

 Bundeskanzleramt

bundeskanzleramt.gv.at

Sebastian Kurz
Bundeskanzler

Herrn
Mag. Wolfgang Sobotka
Präsident des Nationalrats
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: BKA-353.110/0010-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. **2742/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Social Media Verwendung und digitale Kommunikation im vierten Quartal 2018“ gerichtet.

Einleitend halte ich fest, dass es der gesamten Bundesregierung ein besonderes Anliegen ist, die Bürgerinnen und Bürger über die Arbeit der Bundesregierung auf möglichst vielen Kanälen digital und analog zu informieren. Dabei wird 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.

Diese Plattformen boten insbesondere auch während des österreichischen Ratsvorsitzes in der zweiten Jahreshälfte 2018 eine gute Möglichkeit, über Termine, Veranstaltungen und tagesaktuelle Themen zu informieren.

Die einzelnen Fragen beantworte ich nach den mir vorliegenden Informationen wie folgt:

Zu den Fragen 1 bis 11 sowie 15 bis 24:

- Wie viele Social Media Profile (Facebook, Instagram, Twitter, etc.) bzw. sonstige digitale Kommunikationskanäle (zB YouTube, WhatsApp) betreibt Ihr Ressort für
 - a. Sie persönlich;
 - b. andere Oberste Organe;
 - c. das Ministerium;
 - d. dessen nachgeordnete Dienststellen (ersuche um Auflistung nach einzelnen Personen und Dienststellen)?
- Um welche Profile bzw. Kommunikationskanäle handelt es sich jeweils?
- Betreiben Sie bzw. Ihr Ressort nicht-öffentliche, private oder ansonsten geschlossene Gruppen, Foren, o.Ä.?
- Welche Kosten entstanden für die genannten Profile bzw. Kommunikationskanäle insgesamt im vierten Quartal 2018?
- Welche Kosten entstanden jeweils für die genannten Profile bzw. Kommunikationskanäle im vierten Quartal 2018 einzeln?
- Wurde die Betreuung von Social Media Profilen bzw. Kommunikationskanälen an externe AuftragnehmerInnen (Agenturen, Freie DienstnehmerInnen, Werkverträge, etc.) ausgelagert?
 - a. Wenn ja: für welche Profile mit welcher Aufgabenstellung?
 - b. Welche Kosten entstanden dadurch jeweils im vierten Quartal 2018?
- Erfolgte eine Ausschreibung für diese Dienstleistungen?
- Mit welchem Auftragswert wurde jeweils ausgeschrieben, wie viele BieterInnen beteiligten sich, welche Vergabekriterien wurden angewandt und wer erhielt den Zuschlag?
- Wenn keine Ausschreibung erfolgte: warum nicht?
- Welche Vergaben erfolgten freihändig? Welchen Auftragswert hatten die jeweiligen Aufträge?
- Werden von Ihrem Ressort oder von Ihnen beauftragten Dritten weitere Social Media Profile verwendet, um sich an Diskussionen in Foren, Kommentaren, etc. zu beteiligen? Um welche Social Media Profile handelt es sich dabei?
- Welche Zielgruppen werden jeweils beworben (ersuche um Angabe der genauen Kriterien pro Kampagne bzw. Sujet und Profil)?
- Wurden externe AuftragnehmerInnen für sonstige inhaltliche, gestalterische und technische Betreuung Ihrer Social Media Aktivitäten beauftragt?
 - a. Wenn ja, wer sind/waren diese AuftragnehmerInnen?
 - b. Um welche Dienstleistungen handelte es sich jeweils konkret?
 - c. Welchen Auftragswert haben die jeweiligen Aufträge?
 - d. Welche Kosten entstanden im vierten Quartal 2018?

- Wurde die Entwicklung eigener Apps von Ihnen beauftragt?
 - a. Um welche Apps handelt es sich?
 - b. Wie erfolgt die Distribution der jeweiligen App?
 - c. Wie hoch sind die zu bezahlenden Lizenzkosten?
 - d. Wie hoch sind die jeweiligen Entwicklungskosten?
 - e. Wie viele Nutzer haben die jeweilige App bislang heruntergeladen (ersuche um Aufschlüsselung nach Monaten)?
- Welche anderen Seiten/Profile werden von den von Ihnen betriebenen Profilen bzw. Kommunikationskanälen geliked, gefolgt, o.Ä.?
- Welche Beiträge anderer Seiten wurden von den von Ihnen betriebenen Profilen bzw. Kommunikationskanälen seit Ihrer Angelobung geliked, gefaved, geteilt bzw. auf andere Weise gut geheißen bzw. verbreitet und aus welchem Grund jeweils?
 - a. Welche davon wurden von externen AuftragnehmerInnen vorgenommen, welche in Ihrem Ressort?
 - b. Bestehen Richtlinien für solche Handlungen?
- Welche NutzerInnendaten der jeweiligen Profile/Kommunikationskanäle werden in Ihrem Ressort gespeichert und/oder ausgewertet bzw. gespeichert? Welche werden Ihnen von den von Ihnen beauftragten Dritten jeweils weitergegeben?
- Wie viele Kommentare oder sonstige User-Beiträge wurden auf den genannten Seiten seit Ihrer Angelobung gelöscht, versteckt oder auf andere Weise in deren Öffentlichkeit beschränkt?
- Aus welchen Gründen wurden Kommentare oder sonstige User-Beiträge jeweils gelöscht?
- Aus welchen Gründen wurden Kommentare oder sonstige User-Beiträge jeweils versteckt bzw. in deren Öffentlichkeit beschränkt?
- Wurden Kommentare oder sonstige User-Beiträge bei der Staatsanwaltschaft oder anderen zuständigen Behörden zur Anzeige gebracht? Wenn ja, bei welchen wegen welcher Verdachtslage?

