

Elisabeth Köstinger
Bundesministerin für
Nachhaltigkeit und Tourismus

Herrn
Mag. Wolfgang Sobotka
Präsident des Nationalrats
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: BMNT-LE.4.2.4/0182-RD 3/2018

Ihr Zeichen: BKA - PDion (PDion)2184/J-NR/2018

Wien, 28. Dezember 2018

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Petra Wimmer, Kolleginnen und Kollegen haben am 29.10.2018 unter der Nr. **2184/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend Kosten für Social Media gerichtet.

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

Der gesamten Bundesregierung ist es ein besonderes Anliegen, 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, 17 und 18:

- In welcher Höhe beliefen sich im 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?

Die Ausgaben für Social Media Projekte des Bundesministeriums für Nachhaltigkeit und Tourismus betragen (exklusive USt):

im 1. Quartal: 1.320,36 Euro

im 2. Quartal: 7.428,37 Euro

im 3. Quartal: 4.911,23 Euro.

Die Verrechnung erfolgte über eine Kreditkarte des Ministeriums sowie über Rahmenverträge mit den Agenturen MediaBrothers GmbH und „better together“. Die Steuerleistungen für die genannten Aktivitäten betragen insgesamt 2.537,38 Euro.

Zu den Fragen 2 bis 4:

- In welcher Höhe beliefen sich im 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?

1. Quartal 2018

Thema	Zielgruppe	Erreichte Personen	Kosten pro view in Euro netto	Kosten pro Klick in Euro netto	Kosten in Euro netto
Angebote und Services der Klimaschutzinitiative klimaaktiv https://www.klimaaktiv.at und Unterseiten	breite Öffentlichkeit	109.699	0,050	0,50	755,36

2. Quartal 2018

Thema	Zielgruppe	Erreichte Personen	Kosten pro view in Euro netto	Kosten pro Klick in Euro netto	Kosten in Euro netto
Schutz der Biene https://www.bmnt.gv.at/land/produktion-maerkte/pflanzliche-produktion.html	Personen im Alter von 20 bis 60 Jahren	75.594	0,004	0,16	300,00
Tag des Baumes https://www.bmnt.gv.at/forst/wald-gesellschaft/baum_pflanzen.html	Personen im Alter von 20 bis 60 Jahren	27.015	0,004	0,21	100,00
Notfallmaßnahme für Rübenbauern https://www.bmnt.gv.at/service/presse/land/2018/Notfallma-nahme-f-r-die-Ruebenbauern-beschlossen.html	Personen im Alter von 20 bis 60 Jahren	38.512	0,010	0,10	200,00
Maßnahmenpaket für die Land- und Forstwirtschaft (Auswirkungen Klimawandel) https://www.bmnt.gv.at/land/produktion-maerkte/klimawandel-risikomanagement-luftreinhaltung/regierung-massnahmenpaket.html	Personen im Alter von 20 bis 60 Jahren	46.624	0,004	0,06	200,00
Förderungen für Umstieg auf alternative Heizformen https://www.bmnt.gv.at/umwelt/energiewende/energieeffizienz/Sanierungsscheck.html	Personen im Alter von 18 bis 65 Jahren	12.060	0,020	0,18	250,00
Österr. Klimaschutzpreis Junior, Angebote und Services der Klimaschutzinitiative klimaaktiv https://www.klimaaktiv.at und Unterseiten https://www.klimaschutzpreis.at	breite Öffentlichkeit	349.808	0,030	0,43	1.210,40
Aktionstage Nachhaltigkeit https://www.nachhaltigesoesterreich.at/ und Unterseiten	Interessierte Öffentlichkeit, Aktionstage-Initiativen-trägerInnen, potentielle VeranstaltungsteilnehmerInnen	122.636	0,050	0,31	1.899,13

