

Herrn  
Präsidenten des Nationalrates  
Mag. Wolfgang Sobotka  
Parlament  
1017 Wien

Geschäftszahl: BMöDS-11001/0092-I/A/5/2018

Wien, am 27. Dezember 2018

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Petra Wimmer, Genossinnen und Genossen haben am 29. Oktober 2018 unter der Nr. **2188/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend Kosten für Social Media 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.

**Zu den Fragen 1 bis 4 sowie 17 und 18:**

- *In welcher Höhe beliefen sich in ho. Ressort insgesamt die Ausgaben für Social Media Werbung in den ersten drei Quartalen 2018 (ersuche um gesonderte Aufschlüsselung pro Quartal)?*
- *In welcher Höhe beliefen sich in ho. Ressort insgesamt die Ausgaben allein für facebook-Werbung, aufgeschlüsselt nach der jeweiligen Kampagne und Zielgruppe (unique clients) und unter Anführung der dafür verwendeten Kriterien sowie unter Angabe der Klickkosten und ggf. der costs per view?*
- *Welche Sujets bzw. Videos wurden hier jeweils geschaltet bzw. handelte es sich um Like-Werbung?*
- *Auf welche Seiten leiteten die Anzeigen jeweils die NutzerInnen weiter?*
- *Über wen erfolgte deren Verrechnung (über eine gebuchte Agentur und wenn ja, welche, über eine Kreditkarte des ho. Ressorts oder auf welche sonstige Weise)?*
- *In welcher Höhe fielen im genannten Zeitraum welche Steuerleistungen für alle social-media-Werbemaßnahmen an?*

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.

Die seit diesem Zeitpunkt auf Facebook initiierten Schaltungen sind der nachstehenden Tabelle zu entnehmen:

	<b>Zeitraum (2018)</b>	<b>FB-Seite</b>	<b>Kampagne</b>	<b>Kosten/Ergebnis</b>	<b>Sujet</b>	<b>Kosten/brutto</b>
1)	12.-24.4.	BMöDS	FitSport Austria	0,09	Sportangebote und Vereine in Österreich	17,59
2)	17.-24.4.	BMöDS	ÖSTA-Sportabzeichen	0,05	Hol dir dein Sportabzeichen/ÖSTA	24,00
3)	24.5.-27.6. sowie 2.-6.8.	BMöDS	Inserat: Imagewerbung Sportministerium	4,05	6 Sportbilder im Loop/"Wir fördern Sport"*)	1.064,50
4)	7.8.-30.9.	BMöDS	Inserat: Imagewerbung Sportministerium	0,77	6 Sportbilder im Loop/"Wir fördern Sport"*)	1.930,09

5)	5.-12.9.	Tag des Sports	Gewinnspiel Dressen	0,09	Foto: Olympic Team Austria Dessen	107,36
6)	11.-14.9.	Tag des Sports	Marcel Hirscher kommt	0,04	Foto: Marcel Hirscher beim Tag des Sports 2017	120,00
7)	12.-13.9.	BMöDS	PK zu Tag des Sports	0,29	Link Live-Stream ORF Sport TVthek	24,00
8)	12.-17.9.	Tag des Sports	Inserat Bewerbung Tag des Sports/Gewinn Auto	k.A.	Foto: Hauptgewinn Auto	157,01
9)	14.-17.9.	Tag des Sports	Anna Gasser kommt	0,01	Promovideo Anna Gasser	120,00
10)	14.-21.9.	BMöDS	Veranstaltungseintrag Tag des Sports 22.9.2018	0,48	Video: Promo Tag des Sports	600,00
11)	21.-24.9.	Tag des Sports	Gewinnspiel Outdoor-Zelt	0,14	Foto: Zelt	60,00

\*) Like-Werbung

Als Zielgruppen wurden definiert:

- bei den Punkten 1) und 2) Nutzerinnen und Nutzer im Alter von 13 bis 55 Jahren in ganz Österreich
- bei den Punkten 3), 4) und 7) Nutzerinnen und Nutzer im Alter von 15 bis 65+ Jahren in ganz Österreich
- bei den Punkten 5), 6) sowie 8) bis 11) Nutzerinnen und Nutzer im Alter von 13 bis 65+ Jahren in Wien, Niederösterreich und dem Nordburgenland

Bei Punkt 7) erfolgte eine Weiterleitung auf die ORF TVthek, bei Punkt 8) zur Website [www.tagdessports.at](http://www.tagdessports.at).

