

**11072/AB**  
vom 12.08.2022 zu 11377/J (XXVII. GP)  
**bmi.gv.at**

 Bundesministerium  
Inneres

Mag. Gerhard Karner  
Bundesminister

Herrn  
Präsidenten des Nationalrates  
Mag. Wolfgang Sobotka  
Parlament  
1017 Wien

Geschäftszahl: 2022-0.486.663

Wien, am 12. August 2022

Sehr geehrter Herr Präsident!

Der Abgeordnete zum Nationalrat Schnedlitz und weitere Abgeordnete haben am 15. Juni 2022 unter der Nr. **11377/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:

**Zur Frage 1:**

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

Facebook:

- BMI – Bundesministerium für Inneres
- Bundeskriminalamt Österreich
- mythsaboutmigration
- Voluntary return

- Polizei
  - Burgenland
  - Niederösterreich
  - Oberösterreich
  - Tirol
  - Wien
  - Kärnten
  - Salzburg
  - Steiermark
  - Vorarlberg
- Gemeinsam.Sicher
  - Im Burgenland
  - In der Steiermark
  - In Kärnten
  - In Niederösterreich
  - In Wien
  - In Oberösterreich
  - In Salzburg
  - In Tirol

- In Vorarlberg

Instagram:

- Bundeskriminalamt (derzeit nicht aktiv)
- i13 Sportabteilung/BMI Sport (ausschließlich für den internen Gebrauch)
- Innenministerium
- Polizei\_im\_Bild

LinkedIn:

- Direktion Staatsschutz und Nachrichtendienst

Twitter:

- BMI\_OE
- LPDBgld
- LPDKt
- LPDnoe
- LPDooe
- LPDVbg
- LPDWien
- Polizei\_OE (anlassbezogen)
- PolizeiSalzburg
- PolizeiStmk

YouTube:

- Bundesamt zur Korruptionsprävention und Korruptionsbekämpfung (BAK)
- Innenministerium Österreich bewegt
- Polizei Österreich bewegt

**Zur Frage 2:**

- 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)

Die Social-Media-Kanäle werden für das Innenministerium sowie den nachgeordneten Dienststellen des Innenressorts betrieben. Eine genaue Aufschlüsselung erfolgte in Frage 1.

**Zur Frage 3:**

- Wie hoch sind die Kosten für die in Frage 1 genannten Profile und Kanäle in Summe sowie im Einzelnen bisher im Jahr 2022?

Facebook	34.550,28 €
Google Ads	400,91 €
Instagram	7.397,87 €
<b>Gesamt</b>	<b>42.349,06 €</b>

- a. Wie hoch waren die Kosten im Jahr 2021?

Facebook	44.282,33 €
Google Ads	4.079,35 €
Instagram	7.774,18 €
<b>Gesamt</b>	<b>56.135,86 €</b>

### Zu den Fragen 4 und 5:

- 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?

Für die Schaltung von Bildsjets und Botschaften im Rahmen der Kampagne „Myths about Migration“ ist die Beziehung einer externen Agentur aus technischen Gründen erforderlich. Sämtliche weitere notwendige Leistungen erfolgen durch das Bundesministerium für Inneres.

Profil - Kanal	Aufgabenstellung	Auftragnehmer	Kosten in €
Facebook und Google Ads im Rahmen der Kampagne „Myths about Migration“	Schaltung von zielgerichteten, vom Bundesministerium für Inneres bereitgestellten Bildsjets, Botschaften und Informationen in relevanten Drittstaaten zur Aufklärung über Risiken und Gefahren irregulärer Migration	Fa. „PRA - Public Relations Agentur GmbH“  (Jänner 2021 bis Mai 2022)	76.000,00 (exkl. Medien- budget)
Facebook und Google Ads im Rahmen der Kampagne „Myths about Migration“	Schaltung von zielgerichteten, vom Bundesministerium für Inneres bereitgestellten Bildsjets, Botschaften und Informationen in relevanten Drittstaaten zur Aufklärung über Risiken und Gefahren irregulärer Migration	Fa. „MediaCom – die Kommunikationsagentur“ GmbH (seit Juni 2022)	72.000,00 (exkl. Medien- budget)

Sämtliche Vergaben des Ressorts erfolgten unter Einhaltung der entsprechenden Bestimmungen des Bundesvergabegesetzes 2018. Weiters erfolgen Vergaben in der Regel unter Zugrundelegung der allgemeinen Vertragsbedingungen des Bundesministeriums für Inneres und der entsprechenden Verfahrensbestimmungen gemäß Bundesvergabegesetz 2018, ergänzt um die Leistungsbeschreibung.

Zum Vertrag mit der Fa. PRA - Public Relations Agentur GmbH: Unter Einhaltung der Bestimmungen des Bundesvergabegesetzes 2018 erfolgte keine Ausschreibung.

