

Dr.<sup>in</sup> Alma Zadić, LL.M.  
Bundesministerin für Justiz

Herrn  
Mag. Wolfgang Sobotka  
Präsident des Nationalrats  
Parlament  
1017 Wien

Geschäftszahl: 2022-0.477.728

Ihr Zeichen: BKA - PDion (PDion)11514/J-NR/2022

Wien, am 30. August 2022

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Philip Kucher, Kolleginnen und Kollegen haben am 30. Juni 2022 unter der Nr. **11514/J-NR/2022** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Zielgruppen und Werbeausgaben in sozialen Netzwerken und Online-Medien im ersten Halbjahr 2022“ gerichtet.

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

**Zu den Fragen 1 bis 22:**

- 1. Welche Social-Media -Accounts und - Seiten wurden im ersten Halbjahr 2022 (1. Jänner bis 30. Juni 2022) von Ihrem Ressort (mit-)betrieben (bitte um Aufschlüsselung jeweils nach Plattform und Namen der Accounts/Seiten)?
- 2. Welche Mitarbeiterinnen Ihres Ressorts waren im ersten Halbjahr 2022 (1. Jänner bis 30. Juni 2022) mit der Betreuung der Social-Media-Accounts und – Seiten beschäftigt (bitte um detaillierte Aufschlüsselung jeweils nach Name, Funktion, Organisationseinheit, Beschäftigungszeitraum und Beschreibung des Tätigkeitsbereichs)?
- 3. Wie hoch waren die Gesamtkosten Ihres Ressorts für Werbung in Sozialen Netzwerken, Online-Medien und anderen digitalen Plattformen im ersten Halbjahr 2022 (1. Jänner bis 30. Juni 2022)?

- a. Wie hoch waren die aufgewendeten Kosten Ihres Ressorts je Plattform im ersten Halbjahr 2022 (1. Jänner bis 30. Juni 2022) (bitte um Aufschlüsselung nach Plattform/Onlinemedium und dort aufgewendetem Budget)?*
- *4. Wie hoch waren die Gesamtkosten der genannten Accounts für Sponsoring bzw. Postings im ersten Halbjahr 2022 (1. Jänner bis 30. Juni 2022) (Bitte um detaillierte Aufschlüsselung nach Kanal, geschaltetem Budget und Anführung der gesponserten Postings)?*
  - *5. Wie hoch waren die Kosten, die ausschließlic h aus der Bewerbung der jeweiligen Accounts (Seiten) im ersten Halbjahr 2022 (1. Jänner bis 30. Juni 2022) entstanden sind (bitte um detaillierte Aufschlüsselung nach Plattform, jeweiligem Account/jeweiliger Seite, verwendetem Budget sowie Zeitpunkt/Zeitraum der Bewerbung)?*
  - *6. Mit wie vielen verschiedenen Rechnungskonten wurde im ersten Halbjahr 2022 (1. Jänner bis 30. Juni 2022) seitens Ihres Ressorts je Social- Media-Account gearbeitet (bitte um Darstellung der etwaigen verschiedenen Rechnungskonten und Aufschlüsselung nach jeweils verwendetem Budget pro Account)?*
    - a. Mit wie vielen verschiedenen Rechnungskonten wird seitens Ihres Ressorts je Social- Media-Account zum Stichtag der Anfragebeantwortung gearbeitet (bitte um Darstellung der etwaigen verschiedenen Rechnungskonten und Aufschlüsselung nach jeweils verwendetem Budget pro Account)?*
  - *7. In welcher Höhe wurden Beiträge/Postings seitens Ihres Ressorts im ersten Halbjahr 2022 (1. Jänner bis 30. Juni 2022) gesponsert (bitte um detaillierte Einzelaufschlüsselung aller gesponserten Beiträge/Postings, jeweilige Kosten des Sponsorings, Veröffentlichungsdatum des Beitrags/Postings, Kurzbeschreibung des Postings und jeweiligem Account)?*
  - *8. Je Plattform und Account/Seite: Welches Posting (welche Schaltung) wurde im ersten Halbjahr 2022 (1. Jänner bis 30. Juni 2022) am höchsten gesponsert (bitte um detaillierte Aufschlüsselung nach Plattform, jeweiligem Account/Seite, entsprechendem Posting, geschaltetem Budget und hierzu definierter Zielgruppe unter Ausweisung der dabei verwendeten Kriterien bei einem etwaigen angewandtem detaillierten Targeting)?*
  - *9. Wurden bei der Bewerbung / beim Sponsoring der Accounts/Seiten Zielgruppendefinitionen vorgenommen?*
  - *10. Wurden im ersten Halbjahr 2022 (1. Jänner bis 30. Juni 2022) bei der Bewerbung / beim Sponsoring der Postings Zielgruppendefinitionen vorgenommen?*
  - *11. Wurden im ersten Halbjahr 2022 (1. Jänner bis 30. Juni 2022) bei der Bewerbung der Accounts/Seiten sowie der dortigen Postings bzw. Schaltungen oder Uploads unterschiedliche Zielgruppendefinitionen vorgenommen?*

