

11057/AB
= Bundesministerium vom 12.08.2022 zu 11385/J (XXVII. GP) bml.gv.at
 Land- und Forstwirtschaft,
 Regionen und Wasserwirtschaft

Mag. Norbert Totschnig, MSc
 Bundesminister für Land- und Forstwirtschaft,
 Regionen und Wasserwirtschaft

Herrn
 Mag. Wolfgang Sobotka
 Präsident des Nationalrats
 Parlament
 1017 Wien

Geschäftszahl: 2022-0.441.290

Ihr Zeichen: BKA - PDion
 (PDion)11385/J-NR/2022

Wien, 12. August 2022

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Michael Schnedlitz, Kolleginnen und Kollegen haben am 15.06.2022 unter der Nr. **11385/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Verwendung von Social Media und digitale Kommunikation“ gerichtet.

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

Mit Inkrafttreten der BMG-Novelle 2022, BGBl. I Nr. 98/2022, am 18. Juli 2022 kam es zu Änderungen der Zuständigkeiten in den Bundesministerien. Die Beantwortung erfolgt im Rahmen der Möglichkeiten und unter Heranziehung aller vorhandenen Daten und Akten, wobei ausdrücklich darauf hingewiesen wird, dass es durch mögliche Doppelaufzeichnungen, zeitliche Überschneidung der Bearbeitung der Anfrage mit dem Inkrafttreten der BMG-Novelle 2022 oder ähnliche Umstände zu Unschärfen kommen kann.

Zu den Fragen 1 und 2:

- Wie viele und welche Social Media Profile (Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, etc.) bzw. sonstige digitale Kommunikationskanäle (zB. Whatsapp, Youtube, etc.) betreibt Ihr Ministerium?

- Für wen (zB. Sie persönlich, andere oberste Organe, nachgeordnete Dienststellen, etc.) werden die in Frage 1 genannten Profile und Kanäle betrieben? (Bitte um genaue Aufschlüsselung)

Von der Zentralstelle werden folgende Social-Media-Profile bzw. digitale Kommunikationskanäle für das Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Regionen und Wasserwirtschaft betrieben:

Facebook:

<https://facebook.com/GenerationBlue/>
<https://facebook.com/wasseraktiv/>
<https://facebook.com/danubeday/>
<https://facebook.com/BML.gv.at/>
<https://facebook.com/lebensmittel.sind.wertvoll.at/>
<https://facebook.com/unserwald/>

Twitter:

https://twitter.com/unser_wald/
https://twitter.com/bml_gv_at/

Instagram:

https://instagram.com/generation_blue_gb/
<https://instagram.com/wasseraktiv.at/>
<https://www.instagram.com/bml.gv.at/>
<https://instagram.com/unserwald/>

Youtube:

<https://www.youtube.com/user/generationblu/>
<https://www.youtube.com/channel/UCCRsEPQPj6aCjuNMPrusHyw/>
https://www.youtube.com/c/bml_gv_at/

LinkedIn:

<https://at.linkedin.com/company/bmlat>

Zu den Fragen 3, 6 und 7:

- Wie hoch sind die Kosten für die in Frage 1 genannten Profile und Kanäle in Summe sowie im Einzelnen bisher im Jahr 2022?
 - a. Wie hoch waren die Kosten im Jahr 2021?
- Welche Werbemaßnahmen für welche Profile bzw. Kommunikationskanäle werden in Auftrag gegeben? (Bitte um genaue Auflistung nach Profil bzw. Kanal, Werbeausmaß, Zielgruppe und Kosten)
- Welche Werbemaßnahmen die in Zusammenhang mit Covid-19 stehen, wurden für welche Profile bzw. Kommunikationskanäle in Auftrag gegeben? (Bitte um genaue Auflistung nach Profil bzw. Kanal, Werbeausmaß, Zielgruppe und Kosten)

Die Kosten für Werbemaßnahmen in den Zeiträumen 23. Dezember bis 31. Dezember 2021 sowie zwischen 1. Jänner bis 15. Juni 2022 je Social-Media-Plattform und Kanal sind nachfolgender Tabelle zu entnehmen:

