

Elisabeth Köstinger
Bundesministerin für
Nachhaltigkeit und Tourismus

Herrn
Mag. Wolfgang Sobotka
Präsident des Nationalrats
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: BMNT-LE.4.2.4/0011-RD 3/2019

Ihr Zeichen: BKA - PDion (PDion)2732/J-NR/2019

Wien, 29. März 2019

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Petra Wimmer, Kolleginnen und Kollegen haben am 29.01.2019 unter der Nr. **2732/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:

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 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 eine hervorragende Gelegenheit über nationale und internationale Termine, Veranstaltungen und tagesaktuelle Themen zu informieren.

Zu den Fragen 1, 17 und 18:

- In welcher Höhe beliefen sich in Ihrem Ressort insgesamt die Ausgaben für Social Media Werbung im vierten Quartal 2018?
- 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 socialmedia-Werbemaßnahmen an?

Die Ausgaben für Social Media Projekte des Bundesministeriums für Nachhaltigkeit und Tourismus betragen im 4. Quartal: 6.655,70 Euro (exklusive USt).

Die Verrechnung erfolgte über eine Kreditkarte des Ministeriums sowie über Rahmenverträge mit den Agenturen MediaBrothers GmbH, bettertogether GmbH und ARGE Nachhaltigkeit. Die Steuerleistungen für die genannten Aktivitäten betragen insgesamt 1.330,94 Euro.

Zu den Fragen 2 bis 4:

- 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 geschaltet bzw. handelte es sich um Like-Werbung?
- Auf welche Seiten leiteten die Anzeigen jeweils die NutzerInnen weiter?

Thema	Zielgruppe	Erreichte Personen	Kosten pro view in Euro netto	Kosten pro Klick in Euro netto	Kosten in Euro netto
Aktuelle Informationen rund um die lebenswichtige Ressource Wasser http://www.wasseraktiv.at	Breite Öffentlichkeit	65.904	0,07	keine	467,96
Angebote und Services der Klimaschutzinitiative klimaaktiv	Breite Öffentlichkeit	59.380	0,10	keine	577,86
Angebote und Services von klimaaktiv mobil	Breite Öffentlichkeit	9.566	0,12	keine	99,60
Bürgerevent im Rahmen der EU-Ratspräsidentschaft https://www.facebook.com/events/160016244941792/?active_tab=about	Personen im Alter von 20 bis 50 Jahren	17.311	0,01	1,60	300,00

Informationsbeiträge zur lebenswichtigen Ressource Wasser http://www.generationblue.at	Jugendliche im Alter von 13 bis 19 Jahren	52.988	0,016	keine	871,29
Informationen zum Plastiksackerl-Verbot https://www.bmnt.gv.at/umwelt/abfall-ressourcen/Plastiksackerl-Verbot.html#plastikfrei	Personen im Alter von 20 bis 60 Jahren	206.061	0,007	2,69	1.500,00
Initiative „Bewusst kaufen“ facebook.com/bewusstkaufen.at	breite Öffentlichkeit	109.783	0,003	0,11	300,00
Kampf gegen unlautere Geschäftspraktiken https://www.bmnt.gv.at/land/produktion-maerkte/markt_preise/Fairnesskatalog-f-r-Unternehmen.html	Personen im Alter von 20 bis 50 Jahren	62.990	0,008	13,51	500,00
klimaaktiv Newsletter	Breite Öffentlichkeit	108.413	keine	0,38	1.499,00
Klimafreundlich durch die Weihnachtszeit	Breite Öffentlichkeit	15.387	0,07	keine	239,99
Rücknahme des Umsatzsteuersatzes bei Nächtigungen im Tourismus https://www.bmnt.gv.at/tourismus/tourismuspolitische-themen/mehrwertsteuerruecknahme.html	Personen im Alter von 20 bis 60 Jahren	64.397	0,005	0,29	300,00

Alle Ads für klimaaktiv sind auf Interaktionen bzw. Linkclicks bei bestimmten Kampagnen optimiert und mit einer dementsprechenden Gebotsstrategie gebucht. Nach den Empfehlungen von Facebook wurden diese Ads auf automatische Platzierung gebucht. Page Like Ads waren nicht Ziel der Kampagnen.

Zu den Fragen 5 bis 7:

- 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 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 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 geschaltet?
- Auf welche Seiten leiteten die Anzeigen jeweils die NutzerInnen weiter?

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

Thema	Zielgruppe	Erreichte Personen	Kosten pro view in Euro netto	Kosten pro Klick in Euro netto	Kosten in Euro netto
Q4 Wasseraktiv Kampagne: Wasseraktiv Basic Keywords http://www.wasseraktiv.at/	Personen im Alter von 20 bis 65 Jahren	19.200	View bei Google Ads kostenlos	0,29	421,48

Das angeführte Projekt ist eine klassische Google-Werbeanzeige ohne Bild- und Videomaterial.

Zu den Fragen 11 bis 16:

- 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 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