Zum Vertrag mit der Fa. MediaCom – die Kommunikationsagentur GmbH: Im konkreten Fall handelt es sich um einen Abruf aus einem Rahmenvertrag der Bundesbeschaffung GmbH zur GZ 5291.04406.

#### **Zur Frage 6:**

- *Welche Werbemaßnahmen für welche Profile bzw. Kommunikationskanäle werden in Auftrag gegeben? (Bitte um genaue Auflistung nach Profil bzw. Kanal, Werbeausmaß, Zielgruppe und Kosten)*

Die Kosten für Werbemaßnahmen sind in der obigen Aufstellung in Frage 3 enthalten. Je nach Thema der Werbemaßnahme wurden die Einstellungen für die Zielgruppen vorgenommen. Mit Beiträgen zu allgemein relevanten Themen (wie u.a. Sicherheit, Polizei, Sport, Migration, usw.) sollte die gesamte Bevölkerung in Österreich angesprochen werden. Mit den Beiträgen bezüglich „Polizeirekrutierung“ sollte die Zielgruppe der 18- bis 29-Jährigen in den Bundesländern Wien und Vorarlberg angesprochen werden. Eine detaillierte Einzelaufschlüsselung kann in Anbetracht des dafür erforderlichen hohen Verwaltungsaufwandes nicht erfolgen.

Die Werbeschaltungen auf der Seite „Myths about migration“ wurden über die Agentur „PRA - Public Relations Agentur GmbH“ durchgeführt. Die Kosten der geschaltenen Werbeanzeigen sind in der Antwort zu Frage 3 bereits enthalten.

Profil - Kanal	Werdeausmaß	Zielgruppe	Kosten in €
Werbeschaltungen via Facebook im Rahmen der Kampagne „Myths about	Beantwortung ho. nicht möglich	Potenzielle Migrantinnen und Migranten in Drittstaaten (für Österreich relevante Herkunfts- oder	(Laufzeit: 28. Jänner 2021 – 1.

Migration“ ( <a href="https://www.facebook.com/mythsaboutmigration/">https://www.facebook.com/mythsaboutmigration/</a> )		Erstaufnahmeländer) sowie Migrantinnen und Migranten, die sich bereits auf dem Weg befinden (Länder entlang der Migrationsrouten, Transitstaaten)	Mai 2022 12.280,75
Werbeschaltungen via Google Ads für Website ( <a href="http://www.myths-about-migration.info">www.myths-about-migration.info</a> ) im Rahmen der Kampagne „Myths about Migration	Beantwortung ho. nicht möglich	Potenzielle Migrantinnen in Drittstaaten (für Österreich relevante Herkunfts- oder Erstaufnahmeländer) sowie Migrantinnen, die sich bereits auf dem Weg befinden (Länder entlang der Migrationsrouten, Transitstaaten)	(Laufzeit: 28. Jänner 2021 – 1. Mai 2022)  3.405,10

**Zur Frage 7:**

- *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)*

2022 erfolgten auf Social-Media keine Werbeschaltungen, die im Zusammenhang mit Covid-19 stehen.

**Zu den Fragen 8 und 9:**

- *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?*

Im Jahr 2017 wurde die Fa. „advantage apps GmbH“ mit der Erstellung eines Promotionvideos für die App „Correct or Corrupt“ beauftragt. Einmalige Kosten hierfür beliefen sich auf 4.800,00 €.

Zur Beantwortung der übrigen Fragestellungen darf auf die Ausführungen zu Frage 4 verwiesen werden.

**Zur Frage 10:**

- *Wurde die Entwicklung eigener Apps von Ihrem Ministerium beauftragt?*

Ja, es wurde die Entwicklung eigener Apps vom Bundesministerium für Inneres in Auftrag gegeben.

**Zur Frage 10a:**

- *Wenn ja, um welche Apps handelt es sich?*

Check-AT

Correct or Corrupt

Polizei-App

**Zur Frage 10b:**

- *Wenn ja, wann?*

Check-AT: 2021

Correct or Corrupt: 2017

Polizei-App: 2013 – neuer Rollout 2021

**Zur Frage 10c:**

- *Wenn ja, wie hoch sind die Lizenzkosten?*

Check-AT: Die für die Funktionalität der Verifizierung notwendige Software wird vom Vertragspartner her- bzw. bereitgestellt und vom Bundesministerium für Inneres genutzt. Die Kosten für diese Funktionalität sind mit den entrichteten Kosten für das beantragte Dokument abgegolten.

Correct or Corrupt: keine

Polizei-App: keine

**Zur Frage 10d:**

- *Wenn ja, wie hoch sind die Entwicklungskosten?*

Check-AT: siehe Frage 10 c

Correct or Corrupt: 17.136,00 €

Polizei-App: 292.144,20 €

**Zur Frage 11:**

- *Von wie vielen Nutzern wurden die jeweiligen Apps heruntergeladen?*

Check-AT: 127.088-mal

Correct or Corrupt: 3.743-mal.

Polizei-App: Ca. 180.000-mal

Gerhard Karner



