



MARIO KUNASEK  
BUNDESMINISTER FÜR LANDESVERTEIDIGUNG

S91143/129-PMVD/2018 (2)

7. Januar 2019

Herrn  
Präsidenten des Nationalrates  
Parlament  
1017 Wien

Die Abgeordneten zum Nationalrat Petra Wimmer, Genossinnen und Genossen haben am 7. November 2018 unter der Nr. 2240/J an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Social Media Verwendung und digitale Kommunikation“ gerichtet. Diese Anfrage beantworte ich wie folgt:

Einleitend ist festzuhalten, dass es dem Bundesministerium für Landesverteidigung (BMLV) ein besonderes Anliegen ist, die Bevölkerung über die ressortspezifische Tätigkeit auf möglichst vielen Kanälen sowohl digital als auch analog zu informieren. Es wird dabei großer Wert auf tagesaktuelle und transparente Information für die Öffentlichkeit gelegt. Zu den Kommunikationskanälen zählen auch Social Media Kanäle, da diese einen lebens- und zeitnahen Einblick in den Alltag des BMLV und des Österreichischen Bundesheeres ermöglichen. Social Media Plattformen und Netzwerke im Internet haben insbesondere bei jüngeren Menschen eine hohe Reichweite und erlauben einen schnellen und unkomplizierten Austausch von Informationen und Erfahrungen. Diese Plattformen bieten gerade auch während der österreichischen Ratspräsidentschaft die Gelegenheit, über Termine, Veranstaltungen und tagesaktuelle Themen zeitnah zu informieren.

Im Einzelnen beantworte ich die vorliegenden Fragen wie folgt:

Zu 1, 1c, 1d und 2:

Das BMLV betreibt sechs Profile bzw. Kommunikationskanäle (Facebook, Youtube, Instagram, Twitter, Flickr und Snapchat in Testversion), das Heerespersonalamt betreibt drei (Facebook, Instagram und Youtube).

Zu 1a und 1b:

Keine.

Zu 3:

Ja.

Zu 4 und 5:

Für das Facebookprofil fielen Kosten von 8.174,43 Euro an, für die restlichen Profile entstanden keine Kosten.

Zu 6 bis 9:

Ja, die Mosers Büro GmbH wurde u.a. zur Erstellung der demographischen und geographischen Segmentierung und zur Gestaltung von Postings beauftragt. Dafür entstanden Kosten von 54.000 Euro. Es gab zwei Bieter, der Bestbieter erhielt den Zuschlag.

Zu 10:

Keine.

Zu 11:

Nein.

Zu 12, 13 und 15:

Für die Zielgruppe Frauen und Männer, Standort Österreich, Alter 13 bis 65+ wurden nachstehende Kampagnen mit einem Kostenvolumen von 8.174,43 Euro bei Facebook in Auftrag gegeben:

|                                |               |                 |
|--------------------------------|---------------|-----------------|
| Kampagne „Tagwache mit Kratky“ | 3.809,99 Euro | CPM*: 1,15 Euro |
| Kampagne „Feichtinger kompakt“ | 900,00 Euro   | CPM*: 1,38 Euro |
| Kampagne „Image allgemein“     | 3.464,44 Euro | CPM*: 0,97 Euro |

\*Kosten pro tausend Impressionen

Für die Zielgruppe Frauen und Männer, Standort Österreich, Alter 17 bis 30 wurden nachstehende Kampagnen mit einem Kostenvolumen von 75.137,18 Euro für Facebook und 80.311,37 Euro für Instagram in Auftrag gegeben:

## Facebook:

|                            |                |                  |
|----------------------------|----------------|------------------|
| Kampagne „Karriere-Events“ | 18.900,00 Euro | CPM*: 14,83 Euro |
| Kampagne „Verbandsvideo“   | 18.687,20 Euro | CPM*: 8,11 Euro  |
| Kampagne „Verbands-Event“  | 8.629,98 Euro  | CPM*: 12,12 Euro |
| Kampagne „Girls‘ Day“      | 11.760,00 Euro | CPM*: 19,44 Euro |
| Kampagne „Girls‘ Camp“     | 17.160,00 Euro | CPM*: 16,90 Euro |

