



Frau Präsidentin
des Nationalrates
Doris Bures
Parlament
1017 Wien

ZI. LE.4.2.4/0125-RD 3/2017

Wien, am 13. Juli 2017

Gegenstand: Schriftl. parl. Anfr. d. Abg. z. NR Claudia Angela Gamon MSc (WU), Kolleginnen und Kollegen vom 16.05.2017, Nr. 13099/J, betreffend der Höhe der Ausgaben für Social Media-Aktivitäten

Auf die schriftliche parlamentarische Anfrage der Abgeordneten Claudia Angela Gamon MSc (WU), Kolleginnen und Kollegen vom 16.05.2017, Nr. 13099/J, teile ich Folgendes mit:

Zu Frage 1:

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

Facebook:

Andrä Rupprechter	https://www.facebook.com/BMRupprechter
Aktionstage Nachhaltigkeit	https://www.facebook.com/nachhaltigesOE
Bewusst kaufen	https://www.facebook.com/bewusstkaufen.at
Für ein lebenswertes Österreich	https://www.facebook.com/lebenswertesOesterreich/
Generation Blue	https://www.facebook.com/GenerationBlue
Klimaaktiv	https://www.facebook.com/klimaaktiv
Lebensmittel sind kostbar:	https://www.facebook.com/lebensmittel.sind.kostbar/
Topprodukte	https://www.facebook.com/topprodukte.at
Unser Wald	https://www.facebook.com/unservald
Wachstum im Wandel	https://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/unsere_Wald
Wachstum im Wandel https://twitter.com/wiw_konferenz (keine Meldungen im befragten Zeitraum, daher auch keine Kosten)

Weitere:

Generation Blue <https://www.youtube.com/generationblu>
klimaaktiv <https://www.youtube.com/user/klimaaktiv/>
Unser Wald <http://www.instagram.com/unserewald>
wasseraktiv <https://www.instagram.com/wasseraktiv.at>
Wasser Aktiv <https://www.youtube.com/wasseraktiv>

Im Rahmen von Projekten, an denen das BMLFUW nur mitbeteiligt ist, werden ebenso Facebook Accounts verwendet: Danube Day, Neptun Wasserpreis.

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 wurde im Beantwortungszeitraum aus dem laufenden Personal- und Sachaufwand des BMLFUW bedeckt.

Zu Frage 6:

Die Social Media Aktivitäten werden ausschließlich auf Facebook bzw. Instagram selbst beworben (FB-Ads). Die entsprechenden Meldungen dafür erfolgen gemäß Medientransparenzgesetz in den jeweiligen Quartalen. Ziel der Bewerbungen war es, Reichweiten und Interaktionsraten einzelner Posts zu steigern, um auf das Angebot (u.a. Wissensvermittlung) hinzuweisen.

Dieses Ziel wurde umgesetzt und Facebook für die Zuführung auf die zugehörigen Webseiten genutzt, im Sinne eines integrierten digitalen Ansatzes.

Zu Frage 7:

Es wird auf die Beantwortung der parl. Anfrage Nr. 8899/J vom 07.04.2016 verwiesen. Die nachfolgenden Angaben erfolgen für den Zeitraum 08.04.2016 bis 16.05.2017.

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

AuftragnehmerIn	2016 (8.4.–31.12.)	2017 (1.1.–16.5.)	Aufgabenbereich	Werbung beauftragt
	Kosten in € (netto)			
bettertogether GmbH	10.951,20	6.084,00	Generation Blue	Ja
bettertogether GmbH	10.596,09	13.142,26	Wasseraktiv	Ja
Ambuzzador Marketing GmbH	10.560,00	1.760,00	Social Media Tool	Nein
Campaigning Bureau	42.030,00 (für 2016 + 2017)		„Best of Austria“	Ja
Grayling Austria GmbH	**)	**)	klimaaktiv und klimaaktiv mobil	Ja
Österreichische Energieagentur	*)	*)	klimaaktiv und klimaaktiv mobil	Nein
tatwort	3.000,00	--	Aktionstage Nachhaltigkeit	Nein
ARGE Aktionstage	***)	***)	Aktionstage Nachhaltigkeit	Nein
AG tatwort/denkstatt	1.280,00	1.540,00	bewusst kaufen	Nein

*) 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 eines Gesamtpaketes, die genauen Kosten sind nicht ermittelbar.

Zu Frage 8:

Nein.

Zu Frage 9:

Social Media Angebote bilden einen Teil der Gesamtinformation des Ressorts und orientieren sich am Wirkungsbereich des BMLFUW gemäß Bundesministeriengesetz 1986 idgF. Sie unterstützen und attraktivieren zeitgemäß den Informationsauftrag, binden eine deutlich erweitere Zielgruppe ein und führen auf die Website-Angebote gezielt hin.

Der Bundesminister