3. Quartal 2018

Thema	Zielgruppe	Erreichte Personen	Kosten pro view in Euro netto	Kosten pro Klick in Euro netto	Kosten in Euro netto
Förderungen für Umstieg auf alternative Heizformen https://www.bmnt.gv.at/umwelt/energiewende/energieeffizienz/Sanierungsscheck.html	Personen im Alter von 18 bis 65 Jahren	12.060	0,004	0,38	50,00
Förderungen für Umstieg auf alternative Heizformen https://www.bmnt.gv.at/umwelt/energiewende/energieeffizienz/Sanierungsscheck.html	Personen im Alter von 18 bis 65 Jahren	17.716	0,010	1,05	100,00
Förderungen für Umstieg auf alternative Heizformen https://www.bmnt.gv.at/umwelt/energiewende/energieeffizienz/Sanierungsscheck.html	Personen im Alter von 18 bis 65 Jahren	17.904	0,010	1,05	100,00

Maßnahmenpaket für die Land- und Forstwirtschaft (Auswirkungen Klimawandel) https://www.bmnt.gv.at/land/produktion-maerkte/ernte.html	Personen im Alter von 18 bis 65 Jahren	38.615	0,010	0,29	300,00
Fotowettbewerb „Mit dem Rad ins Bad“ sowie Angebote und Services der Klimaschutzinitiative klimaaktiv https://www.klimaaktiv.at http://www.wasseraktiv.at/	breite Öffentlichkeit	216.243	0,110	0,48	3.124,89
Gewässerkarte http://www.wasseraktiv.at/gewaesser-karte/	breite Öffentlichkeit	12.780	0,003	0,09	50,00

Generation Blue macht keine Traffic Ads-Bewerbung, sondern Interaktionsbewerbung auf einzelne Beiträge. In diesem Bereich stellten Jugendliche im Alter von 13 bis 19 Jahren die Zielgruppe dar. Die Kosten betragen (exklusive USt):

im 1. Quartal: 260,00 Euro
im 2. Quartal: 462,03 Euro
im 3. Quartal: 449,77 Euro.

Bei Wasseraktiv wurde im Sommer 2018 das Sujet zum Fotowettbewerb auf Facebook beworben. Bei den Videos wurden nur die Eigenproduktionen von Generation Blue und die Erklärvideos von Wasseraktiv beworben. Junge Erwachsene von 20 bis 30 Jahren stellten die Zielgruppe dar. Die Kosten betragen (exklusive USt):

im 1. Quartal: 305,00 Euro
im 2. Quartal: 544,56 Euro
im 3. Quartal: 736,57 Euro.

Zu den Fragen 5 bis 7:

- In welcher Höhe beliefen sich im 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 diesem Bereich gab es keine Projekte.

Zu den Fragen 8 bis 10:

- In welcher Höhe beliefen sich im 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?

Die Kosten für Google AdWords für das Projekt „Wasseraktiv“ stellen sich wie folgt dar:

Thema	Zeitraum	Zielgruppe	Erreichte Personen	Kosten pro view in Euro netto	Kosten pro Klick in Euro netto	Kosten in Euro netto
Google AdWords Wasseraktiv Hauptseite	1. Quartal	Personen im Alter von 18 bis 45 Jahren	285	View bei Google Ads kostenlos	0,2860	81,70
Google AdWords Wasseraktiv Hauptseite	2. Quartal	Personen im Alter von 18 bis 45 Jahren	1.110	View bei Google Ads kostenlos	0,3099	344,37
Google AdWords Wasseraktiv Hauptseite	3. Quartal	Personen im Alter von 18 bis 45 Jahren	901	View bei Google Ads kostenlos	0,2781	250,61

Zu den Fragen 11 bis 16:

- In welcher Höhe beliefen sich im 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?
- Welche Seiten wurden ausgeschlossen ("Blacklist") bzw. ausdrücklich genehmigt?

In diesem Bereich gab es keine Projekte.

Elisabeth Köstinger

