

2692/AB
= Bundesministerium vom 07.09.2020 zu 2697/J (XXVII. GP) bmj.gv.at
 Justiz

Dr. ⁱⁿ Alma Zadić, LL.M.
 Bundesministerin für Justiz

Herrn
 Mag. Wolfgang Sobotka
 Präsident des Nationalrats
 Parlament
 1017 Wien

Geschäftszahl: 2020-0.436.386

Ihr Zeichen: BKA - PDion (PDion)2697/J-NR/2020

Wien, am 07. September 2020

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Philip Kucher, Kolleginnen und Kollegen haben am 7. Juli 2020 unter der Nr. **2697/J-NR/2020** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Zielgruppen und Werbeausgaben in sozialen Netzwerken und OnlineMedien im ersten Halbjahr 2020“ 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 seit Ihrem Amtsantritt von Ihrem Ressort (mit-)betrieben (bitte um Aufschlüsselung jeweils nach Plattform und Namen der Accounts/Seiten)?*
- 2. *Welche Mitarbeiterinnen Ihres Ressorts waren seit Ihrem Amtsantritt 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 des Kalenderjahres 2020?*
 - a. *Wie hoch waren die aufgewendeten Kosten Ihres Ressorts je Plattform im ersten Halbjahr des Jahres 2020 (bitte um Aufschlüsselung nach Plattform/Onlinemedium und dort aufgewandtem Budget)?*
- 4. *Wie hoch waren die Gesamtkosten der genannten Accounts für Sponsoring bzw. Postings im ersten Halbjahr des Kalenderjahres 2020 (Bitte um detaillierte*

Aufschlüsselung nach Kanal, geschaltetem Budget und Anführung der gesponserten Postings)?

- *5. Wie hoch waren die Kosten, die ausschließlich aus der Bewerbung der jeweiligen Accounts (Seiten) im ersten Halbjahr des Kalenderjahres 2020 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 seit Ihrem Amtsantritt 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 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 des Jahres 2020 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 seit Ihrem Amtsantritt 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 bei der Bewerbung / beim Sponsoring der Postings Zielgruppendefinitionen vorgenommen?*
- *11. Wurden 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 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 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 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, definiertem Standort, Anzahl der dort gesponserten Postings/Schaltungen/sonstiger Uploads und am jeweiligen Standort geschaltetes Budget)?
- 17. Wurden 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 für die Nutzung von Google Ads (bitte um detaillierte Aufschlüsselung der einzelnen Schaltungen, Zeitraum, Beschreibung und Kosten)7
- 21. Die Werbeausgaben des Kalenderjahres 2020 Ihres Ressorts erfolgten teilweise in Onlinemedien: Welche Zielgruppdefinitionen wurden dafür vorgenommen (bitte um detaillierte Aufschlüsselung nach Medium, Zeitraum der Schaltung, Kurzbeschreibung, dem Ressort verrechnete Kosten, jeweilige Schaltung und Zielgruppdefinition)?
- 22. Wie hoch war die aus diesen Schaltungen erzielte Reichweite (bitte um detaillierte Aufschlüsselung nach Medium, Zeitraum der Schaltung, Kurzbeschreibung, dem Ressort verrechnete Kosten, jeweilige Schaltung und Reichweite)?

Das Bundesministerium betreibt im Rahmen des Resozialisierungsprojekts „Jailshop“ die beiden Social-Media-Kanäle

- Facebook: <https://www.facebook.com/jailshopaustria/>

- Instagram: <https://www.instagram.com/jailshop.at/>

Der Jailshop ist ein Onlineshop der Justiz, über den hochwertige, von Insass*innen in Handarbeit hergestellte Produkte zum Verkauf angeboten werden. Mit dem Erwerb dieser Produkte leisten die Kund*innen einen wichtigen Beitrag zur Reintegration der Insass*innen.

Jede Arbeit, auch jene in einem Betrieb innerhalb einer Justizanstalt, wird erst dann als sinnvoll und erfüllend empfunden und trägt zur Resozialisierung bei, wenn sie Anerkennung erfährt. Daher ist es wichtig, den Absatz der im Jailshop angebotenen Produkte durch Schaltungen auf Social-Media-Plattformen zu fördern. In diesem Verständnis werden auch die Zielgruppen definiert. Als Zielgruppe für beide Kanäle wurden in Österreich lebende Erwachsene (zwischen 18 und 65 Jahren) mit bestimmten Interessen definiert. Die Zielgruppe wird je nach Produkt, welches mit den Postings beworben wird, noch weiter präzisiert.

