

 **Bundeskanzleramt**

bundeskanzleramt.gv.at

Bundesminister für EU,
Kunst, Kultur und Medien

Mag. Gernot Blümel, MBA
Bundesminister für EU, Kunst, Kultur und Medien

Herrn
Mag. Wolfgang Sobotka
Präsident des Nationalrats
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: BKA-353.120/0017-IV/10/2019

Wien, am 29. März 2019

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Wimmer, Kolleginnen und Kollegen haben am 29. Jänner 2019 unter der Nr. **2727/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Kosten für Social Media im vierten Quartal 2018“ gerichtet.

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

Zu den Fragen 1 bis 18:

- *In welcher Höhe beliefen sich in Ihrem Ressort insgesamt die Ausgaben für Social Media Werbung im vierten Quartal 2018?*
- *In welcher Höhe beliefen sich die Ausgaben im vierten Quartal 2018 in Ihrem Ressort 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 geschalten bzw. handelte es sich um Like-Werbung?*
- *Auf welche Seiten leiteten die Anzeigen jeweils die NutzerInnen weiter?*
- *In welcher Höhe beliefen sich die Ausgaben im vierten Quartal 2018 in Ihrem Ressort 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 geschalten bzw. handelte es sich um Like-Werbung?*
- *Auf welche Seiten leiteten die Anzeigen jeweils die NutzerInnen weiter?*
- *In welcher Höhe beliefen sich die Ausgaben im vierten Quartal 2018 in Ihrem Ressort 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 geschalten?*
- *Auf welche Seiten leiteten die Anzeigen jeweils die NutzerInnen weiter?*
- *In welcher Höhe beliefen sich die Ausgaben im vierten Quartal 2018 in Ihrem Ressort 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 geschalten?*
- *Nach welchen Kriterien erfolgte die Seitenauswahl?*
- *Auf welchen Seiten wurden schlussendlich Anzeigen geschalten, 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?*
- *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?*

Hinsichtlich der Social Media Kampagne für die Veranstaltung „Tag des Denkmals 2018“ wird auf meine Beantwortung der parlamentarischen Anfrage Nr. 2178/J vom 29. Oktober 2018 verwiesen. Im vierten Quartal gab es keine Social Media-Werbung im Sinne der Anfrage.

Mag. Gernot Blümel, MBA

