

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

Herrn  
Mag. Wolfgang Sobotka  
Präsident des Nationalrats  
Parlament  
1017 Wien

Geschäftszahl: 2024-0.229.581

Ihr Zeichen: BKA - PDion (PDion)18178/J-NR/2024

Wien, am 17. Mai 2024

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Christian Lausch, Kolleginnen und Kollegen haben am 20. März 2024 unter der Nr. **18178/J-NR/2024** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Informations- und Werbekampagne "Berufe für Berufene" sowie Facebook-Postings“ gerichtet.

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

**Zu den Fragen 1 bis 19:**

- 1. Wer hat diese Videos erstellt?
- 2. Wie hoch sind die Kosten dieser Videos?
- 3. Wer hat den Auftrag erteilt, diese Videos zu produzieren?
- 4. Über welche Sektion/Gruppe/Abteilung oder nachgeordnete Dienststelle werden diese Videos verbreiten?
- 5. Gab es für die Idee, solche Videos zu produzieren, eine eigene Arbeitsgruppe?  
a. Wenn ja, welche Sektion/Gruppe/Abteilung war bei dieser Arbeitsgruppe beteiligt?
- 6. Waren auch private Firmen an der Entwicklung dieser Idee beteiligt?  
a. Wenn ja, welche und zu welchen Kosten?
- 7. Von wem wurde der Auftrag erteilt, diese Videos auf Facebook zu veröffentlichen?
- 8. Werden diese Videos noch anderswo veröffentlicht? (Mit der Bitte um Aufzählung der sozialen und anderen Medien)

- a. Wenn ja, seit wann?*
  - b. Wenn ja, zu welchen Kosten?*
  - c. Wenn nein, warum nicht?*
- 9. *Wie hoch sind die Kosten dieses Postings?*
- 10. *Wird auch auf öffentlichen Verkehrsmitteln die Arbeit in der Justiz beworben?*
  - a. Wenn ja, auf welchen?*
  - b. Wenn ja, in welchen Städten?*
  - c. Wenn ja, auch in den U-Bahnen?*
- 11. *Warum wird in diesem Posting das Wort „Justizwache“ nicht erwähnt?*
- 12. *Warum sieht man hier niemand mit einer Uniform?*
- 13. *Wäre es nicht zielführender, jemanden mit einer Uniform zu zeigen?*
  - a. Wenn nein, warum nicht?*
- 14. *Wie viel Prozent mehr an Zulauf bei der Rekrutierung von Justizwachebeamten erwarten Sie durch diese Werbemaßnahme?*
- 15. *Werden Sie auch Werbung für den Beruf bei der Justizwache bei TV-Sendern beauftragen?*
  - a. Wenn ja, bei welchen Sendern? (Bitte genaue Aufschlüsselung, welche Sender)*
  - b. Wenn ja, wie hoch werden die Kosten dafür beziffert? (Bitte um genaue Aufschlüsselung der Kosten nach TV-Sendern)*
- 16. *Wird auch Werbung für den Beruf der Justizwache bei Radiosendern gemacht?*
  - a. Wenn ja, bei welchen Sendern?*
  - b. Wenn ja, wie hoch werden die Kosten dafür beziffert? (Bitte um genaue Aufschlüsselung der Kosten nach Radiosendern)*
- 17. *Wird auch in Tageszeitungen Werbung für den Beruf bei der Justizwache gemacht?*
  - a. Wenn ja, in welchen Tageszeitungen?*
  - b. Wenn ja, wie hoch werden die Kosten dafür beziffert? (Bitte um Aufschlüsselung der Kosten nach Tageszeitungen)*
- 18. *Wird auch in Wochenzeitungen Werbung für den Beruf bei der Justizwache gemacht?*
  - a. Wenn ja, in welchen Wochenzeitungen?*
  - b. Wenn ja, wie hoch werden die Kosten dafür beziffert? (Bitte um Aufschlüsselung der Kosten nach Wochenzeitung)*
- 19. *Haben Sie schon eine Auswertung der Zahlen, um wie viel Prozent es im Vergleich zu 2023 und 2022 mehr Zulauf bei der Justizwache gibt?*
  - a. Wenn ja, was ergibt diese Auswertung? (Bitte um Aufschlüsselung nach Jahren)*

Die in der Anfrage thematisierten Videoclips sind Teil einer umfassenden Personalrekrutierungsoffensive der Justiz. Aus Anlass der massiv geänderten Bedingungen am Arbeitsmarkt (Stichwort: Arbeitskräftemangel) hat das Bundesministerium für Justiz das

Projekt „Personaloffensive“ initiiert, im Rahmen dessen verschiedene kurz- und langfristige Maßnahmen zur Personalgewinnung und -rekrutierung sowie zur Stärkung der langfristigen Bindung der Mitarbeiter:innen an die Justiz, insbesondere im Support- und Exekutivdienstbereich, erarbeitet wurden und werden. Dadurch soll eine zügige Besetzung der freien Planstellen und damit das Funktionieren der Justiz auf Dauer weiterhin sichergestellt werden.

