

---

**9535/AB XXIV. GP**

---

Eingelangt am 27.12.2011

**Dieser Text wurde elektronisch übermittelt. Abweichungen vom Original sind möglich.**

Bundeskanzler

## Anfragebeantwortung

An die  
Präsidentin des Nationalrats  
Mag<sup>a</sup> Barbara PRAMMER  
Parlament  
1017 W i e n

GZ: BKA-353.110/0190-I/4/2011

Wien, am 27. Dezember 2011

Sehr geehrte Frau Präsidentin!

Die Abgeordneten zum Nationalrat Petzner, Kolleginnen und Kollegen haben am 28. Oktober 2011 unter der **Nr. 9663/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend Social-Media-Offensive des österreichischen Bundeskanzlers, Faymann 2.0 gerichtet.

Diese Anfrage beantworte ich wie folgt:

Zu Frage 1:

- *Was ist genau unter Ihrer Social-Media-Offensive zu verstehen bzw. welche Plattformen werden Sie nutzen?*

Die Nutzung von Sozialen Netzwerken wurde in Angriff genommen, um auf diesem Wege mit neuen Zielgruppen in Kontakt und Dialog zu treten. Es werden Facebook, Twitter und die Website [www.bundeskanzler.at](http://www.bundeskanzler.at) genutzt. Darüber hinaus bieten wir die App "Kanzler 2.0" (dzt. für iPhone und Smartphones mit dem Betriebssystem Android) an.

**Dieser Text wurde elektronisch übermittelt. Abweichungen vom Original sind möglich.**

Zu Frage 2:

- *Warum sind sie derzeit nur auf Facebook als Person vertreten, jedoch nicht auf Twitter, Xing und Google+?*

Wir behalten uns die Nutzung weiterer Netze vor. Derzeit erscheint sie jedoch nicht sinnvoll.

Zu Frage 3:

- *Ist es richtig, dass acht Personen für Ihre Social-Media-Offensive beschäftigt werden sollen bzw. wie viele Personen sind damit beschäftigt?*

Von den 8 MitarbeiterInnen im Bundespressedienst sind 2 beschäftigt, die Website, Facebook, Twitter und die App zu betreuen; die übrigen Personen sind zum weitaus überwiegenden Teil mit anderen Aufgaben des Bundespressedienstes befasst. Eine Mitarbeiterin ist im Kabinett tätig.

Zu Frage 4:

- *Welche Kosten fallen jährlich für diese Mitarbeiter an?*

Siehe Beantwortung zu den Fragen 5 und 14.

Zu Frage 5:

- *Wurden hierfür neue Planstellen geschaffen?*

Nein, es wurden hierfür keinerlei neue Planstellen geschaffen.

Zu Frage 6:

- *Stimmen die medial berichteten 180.000 Euro für die Erstellung des Konzeptes – Informationsstrategie des Bundeskanzleramtes für einen multimedialen Auftritt mit Social Media Technologien“ – das zwei Monate nach dem ursprünglich vorgesehenen Start von „Kanzler online“ von der beauftragten Agentur dimoco erstellt wurde?*

Das zugrundeliegende Leistungsverzeichnis der Ausschreibung für die Auftragsvergabe enthielt neben mehreren fix zu vergebenden Leistungsteilen auch optional zu vergebende Leistungen.

Folgende Leistungsteile werden derzeit in Anspruch genommen:

Leistung:	Preis exkl. USt. €
Jährliches Pauschalentgelt für das Projektmanagement/Projektorganisation	€ 14.450,--
Einmaliges Pauschalentgelt für die Beratung der Social Media Policy und Social Media Guidelines	€ 3.965,--
Einmaliges Pauschalentgelt für die Erarbeitung der Design Styleguide für Social Media, Websites und Apps	€ 4.680,--
Einmaliges Pauschalentgelt für die Implementierung der Anwendung (Modul) Bundeskanzler (HBK)	€ 54.535,--
Einmaliges Pauschalentgelt für Mobile Tagging (Modul HBK)	€ 12.650,--
Einmaliges Pauschalentgelt für Integration 3D-Rundgang (Modul HBK)	€ 4.668,--
Einmaliges Pauschalentgelt für die Integration „Behördenfinder in App HBK“ (Modul HELP)	€ 4.000,--
Monatliches Pauschalentgelt für Betrieb und Wartung der Anwendung (Modul) HBK	€ 1.640,--
Monatliches Pauschalentgelt für Betrieb und Wartung der Anwendung (Modul) HELP	€ 240,--

#### Zu Frage 7:

- *Was sind Ergebnis, Inhalt und Empfehlungen dieser Studie?*

Im Rahmen der Ausschreibung wurde keine Studie vergeben, sondern mehrere Leistungspakete (Anwendungen bzw. Module) mit dazugehörigen Projekt- und Beratungsleistungen definiert, zu denen die Bieter Angebote gelegt haben.

