder sonstige User-Beiträge jeweils gelöscht?*

- *Aus welchen Gründen wurden Kommentare oder sonstige User-Beiträge jeweils versteckt bzw. in deren Öffentlichkeit beschränkt?*

Die Facebook-Seiten werden moderiert, um die Einhaltung eines guten Umgangs im Sinne unserer Netiquette (auf der Facebook-Seite öffentlich einsehbar) sicherzustellen. So heißt es in der Netiquette u.a.:

- Denken Sie beim Posten immer daran, einen respektvollen und fairen Umgang zu wahren und mit Ihrem gesamten Auftreten auf unserer Seite zu einem angenehmen Miteinander und Austausch beizutragen.
- Wir bitten Sie um Vermeidung persönlicher Angriffe und Beleidigungen, Aufrufen zu Gewalt sowie diskriminierender, sexistischer oder rassistischer Kommentare.
- Verlinken Sie in Kommentaren nicht zu Seiten, die obszöne, beleidigende oder anstößige Inhalte aufweisen. Dies gilt ebenso für in Postings verwendete Bilder oder Videos.
- Sollte es dennoch dazu kommen, werden wir unangemessene Beiträge, zu denen für uns auch kommerzielle Kommentare wie Werbung oder Spam zählen, löschen.
- Darüber hinaus halten wir uns offen, Nutzerinnen und Nutzer, die wiederholt gegen diese Grundregeln des guten Umgangs verstoßen, zu melden und zu blocken.
- Wir bitten Sie, aus Fairness gegenüber anderen Nutzerinnen und Nutzern darauf zu achten, dass Kommentare im Wesentlichen Bezug auf das jeweilige Posting nehmen.

Kommentare, welche nicht der Netiquette entsprechen, werden zum Schutz anderer Nutzerinnen und Nutzer verborgen oder gelöscht.

Zu Frage 24:

- *Wurden Kommentare oder sonstige User-Beiträge bei der Staatsanwaltschaft oder anderen zuständigen Behörden zur Anzeige gebracht? Wenn ja, bei welchen wegen welcher Verdachtslage?*

Es gab bis dato keine solchen Fälle.

Heinz-Christian Strache