Die Kosten für die hier angeführten Schaltungen beliefen sich in den ersten drei Quartalen 2018 auf insgesamt € 4.224,55 brutto (incl. 20 % USt.) und gliedern sich wie folgt auf die einzelnen Quartale auf:

1. Quartal:	0,00
2. Quartal:	214,86
3. Quartal:	4.009,69

Die Abrechnung erfolgte über ein Paypal-Konto.

Zu den nachstehend angeführten Schaltungen auf Facebook ist festzuhalten, dass diese 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) beauftragt wurden. Die Facebook-Seite des damaligen Sportministeriums war an eine Agentur ausgelagert.

Sujets der Bespielung der Facebook-Page waren nach den vorliegenden Informationen unter anderem Bilder-Galerien zu Sport-Highlights, News-Integration von sportministerium.at, Videos (Content-Sharing), Gewinnspiele (Hirscher-Startnummer, Beachvolleyball-Tickets, etc.), Entwicklung BMLVS-Formate: Heeressportler der Woche, Best of #WirhabeneinZiel sowie geteilte Inhalte von institutionellen Partnern (z.B. Kada, BeActive, Bundesheer) und von Sportverbänden. Im ersten Quartal 2018 fielen dafür Kosten in Höhe von € 21.600,00 (incl. 20 % USt.) an.

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 5 bis 15:**

- *In welcher Höhe beliefen sich in ho. Ressort insgesamt die Ausgaben allein für twitterWerbung, aufgeschlüsselt nach der jeweiligen Kampagne und Zielgruppe (unique clients) und unter Anführung der dafür verwendeten Kriterien sowie unter Angabe der Klickkosten und ggf. der costs per view?*
- *Welche Sujets bzw. Videos wurden hier jeweils geschaltet bzw. handelte es sich um Like-Werbung?*
- *Auf welche Seiten leiteten die Anzeigen jeweils die NutzerInnen weiter?*
- *In welcher Höhe beliefen sich in ho. Ressort insgesamt die Ausgaben allein für googleWerbung, aufgeschlüsselt nach der jeweiligen Kampagne und Zielgruppe (unique clients) und unter Anführung der dafür verwendeten Suchbegriffe sowie unter Angabe der Klickkosten und ggf. der costs per view?*
- *Welche Sujets bzw. Videos wurden hier jeweils geschaltet?*
- *Auf welche Seiten leiteten die Anzeigen jeweils die NutzerInnen weiter?*
- *In welcher Höhe beliefen sich in ho. Ressort insgesamt die Ausgaben allein für Werbung über das Google Display-Network, aufgeschlüsselt nach der jeweiligen Kampagne und Zielgruppe (unique clients) und unter Anführung der dafür verwendeten Kriterien sowie unter Angabe der Klickkosten und der costs per view?*
- *Welche Sujets bzw. Videos wurden hier jeweils geschaltet?*
- *Nach welchen Kriterien erfolgte die Seitenauswahl?*

- *Auf welchen Seiten wurden schlussendlich Anzeigen geschaltet, zu welchem Preis und mit welchem Erfolg?*
- *Auf welche Seiten leiteten die Anzeigen jeweils die NutzerInnen weiter?*

Das Bundesministerium für öffentlichen Dienst und Sport hat keinen Twitter-Account und es werden auch nicht Google oder Google Display-Network genutzt.

**Zu Frage 16:**

- *Welche Seiten wurden ausgeschlossen ("Blacklist") bzw. ausdrücklich genehmigt?*

Es wurden keine Seiten ausgeschlossen.

Heinz-Christian Strache