#### Zu Frage 8:

- *Die Werbeplattform „atmedia.at<<http://atmedia.at>>“ hat die – anonyme – Stellungnahme eines Mitbewerbers um den Auftrag des Kanzleramtes veröffentlicht: „Was sich hier abgespielt hat, war in höchstem Maße unfair und auch urheberrechtlich bedenklich. Die besten Ideen der einreichenden Agentur wurden zusammenkopiert und in eine ‚neue‘ Ausschreibung gepackt. Aus einem ursprünglich tollen, sinnvollen weil bürgernahen Projekt ist Faymann-Wahlwerbung geworden.“ Laufen diesbezüglich interne oder externe Untersuchungen?*

Gemäß den einschlägigen Bestimmungen des Bundesvergabegesetzes 2006 (BVergG 2006) wurde für das Beschaffungsvorhaben ein Verhandlungsverfahren mit vorheriger Bekanntmachung durchgeführt. Aus den eingelangten Bewerbungen (*erste Stufe des Verfahrens*) wurden die gemäß den Auswahlkriterien besten Unternehmen ausgewählt und später zur Angebotslegung eingeladen (*zweite Stufe des Verfahrens*). Die Angebote

wurden gemäß den Zuschlagskriterien bewertet und anschließend mit jedem Bieter einzeln verhandelt. Das gesamte Vorgehen des Auftraggebers entsprach dem BVergG 2006. Offensichtlich haben dies alle am Verfahren beteiligten Bieter auch so gesehen, da keiner die Zuschlagsentscheidung beim Bundesvergabeamt angefochten hat. Die Vorwürfe im Rahmen der Frage 8 sind nicht nachvollziehbar.

Zu Frage 9:

- *Hat sich hier bereits die Staatsanwaltschaft mit dem Bundeskanzleramt in Verbindung gesetzt?*

Nein.

Zu Frage 10:

- *Kennen Sie @WernerFailmann? Wenn ja, wer steckt hinter diesem Synonym? Ist es @claus\_pandi?*

Das Profil als solches ist bekannt, jedoch nicht, wer sich dahinter verbirgt. Dies zu erforschen gehört auch nicht zu den Aufgaben des Bundeskanzleramtes.

Zu Frage 11:

- *Wie erklären Sie sich, dass Werner Failmann trotz nicht ausgegebener 180.000 Euro für ein Konzept mehr Follower und Facebook-Fans hat als die sündteuer vorbereiteten Accounts des Bundeskanzleramtes auf Facebook und Twitter?*

Es liegt in der Natur der Sache, dass satirisch-kritische Seiten bei einzelnen Zielgruppen höhere Attraktivität aufweisen, als sachliche Information dies vermag.

Zu Frage 12:

- *Laut Insiderinformationen des @WernerFailmann wurde die Maschek-Parodie auf Ihre Nationalfeiertagsansprache, die sofort auf Ihrem neuen Facebook-Profil zu finden war, seitens des Bundeskanzleramtes von „maschek“ angefordert und bezahlt. Stimmt das und, falls ja, wie hoch waren die Kosten?*

Nein.

Zu Frage 13:

- *Gibt es einen Dienstplan für die kolportierten sieben bis acht Mitarbeiter, die den Social Media Auftritt des Bundeskanzleramtes betreuen und, falls ja, wie schaut dieser aus?*

Täglich (Mo bis Fr) versieht jeweils eine Person von 8 bis 15 Uhr bzw. von 15 bis 22 Uhr Dienst. An Wochenenden und Feiertagen versieht eine Person von 10 bis 18 Uhr Dienst). An Wochentagen wird zwischen 9 und 17 Uhr zusätzlich ein/e Chefln vom Dienst eingesetzt.