\*Kosten pro tausend Impressionen

## Instagram:

|                            |                |                 |
|----------------------------|----------------|-----------------|
| Kampagne „Karriere-Events“ | 5.400,00 Euro  | CPM*: 6,53 Euro |
| Kampagne „Verbandsvideo“   | 19.111,37 Euro | CPM*: 8,18 Euro |

- 3 -

|                           |                |                  |
|---------------------------|----------------|------------------|
| Kampagne „Verbands-Event“ | 12.629,98 Euro | CPM*: 8,98 Euro  |
| Kampagne „Girls‘ Day“     | 10.800,00 Euro | CPM*: 15,62 Euro |
| Kampagne „Girls‘ Camp“    | 33.000,00 Euro | CPM*: 13,96 Euro |

\*Kosten pro tausend Impressionen

Geschalten wurden Kurzvideos, in denen die kleinen Verbände ihre Aufgabenbereiche darstellten. Die Freigabe erfolgte durch die Fachabteilung.

Zu 14:

Auf keinen.

Zu 16 und 17:

Nein.

Zu 18 und 19:

Gefolgt wird den offiziellen Bundesheerkanälen, geliked werden keine Beiträge.

Zu 20:

Daten werden unter Einhaltung der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) in Verbindung mit dem Datenschutzgesetz nur im erforderlichen Rahmen gespeichert und verarbeitet.


Zu 21 bis 23:

Beiträge werden gelöscht, die nicht den Kommentarregeln entsprechen; versteckt werden keine Beiträge. Da Löschungen nicht dokumentiert werden, ersuche ich um Verständnis, dass zur Anzahl der gelöschten Beiträge keine Aussage getroffen werden kann.

Zu 24:

Nein.

Mario KUNASEK

|   |  |   |
|---|--|---|
| Signaturwert  | NESRiAvwpXD68Gn15LO3BqlyG2Yb2yePTVc/NSzRYUvnauhU8ZcdHyn+M/Yvla0mg38XSmWp5XXyOr1TfqvOn<br>heiqLX0BCWqJDVIEUvAI3IbEV9k7zYw3swDyPCbzq+8XG1Pc2sfU5TO40Oo0zWC0bd3gfAfL8j+MudSIBI/APlx9Q<br>rHErC1VUfEUvmniDhdZv+4qPp6DbfuRjxKgBXI0BeJHyZ+a86ovlwERuPxx+T7GF39+u4e4kjAKAWK+f44kPpkSE<br>GA7JrM4NGpDqHWraFnCXIHrV94YPihJOLwRuF0QY1nDZrkcRg1daZkULn+7iAUjGivsjvu0yNECJOIOg== |   |
|  | Unterzeichner  | serialNumber=961789058552,CN=Bundesministerium für Landesverteidigung,OU=Bundesministerium für Landesverteidigung,O=Bundesministerium für Landesverteidigung,C=AT |
|   | Datum/Zeit-UTC   | 2019-01-07T12:03:14Z  |
|   | Aussteller-Zertifikat  | CN=a-sign-corporate-light-02,OU=a-sign-corporate-light-02,O=A-Trust Ges. f. Sicherheitssysteme im elektr. Datenverkehr GmbH,C=AT                                  |
|   | Serien-Nr.   | 1628566889  |
|   | Methode  | urn:pdfsigfilter:bka.gv.at:text:v1.1.0  |
| Prüfinformation   | Dieses Dokument wurde amtssigniert. Informationen zur Prüfung des elektronischen Siegels bzw. der elektronischen Signatur und des Ausdrucks finden Sie unter <a href="http://www.bmlv.gv.at/amtssignatur">http://www.bmlv.gv.at/amtssignatur</a>   |   |