- a. Wenn ja, inwieweit wurden unterschiedliche Zielgruppendefinitionen vorgenommen (bitte um Aufschlüsselung jeweils nach Posting, Datum der Veröffentlichung, jeweils vorgenommener Zielgruppendefinition und Begründung der gewählten Zielgruppe)?*
- 12. Wurden im ersten Halbjahr 2022 (1. Jänner bis 30. Juni 2022) bei der Erstellung der Zielgruppen Custom Audiences verwendet?
    - a. Wenn ja, welche Option wurde für die Custom Audience gewählt?*
    - b. Was war die Quelle für die jeweilige Option, die dafür verwendet wurde (Kundendaten, Website- Traffic, App Aktivität, Offline Aktivität)?*
    - c. Welche Datenquelle wurde für die jeweilige Option verwendet?*
  - 13. Wurden im ersten Halbjahr 2022 (1. Jänner bis 30. Juni 2022) bei der Bewerbung der Accounts / Seiten sowie der dortigen Postings bzw. Schaltungen oder Uploads. detailliertes Targeting vorgenommen?
    - a. Wenn ja, welche „Interessen“ bzw. „zusätzlichen Interessen“ wurden dabei auf Facebook verwendet um Personen ein- bzw. auszuschließen (bitte um detaillierte Aufschlüsselung nach Account/Seite, jeweiligem Posting, Veröffentlichungsdatum, ausgewählter Interessen und zusätzlichen Interessen und dafür aufgewendetes Budget)?*
  - 14. Wie ist die Frage 13. a. für Instagram zu beantworten?
  - 15. Wie ist die Frage 13. a. für Youtube zu beantworten?
  - 16. Wurden im ersten Halbjahr 2022 (1. Jänner bis 30. Juni 2022) bei der Bewerbung/ beim Sponsoring, der Accounts/Seiten und dortigen Postings bzw. Schaltungen oder Uploads, Standorte zur Einschränkung der zu erreichenden Personen ausgewählt (bitte um detaillierte Aufschlüsselung nach Plattform, Account/Seite, mdefiniertem Standort, Anzahl der dort gesponserten Postings/Schaltungen/sonstiger Uploads und am jeweiligen Standort geschaltetes Budget)?
  - 17. Wurden im ersten Halbjahr 2022 (1. Jänner bis 30. Juni 2022) bei der Bewerbung/ beim Sponsoring, der Accounts/Seiten und dortigen Postings bzw. Schaltungen oder Uploads auf Facebook jemals sogenannte „Verbindungen“ erstellt und verwendet um Personenkreise ein- bzw. auszuschließen (bitte um detaillierte Aufschlüsselung nach Account/Seite, jeweiligem Posting/Upload, insgesamt erstellten und jeweils angewandten „Verbindungen“ sowie für den daraus resultierenden Personenkreis verwendetes Budget)?
  - 18. Wie ist Frage 17 für Youtube zu beantworten?
  - 19. Wie ist Frage 17 für Instagram zu beantworten?
  - 20. Wie hoch sind die Kosten seitens Ihres Ressorts im ersten Halbjahr 2022 (1. Jänner bis 30. Juni 2022) für die Nutzung von Google Ads (bitte um detaillierte Aufschlüsselung der einzelnen Schaltungen, Zeitraum, Beschreibung und Kosten)?

- 21. Die Werbeausgaben Ihres Ressorts im ersten Halbjahr 2022 (1. Jänner bis 30. Juni 2022) erfolgten teilweise in Onlinemedien: Welche Zielgruppendefinitionen wurden dafür vorgenommen (bitte um detaillierte Aufschlüsselung nach Medium, Zeitraum der Schaltung, Kurzbeschreibung, dem Ressort verrechnete Kosten, jeweilige Schaltung und Zielgruppendefinition)?
- 22. Wie hoch war die aus diesen Schaltungen erzielte Reichweite im ersten Halbjahr 2022 (1. Jänner bis 30. Juni 2022) (bitte um detaillierte Aufschlüsselung nach Medium, Zeitraum der Schaltung, Kurzbeschreibung, dem Ressort verrechnete Kosten, jeweilige Schaltung und Reichweite)?