Jahr	Plattform	Abgerechnete Gesamtkosten in Euro brutto pro Profil/Kanal	Abgerechnete Gesamtkosten in Euro brutto
2022*	Facebook	Wasseraktiv: 1.751,98 Generation Blue: 901,86 BMLRT***: 20.636,59	23.290,43
	Instagram	Wasseraktiv: 285,25 Generation Blue: 932,05 BMLRT***: 8.866,96	10.084,26
	Google Ads	Wasseraktiv: 805,87	805,87
2021**	Facebook	Wasseraktiv: 38,51 Generation Blue: 66,80 BMLRT****: 744,86	850,17
	Instagram.	Wasseraktiv: 22,73 Generation Blue: 86,82 BMLRT***: 215,14	324,69
	Google Ads	Wasseraktiv: 43,12	43,12

* 1. Jänner 2022 bis 15. Juni 2022

** 23. Dezember 2021 bis 31. Dezember 2021

*** Bundesministerium für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus

Darüber hinaus wird auf die Beantwortung der parlamentarischen Anfragen Nr. 6718/J vom 20. Mai 2021, Nr. 7210/J vom 7. Juli 2021 sowie Nr. 9196/J vom 23. Dezember 2021 verwiesen.

Es wird um Verständnis ersucht, dass von einer detaillierten Einzelaufschlüsselung aus verwaltungsökonomischen Gründen Abstand genommen wird.

Bei den genannten Facebook- und Instagram-Profilen des Bundesministeriums für Land- und Forstwirtschaft, Regionen und Wasserwirtschaft zum Thema „Generation Blue“ wurden in Österreich lebende Personen im Alter von 13 bis 25 Jahren als Zielgruppe fokussiert. In Fällen, in denen auch Pädagoginnen und Pädagogen angesprochen werden sollen, wird die Zielgruppe auf Menschen im Alter bis 60 Jahre erweitert. Je nach Posting erfasst das Targeting Personen, die sich für die Themen Natur, Ökologie, Umweltschutz, Wasser und/oder Wasserqualität interessieren.

Bei den genannten Profilen des Bundesministeriums für Land- und Forstwirtschaft, Regionen und Wasserwirtschaft zum Thema „Wasseraktiv“ wurden in Österreich lebende Personen im Alter von 18 bis 50 Jahren als Zielgruppe fokussiert. Angesprochen werden darüber hinaus Menschen, die sich unter anderem für Umweltschutz, Nachhaltigkeit, Trinkwasser, Wasserversorgung und nachhaltige Entwicklung interessieren. Für einzelne Beiträge werden das Alter der Zielgruppe auf 65+ Jahre erhöht sowie Personen ausgeschlossen, denen die Wasseraktiv-Seite bereits gefällt.

Mit dem Instagram-Profil des Bundesministeriums für Land- und Forstwirtschaft, Regionen und Wasserwirtschaft (<https://www.instagram.com/bml.gv.at/>) wurde unter anderem auf das Thema regionale Lebensmittel aufmerksam gemacht. Zudem wurden Tipps für den Lebensmitteleinkauf übermittelt. Zielgruppe waren in Österreich lebende Personen im Alter zwischen 18 und 65 Jahren, die sich für das Thema regionale Lebensmittel interessieren.

Mit dem Facebook-Profil des Bundesministeriums für Land- und Forstwirtschaft, Regionen und Wasserwirtschaft (<https://www.facebook.com/BML.gv.at/>) wurde unter anderem auf das Thema Gemeinsame Agrarpolitik (GAP) 2023-2027 aufmerksam gemacht und wurden Informationen übermittelt. Zielgruppe waren in Österreich lebende Personen im Alter zwischen 18 und 65 Jahren, die im Bereich Landwirtschaft tätig sind bzw. sich für das Thema interessieren.

