

 **Bundeskanzleramt**
BUNDESMINISTER FÜR EU,
KUNST, KULTUR UND MEDIEN

Mag. Gernot Blümel, MBA

An den
Präsidenten des Nationalrats
Mag. Wolfgang Sobotka
Parlament
1017 Wien

GZ: BKA-353.120/0122-IV/10/2018

Wien, am 28. Dezember 2018

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Wimmer, Kolleginnen und Kollegen haben am 29. Oktober 2018 unter der **Nr. 2178/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend Kosten für Social Media gerichtet.

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

Zu den Fragen 1, 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)?*
- *Über wen erfolgte deren Verrechnung (über eine gebuchte Agentur und wenn ja, welche, über eine Kreditkarte des ho. Ressort oder auf welche sonstige Weise)?*
- *In welcher Höhe fielen im genannten Zeitraum welche Steuerleistungen für alle social-media-Werbemaßnahmen an?*

In den ersten drei Quartalen 2018 gab es in meinem Vollziehungsbereich keine Social-Media Werbung im Sinne der Anfrage.

Geschaltet wurde lediglich eine Ankündigung im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit für die Veranstaltung „Tag des Denkmals 2018“ (European Heritage Days; 30. September 2018) auf Facebook. In den Gesamtkosten der Gesamtbetreuung des „Tags des Denkmals 2018“ ist für die Social-Media-Konzepterstellung und die

Bespielung von Facebook eine Leistungspauschale im Umfang von € 3.675,00 (inkl. USt.) inkludiert. Ich ersuche um Verständnis, dass eine exakte Kostenabgrenzung nach Quartalen aufgrund der Leistungspauschale nicht möglich ist. Die Verrechnung erfolgte über die Agentur Martschin und Partner mittels E-Rechnung über HV-SAP.

Zu den Fragen 2 bis 4:

- *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?*

Es entstanden keine Kosten für reine Social Media-Werbung (bezogen auf die Seite „Tag des Denkmals“) – daher ergeben sich auch keine Klickkosten oder „costs per view“.

Insgesamt wurden 83 Beiträge, die Informationen zu den am „Tag des Denkmals“ beteiligten Denkmalen und deren Angebote am Tag des Denkmals beinhalten, gepostet. Diesen Postings waren teils Links zu den Seiten <https://bda.gv.at> und <https://tagdesdenkmals.at> beigefügt. Es wurden keine Postings als Werbung geschaltet, es gab auch keine Like-Werbung.

Zu den Fragen 5 bis 15:

- *In welcher Höhe beliefen sich in ho. Ressort insgesamt die Ausgaben allein für twitter-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?*
- *In welcher Höhe beliefen sich in ho. Ressort insgesamt die Ausgaben allein für google-Werbung, 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?*

In meinem Vollziehungsbereich wurde keine Werbung auf Twitter, Google-Werbung oder das Google Display-Network geschaltet.

Zu Frage 16

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

Es wurden keine Seiten ausgeschlossen.

Mag. Gernot Blümel, MBA