Zu Frage 14:

- *Gibt es konkrete Dienstbeschreibungen und definierte Aufgabenbereiche sowie Leistungsanforderungen für diese Mitarbeiter, zumal andere – wie ich etwa – Facebook-Freundeseite, Fanseite und Twitter ohne Mehrkosten für den Steuerzahler ausschließlich selbst betreuen?*

Wie bereits unter Frage 5 angeführt, sind die mit Social Media Befassten seit Jahren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Bundeskanzleramtes.

Zwei Mitglieder des Teams betreuen seit Jahren die Website [www.bka.gv.at](http://www.bka.gv.at) und andere Internet-Angebote des BKA, sind für technische Wartungsarbeiten im Content Management System des Hauses verantwortlich, konzipieren neue Internet- Auftritte des Hauses, sorgen für barrierearme Aufbereitung von Internet-Inhalten und nehmen die Koordinierung der Bundesministerien im Bereich Internet wahr.

Drei weitere Teammitglieder sind für die Öffentlichkeitsarbeit des Bundeskanzleramtes zuständig. Zu ihren Tätigkeiten gehört die Medienbeobachtung, redaktionelle Tätigkeiten wie das Verfassen von Aussendungen des Bundeskanzleramtes und die redaktionelle Betreuung von Pressekonferenzen der Bundesregierung.

Zwei Teammitglieder sind für die Organisation und das Management von Veranstaltungen, Medienakkreditierungen, ressortübergreifende Koordinierung der Europainformation und Durchführung der Managementpartnerschaft mit der Europäischen Union verantwortlich.

Ein weiteres Teammitglied ist seit Jahren als Sekretariatskraft im Bundeskanzleramt tätig. Eine Mitarbeiterin ist im Kabinett tätig.

Zu Frage 15:

- *Wie viele Tweets sind von @teamkanzler im Durchschnitt wöchentlich geplant?*

Das ist abhängig von der politischen Themenlage und kann daher nicht seriös beziffert werden.

Zu Frage 16:

- *Wann werden Sie fitter bei Twitter, also selbst ihre Meinung tweeten, anstatt acht Mitarbeiter das für Sie erledigen zu lassen?*

Der Bundespressedienst hat in seinem derzeitigem Social Media Konzept vorgesehen, Twitter nur für Ankündigungen von neu verfügbaren Informationen zu verwenden.

Zu den Fragen 17 bis 23:

- *Hat Ihnen Staatssekretär Ostermayer bereits mitgeteilt, dass es auf Twitter und Facebook keine Zeitungsinserate gibt?*
- *Handelt es sich bei Ihrem Social Media Auftritt nicht um parteipolitische Werbung auf Kosten des Steuerzahlers, wie Ihnen das auch im Zusammenhang mit Regierungsinseraten und Inseraten durch staatliche Betriebe vorgeworfen wird?*
- *Warum lassen Sie nicht, wie bei Zeitungsinseraten, @oebb und @asfinag für Sie twittern?*
- *Angesichts des offensichtlich als Reputation Management und CEO-Positioning geplanten Social-Media Auftritts stellt sich die Frage, warum denn nicht die SPÖ die Kosten dieser Kampagne ihres Parteivorsitzenden übernimmt?*
- *Wird die SPÖ sämtliche bisherigen und zukünftigen Kosten übernehmen und dem Bundeskanzleramt die Ausgaben zurückerstatten?*
- *Entsprechen Ihr Twitter und Facebook Auftritt den geltenden Werberichtlinien des Kanzleramtes oder nicht, wie kolportiert wird?*
- *Werden solche Werbetätigkeiten im Zuge des neuen Medientransparenzgesetzes abgestellt oder wird weiterhin der Parteivorsitzende der SPÖ auf Kosten des Bundeskanzleramtes via Internet beworben?*

Der "Social Media"-Auftritt informiert über meine Tätigkeiten in meiner Funktion als Bundeskanzler. Parteipolitische Aspekte, wie etwa Parteiveranstaltungen werden grundsätzlich nicht thematisiert.

Zu Frage 24:

- *Mit welchem mobilen Gerät und mit welchem Betriebssystem werden Sie ihre persönlichen Facebook-Postings tätigen und welche anfallenden Verbindungsentgelte pro Monat werden dafür erwartet?*

Ich tätige sie mit einem iPad 2, also mit dem Betriebssystem iOS. Zusätzliche Verbindungsentgelte werden dadurch nicht anfallen.

Mit freundlichen Grüßen