Für die Lizenzbereitstellung und somit den Zugang zum Redaktionstool zur Betreuung von Social-Media-Kanälen des Bundesministeriums für Land- und Forstwirtschaft, Regionen und Wasserwirtschaft fielen folgende Kosten an:

Jahr	Abgerechnete Kosten in Euro brutto
2022*	10.320,00
2021**	21.120,00

*Abgerechnete Kosten bis zum 15. Juni 2022

**Abgerechnete Kosten vom 21. Mai 2021 bis zum 31.12.2021

Hinsichtlich der im Zeitraum vom 1. Jänner bis zum 20. Mai 2021 abgerechneten Kosten wird auf die Beantwortung der parlamentarische Anfrage Nr. 6718/J vom 20. Mai 2021 verwiesen.

Zu den Fragen 4, 5, 8 und 9:

- Bei welchen Social Media Profilen und Kommunikationskanälen ist die Betreuung an externe Auftragnehmer (Agenturen, freie Dienstnehmer, Werkverträge, etc.) ausgelagert? (Bitte um genaue Auflistung nach Profil bzw. Kanal, Auftragnehmer, Aufgabenstellung und Kosten)
- Erfolgte eine Ausschreibung für diese Dienstleistungen?
 - a. Wenn ja, wann?
 - b. Wenn ja, nach welchen Kriterien?
 - c. Wenn ja, wie viele und welche Bieter gab es?
- d. Wenn nein, weshalb nicht?
- Welche externen Auftragnehmer werden für sonstige inhaltliche, grafische und technische Betreuung Ihrer Social Media Aktivitäten beauftragt? (Bitte um genaue Auflistung nach Profil bzw. Kanal, Auftragnehmer, Dienstleistung und Kosten)
- Erfolgten für die in Frage 7 genannten Dienstleistungen Ausschreibungen?
 - a. Wenn ja, wann?
 - b. Wenn ja, nach welchen Kriterien?
 - c. Wenn ja, wie viele und welche Bieter gab es?
 - d. Wenn nein, weshalb nicht?

In Beantwortung der gestellten Fragen darf auf die nachfolgende Tabelle verwiesen werden, wobei darauf hingewiesen wird, dass sich die abgerechneten Kosten auf den Zeitraum 1. Jänner bis 15. Juni 2022 beziehen:

Kanal	AuftragnehmerIn	Aufgabenbereich	Abgerechnete Kosten in Euro brutto
https://www.facebook.com/danubeday	Happy House Media GmbH	Content, Kreation	1.800,00
https://www.facebook.com/GenerationBlue/	Bettertogether GmbH	Content, Community- und Kampagnenmanagement, Reporting	7.590,00
https://www.facebook.com/wasseraktiv/	Bettertogether GmbH	Content, Community- und Kampagnenmanagement, Reporting	9.900,00
https://instagram.com/generation_blue_gb/	Bettertogether GmbH	Content, Community- und Kampagnenmanagement, Reporting	3.240,60
https://instagram.com/wasseraktiv.at/	Bettertogether GmbH	Content, Community- und Kampagnenmanagement, Reporting	3.960,00
https://www.youtube.com/channel/UCCRS EPQPj6aCjuNMPrusHyw	Bettertogether GmbH	Content, Community- und Kampagnenmanagement, Reporting	1.320,00
https://youtube.com/user/generationblu	Bettertogether GmbH	Content, Community- und Kampagnenmanagement, Reporting	1.320,00

Die Vergaben erfolgten entsprechend den einschlägigen Bestimmungen des Bundesvergabegesetzes 2018, BGBl. I Nr. 65/2018 idgF.

Zu den Fragen 10 und 11:

- Wurde die Entwicklung eigener Apps von Ihrem Ministerium beauftragt?
 - a. Wenn ja, um welche Apps handelt es sich?
 - b. Wenn ja, wann?
 - c. Wenn ja, wie hoch sind die Lizenzkosten?
 - d. Wenn ja, wie hoch sind die Entwicklungskosten?
- Von wie vielen Nutzern wurden die jeweiligen Apps heruntergeladen?

Im Zeitraum zwischen dem 1. Jänner 2022 und dem 15. Juni 2022 gab es keine Beauftragungen zur Entwicklung eigener Apps.

Mag. Norbert Totschnig, MSc