Wenngleich die österreichische Justiz schon jetzt eine attraktive Arbeitgeberin ist, bei der äußerst vielfältige Betätigungsmöglichkeiten bestehen, ergeben doch Rückmeldungen von Bediensteten und Befragungen beispielsweise von Schüler:innen und Studierenden immer wieder, dass die Justizberufe nach wie vor nicht ausreichend bekannt sind.

Vor diesem Hintergrund hat das Bundesministerium für Justiz eine umfassende Recruitingkampagne unter dem Titel „Berufe für Berufene“ lanciert, deren Ziel die Sichtbarmachung der Justiz ebenso wie des Werts einer funktionierenden Justiz für die Gesellschaft und letztlich der mannigfaltigen Berufsmöglichkeiten innerhalb der Justiz ist. Dabei soll die Justiz bewusst als Einheit dargestellt werden, ausdrücklich ohne eine einzelne Berufsgruppe in den Mittelpunkt zu stellen. Die Recruitingkampagne richtet sich an all jene Menschen, die im übertragenen Sinne das Gleichgewicht in unserer Gesellschaft wiederherstellen möchten, dies aber noch nicht im Dienste der Justiz tun. Es geht somit darum, ein grundsätzliches Interesse an einer Tätigkeit in der Justiz als Ganzes zu wecken.

Mit der Kreation/Konzeption, Entwicklung und Umsetzung der „Recruitingkampagne Justiz“ wurde die Werbeagentur Jung von Matt DONAU GmbH beauftragt. Deren Leistungen umfassen die Erstellung einer Bewegtbildkampagne sowie von Werbematerialien. Darüber hinaus ist die anschließende Umsetzung, und zwar die Herstellung der Videoclips für verschiedene Mediagattungen, durch eine Produktionsfirma, konkret durch die Kaiserschnitt Film GmbH, im Leistungskatalog inkludiert. Insgesamt wurden dafür 302.129,86 Euro brutto veranschlagt.

Die Beauftragung von Jung von Matt DONAU GmbH erfolgte am 22. August 2023 über die Bundesbeschaffung GmbH (BBG) und unterliegt der BBG-Rahmenvereinbarung „Kreativagenturleistungen Bund“. Bei Jung von Matt DONAU GmbH handelt es sich um das erstgereichte Unternehmen laut Rahmenvereinbarung.

Als Medienagentur wurde die MediaCom – die Kommunikationsagentur GmbH herangezogen. Deren Leistungen umfassen zunächst die eigentlichen Medienagenturleistungen (Beratung, Strategie, sowie Planung und Einkauf der Kampagne mit laufendem Abgleich und Verrechnung) in Höhe von 7.013,10 Euro brutto. Für die

konkrete Umsetzung der Recruitingkampagne, also die Einschaltung in verschiedenen Mediengattungen, sind 1,1 Mio. Euro brutto veranschlagt. Insgesamt beträgt das Auftragsvolumen daher 1.107.013,10 Euro brutto.

Die Beauftragung der MediaCom – die Kommunikationsagentur GmbH erfolgte am 28. August 2023 ebenfalls über die Bundesbeschaffung GmbH (BBG) und unterliegt daher der BBG-Rahmenvereinbarung „Mediaagenturleistungen Bund“. Auch bei der MediaCom handelt es sich um das erstgereichte Unternehmen laut Rahmenvereinbarung.

Im Zusammenhang mit der filmischen Umsetzung und mit TV-Einschaltungen ergaben sich überdies weitere Kosten für die TV-Buyouts und das Anlegen der Sendebänder. Die sich dadurch ergebenden zusätzlichen Kosten in Höhe von insgesamt 39.476,95 Euro brutto sind am 11. Dezember 2023 gegenüber der Jung von Matt DONAU GmbH beauftragt bzw. genehmigt worden. Die Beauftragung ist über die Bundesbeschaffung GmbH (BBG) erfolgt und unterliegt der BBG-Rahmenvereinbarung „Kreativagenturleistungen Bund“. Es handelt sich um das erstgereichte Unternehmen laut Rahmenvereinbarung.

Die Recruitingkampagne konnte planmäßig fertiggestellt werden, sämtliche Zahlungen wurden bis Ende Dezember 2023 freigegeben. Sie lief wie vorgesehen von 1. Jänner bis 31. März 2024. In diesem Zeitraum wurden der Werbefilm in unterschiedlichen Längen (30, 15 und 8 Sekunden) sowie alle sonstigen Sujets im TV, im öffentlichen Raum und in Online-Medien und Social Media Plattformen geschaltet bzw. gezeigt.

Darüber hinaus hat das Bundesministerium für Justiz die in der Anfrage thematisierten Werbefilme auf sämtlichen Social Media Kanälen geteilt. Sie sind auf Meta, YouTube, Instagram, LinkedIn und dem Karriereportal [www.justiz.gv.at](http://www.justiz.gv.at) abrufbar. Durch diese Postings entstehen keine Kosten.

Eine erste Evaluierung der Recruiting-Performance zeigt, dass ein Zuwachs von 7,35 % bei jenen Bewerber:innen verzeichnet wurde, die letztendlich den Dienst angetreten haben.

Dr.<sup>in</sup> Alma Zadić, LL.M.



