

Dr. Josef Moser
Bundesminister für Verfassung, Reformen,
Deregulierung und Justiz

Herrn
Mag. Wolfgang Sobotka
Präsident des Nationalrats
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: BMVRDJ-Pr7000/0029-III 1/2019

Ihr Zeichen: BKA - PDion (PDion)2734/J-NR/2019

Wien, am 29. März 2019

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Petra Wimmer, Kolleginnen und Kollegen haben am 29. Jänner 2019 unter der Nr. **2734/J-NR/2019** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Kosten für Social Media im vierten Quartal 2018“ gerichtet.

Zu den Fragen 1 bis 18:

- *1. In welcher Höhe beliefen sich in Ihrem Ressort insgesamt die Ausgaben für Social Media Werbung im vierten Quartal 2018?*
- *2. 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?*
- *3. Welche Sujets bzw. Videos wurden hier jeweils geschaltet bzw. handelte es sich um Like-Werbung?*
- *4. Auf welche Seiten leiteten die Anzeigen jeweils die NutzerInnen weiter?*
- *5. 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?*
- *6. Welche Sujets bzw. Videos wurden hier jeweils geschaltet bzw. handelte es sich um Like-Werbung?*
- *7. Auf weiche Seiten leiteten die Anzeigen jeweils die NutzerInnen weiter?*
- *8. 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?

- *9. Welche Sujets bzw. Videos wurden hier jeweils geschaltet?*
- *10. Auf weiche Seiten leiteten die Anzeigen jeweils die NutzerInnen weiter?*
- *11. 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?*
- *12. Welche Sujets bzw. Videos wurden hier jeweils geschaltet?*
- *13. Nach welchen Kriterien erfolgte die Seitenauswahl?*
- *14. Auf welchen Seiten wurden schlussendlich Anzeigen geschaltet, zu welchem Preis und mit welchem Erfolg?*
- *15. Auf welchen Seiten leiteten die Anzeigen jeweils die NutzerInnen weiter?*
- *16. Welche Seiten wurden ausgeschlossen ("Blacklist") bzw. ausdrücklich genehmigt?*
- *17. Über wen erfolgte deren Verrechnung (über eine gebuchte Agentur und wenn ja, welche, über eine Kreditkarte des ho. Ressort oder auf welche sonstige Weise)?*
- *18. In welcher Höhe fielen im genannten Zeitraum welche Steuerleistungen für alle Social Media- Werbemaßnahmen an?*

Wie schon zu den Vorausfragen (2185/J und 2241/J) bekannt gegeben, wird mein Instagram-Account (@_jomoser_) von meinem Presseteam betreut. Dort werden keine Beiträge gesponsert. Es sind daher in diesem Zusammenhang keine Kosten entstanden.

Weder das BMVRDJ noch die ihm zu- bzw. nachgeordneten Dienststellen setzen bzw. setzten aktiv Social-Media-Aktivitäten und verwenden bzw. verwendeten auch keine Social-Media-Kanäle.

Demgemäß sind keine Mitarbeiter/innen im Bereich Social-Media tätig und sind aus diesem Bereich auch keinerlei Kosten weder für das BMVRDJ noch für die diesem zu- bzw. nachgeordneten Dienststellen entstanden.

Zu den Aktivitäten zur Bekanntmachung und Bewerbung des „Jailshops“ durch die aktive Nutzung von Social-Media-Accounts verweise ich auf meine Beantwortung der parlamentarischen Anfrage „Social Media Verwendung und digitale Kommunikation“ (2241/J) vom 7. Jänner 2019 sowie auf meine Beantwortung der parallel gestellten Anfrage betreffend die „Social Media Verwendung und digitale Kommunikation im vierten Quartal 2018“ (2744/J).

Dr. Josef Moser