Verwiesen wird grundsätzlich auf die Anfragebeantwortung zur letzten gleichlautenden Anfrage Nr. 9106/J-NR/2021 betreffend die „Zielgruppen und Werbeausgaben in sozialen Netzwerken und Online-Medien im zweiten Halbjahr 2021“, in welcher die Youtube Accounts „Bundesministerium für Justiz“ und „Jailshop.at“, sowie die (weiteren) Social Media Accounts

- Facebook: Jailshop
- Instagram: Jailshop.at
- Twitter: Jailshop\_at

dargestellt wurden. Seither sind – vorbehaltlich der nachfolgenden Ergänzung – keine Änderungen bekannt.

Die monatlichen Kosten für „Jailshop“ betragen 780 Euro pro Monat für Agenturleistungen. Das entspricht einer Gesamtsumme von 4.680 Euro für den angefragten Zeitraum. Dazu kommen folgende auf Facebook und Instagram gesponserte Produktplatzierungen:

Posting Zirbenherz	veröffentlicht am 11.1.2022	150 Euro
Posting Duftspirale	veröffentlicht am 11.1.2022	100 Euro
Posting Feuerkorb	veröffentlicht am 11.1.2022	100 Euro
Posting Zirbenpolster	veröffentlicht am 16.1.2022	150 Euro
Posting Einkaufskorb	veröffentlicht am 19.1.2022	150 Euro
Posting Ergonomischer Hocker	veröffentlicht am 23.1.2022	200 Euro
Posting Vogelhaus	veröffentlicht am 28.1.2022	150 Euro
Posting Serviertablett	veröffentlicht am 30.1.2022	150 Euro

Posting Rosenkugel	veröffentlicht am 2.2.2022	150 Euro
Posting Herzen aus Ton	veröffentlicht am 7.2.2022	100 Euro
Posting Holztasche	veröffentlicht am 11.2.2022	100 Euro
Posting Zirbenherz	veröffentlicht am 14.2.2022.	100 Euro

Für die Jailshop-Kanäle (Facebook und Instagram) wurden zu nachstehenden Postings folgende Reichweiten erzielt:

Posting Zirbenherz	veröffentlicht am 11.1.2022	Zeitraum 11.1.2022-20.1.2022	Reichweite 25.824 Personen	150 Euro
Posting Duftspirale	veröffentlicht am 11.1.2022	Zeitraum 11.1.2022-20.1.2022	Reichweite 17.096 Personen	100 Euro
Posting Feuerkorb	veröffentlicht am 11.1.2022	Zeitraum 11.1.2022-20.1.2022	Reichweite 24.001 Personen	100 Euro
Posting Zirbenpolster	veröffentlicht am 16.1.2022	Zeitraum 16.1.2022-25.1.2022	Reichweite 25.400 Personen	150 Euro
Posting Einkaufskorb	veröffentlicht am 19.1.2022	Zeitraum 19.1.2022-28.1.2022	Reichweite 29.015 Personen	150 Euro
Posting Ergonomischer Hocker	veröffentlicht am 23.1.2022	Zeitraum 23.1.2022-31.1.2022	Reichweite 46.724 Personen	200 Euro
Posting Vogelhaus	veröffentlicht am 28.1.2022	Zeitraum 28.1.2022-5.2.2022	Reichweite 24.813 Personen	150 Euro
Posting Serviertablett	veröffentlicht am 30.1.2022	Zeitraum 2.8.2022-11.2.2022	Reichweite 28.460 Personen	150 Euro
Posting Rosenkugel	veröffentlicht am 2.2.2022	Zeitraum 2.2.2022-11.2.2022	Reichweite 29.395 Personen	150 Euro

Posting Herzen aus Ton	veröffentlicht am 7.2.2022	Zeitraum 7.2.2022- 17.2.2022	Reichweite 21.085 Personen	100 Euro
Posting Holztasche	veröffentlicht am 11.2.2022	Zeitraum 11.2.2022- 20.2.2022	Reichweite 18.561 Personen	100 Euro
Posting Zirbenherz	veröffentlicht am 14.2.2022	Zeitraum 14.2.2022- 23.2.2022	Reichweite 18.847 Personen	100 Euro

Dr.<sup>in</sup> Alma Zadić, LL.M.