Ich darf auf meine Beantwortung der parlamentarischen Anfrage Nr. 2243/J vom 7. November 2018 verwiesen.

Zu den Fragen 12 und 13:

- Welche Werbemaßnahmen wurden zu welchen Kosten bei Dritten für welche Profile bzw. andere Kommunikationskanäle in Auftrag gegeben (ersuche um Angabe der Gesamtkosten, der Kosten pro Kampagne, Costs per View, Costs per Click, der Gesamtzahl der Views und der Klicks)?
- Welche Sujets wurden für diese Werbemaßnahmen verwendet und wie erfolgte jeweils die Freigabe durch Ihr Ressort?

Im Rahmen des österreichischen Ratsvorsitzes wurde als begleitende Informationsmaßnahme, die vor allem ein junges Publikum ansprechen sollte, das Projekt „#2inEuropa“ durchgeführt. Zu diesem Zweck wurde mit der ProSiebenSat. 1 PULS 4 GmbH von Mitte September bis Mitte Dezember 2018 eine Medienkooperation eingegangen.

Zweck dieser Kooperation war eine weitreichende Informationskampagne über Arbeit und Aufgaben der Europäischen Union.

Im Rahmen dieser Kampagne, die insgesamt 15 Postings auf den Facebook-Seiten der ProSiebenSat. 1 PULS 4 GmbH („PULS 4“, „Café Puls“) umfasste, wurden drei Postings im Zeitraum bis Ende September 2018 veröffentlicht (siehe dazu meine Beantwortung der parlamentarischen Anfrage Nr. 2243/J vom 7. November 2018). Weitere 12 Postings folgten bis Ende Dezember 2018. Die Gesamtkosten der Kampagne betrugen 13.412,96 Euro (inkl. USt), darin enthalten sind 3.060 Euro, die bereits in meiner Beantwortung der parlamentarischen Anfrage Nr. 2243/J vom 7. November 2018 angeführt wurden.

Eine Angabe der Costs per View und Click ist nicht möglich, da es sich nicht um Sponsored Postings, sondern Content Postings handelt¹.

Folgende Postings (siehe Anhang) wurden auf den beiden Facebook-Seiten der ProSiebenSat. 1 PULS 4 GmbH veröffentlicht:

Facebook-Seite „Café Puls“	Posting am 9.10.2018 Reichweite: 493 Likes: 12 Klicks: 52	Posting am 25.10.2018 Reichweite: 1.556 Likes: 3 Klicks: 13	Posting am 16.11.2018 Reichweite: 1.765 Likes: 6 Klicks: 27	Posting am 25.11.2018 Reichweite: 5.246 Likes: 5 Klicks: 28	Posting am 3.12.2018 Reichweite: 1.048 Likes: 1 Klicks: 12	Posting am 20.12.2018 Reichweite: 2.678 Likes: 6 Klicks: 1
Facebook-Seite „PULS 4“	Posting am 9.10.2018 Reichweite: 6.255 Likes: 15 Klicks: 118	Posting am 18.10.2018 Reichweite: 1.972 Likes: 4 Klicks: 16	Posting am 30.10.2018 Reichweite: 2.373 Likes: 3 Klicks: 46	Posting am 9.11.2018 Reichweite: 1.221 Likes: 1 Klicks: 18	Posting am 23.11.2018 Reichweite: 6.051 Likes: 4 Klicks: 63	Posting am 3.12.2018 Reichweite: 1.383 Likes: 5 Klicks: 18

¹ Eine Angabe der Daten wäre folglich nur möglich, wenn der Beitrag über Facebook gesponsert wird. Da es sich hierbei um einen Kooperationsvertrag mit der ProSiebenSat. 1 PULS 4 GmbH handelt, welcher Veröffentlichungen auf deren Facebook-Seiten beinhaltet, sind diese Daten nicht abrufbar.

Zusätzlich verwendet das Projekt „#2inEuropa“ als Informationsplattform ein Instagram-Profil unter dem Namen „zweiineuropa“. Auf diesem werden aktuelle Informationen über die Europäische Union, das Kulturerbe, das Gedenkjahr sowie europäische Programme (Erasmus Plus) kommuniziert.

Die jeweiligen Postings wurden ausschließlich einer inhaltlichen Prüfung durch das Ressort unterzogen.

Zu Frage 14:

- *Auf wie vielen der verwendeten Werbesujets (sowohl intern geschalten als auch extern vergeben) waren Sie selbst abgebildet?*

Ich war auf keinem der verwendeten Werbesujets abgebildet.

Anlage

Sebastian Kurz