Für beide Plattformen (facebook, Instagram) werden Custom Audiences und Conversion Tracking eingesetzt. Mithilfe des Analysetools Facebook Pixel wird ein Custom Audience, also eine Kundenliste mit Personen erstellt, die etwa eine bestimmte (andere) Website in den letzten 30 Tagen besucht oder ein bestimmtes Dokument heruntergeladen haben.

Schaltungen werden auf beiden Plattformen zu gleichen Anteilen vorgenommen. Der Zeitraum einer Schaltung beträgt im Regelfall zwischen zwei und vier Wochen. Die nachstehenden Reichweiten und Schaltungskosten gelten für beide Plattformen zusammen:

Reichweite/Zeitraum/Ausgegebener Betrag pro Schaltung 2020:

• Schreibtischset	Reichweite: 11.231 (Zeitraum: 21.07.- 03.08.2020)	97,00€
• Systembrett	Reichweite: 9.145 (Zeitraum: 09.07.-25.07.2020)	95,00€
• Feuerkorb	Reichweite: 11.231 (Zeitraum: 05.07.-25.07.2020)	115,00€
• Ledermaus	Reichweite: 8.322 (Zeitraum: 03.07.-17.07.2020)	77,82€
• Zirbenkissen	Reichweite: 7.269 (Zeitraum: 27.06.-8.07.2020)	116,07€
• Schutzmasken	Reichweite: 8.878 (Zeitraum: 23.06.-05.07.2020)	100,00€
• Flaschenhalter	Reichweite: 11.064 (Zeitraum: 23.06.-05.07.2020)	100,00€
• Palettenmöbel	Reichweite: 9.665 (Zeitraum: 21.06.-03.07.2020)	86,00€
• A mit O	Reichweite: 9.463 (Zeitraum: 18.06.-27.06.2020)	100,00€
• Blumenbeet	Reichweite: 9.351 (Zeitraum: 14.06.-26.06.2020)	100,00€
• Ledergeldbeutel	Reichweite: 9.147 (Zeitraum: 11.06.-23.06.2020)	87,00€
• Handtasche	Reichweite: 12.106 (Zeitraum: 09.06.-21.06.2020)	100,00€
• Feuerkorb	Reichweite: 11.352 (Zeitraum: 09.06.-21.06.2020)	100,00€
• Palettenmöbel	Reichweite: 14.064 (Zeitraum: 07.06.-21.06.2020)	123,00€
• Stehtisch	Reichweite: 11.328 (Zeitraum: 01.06.-15.06.2020)	100,00€
• Handtasche	Reichweite: 6.584 (Zeitraum: 29.05.-30.06.2020)	117,85€
• Blumenbeet	Reichweite: 19.496 (Zeitraum: 26.05.-07.06.2020)	117,71€
• StayHome Post	Reichweite: 14.380 (Zeitraum: 29.03.-10.04.2020)	100,00€
• Flaschenhalter	Reichweite: 11.340 (Zeitraum: 21.03.-04.04.2020)	100,00€
• StayHome Post	Reichweite: 15.340 (Zeitraum: 17.03.-30.03.2020)	100,00€

• Serviertablett	Reichweite: 6.352 (Zeitraum: 22.03.-05.04.2020)	100,00€
• Blumenbeet	Reichweite: 7.965 (Zeitraum: 14.03.-26.03.2020)	85,70€
• Schnitzelausstecher	Reichweite: 12.314 (Zeitraum: 08.03.-24.03.2020)	110,00€
• Ledermaus	Reichweite: 7.264 (Zeitraum: 02.03.-18.03.2020)	87,40€
• Vogelhaus	Reichweite: 11.741 (Zeitraum: 28.02.-12.03.2020)	100,00€
• A mit O	Reichweite: 10.965 (Zeitraum: 24.02.-09.03.2020)	100,00€
• Kerzenständer Jedermann	Reichweite: 8.878 (Zeitraum: 15.02.-28.02.2020)	100,00€
• Hundebett	Reichweite: 4.217 (Zeitraum: 13.02.-20.02.2020)	59,20€
• Kugelschreiber Holz	Reichweite: 10.317 (Zeitraum: 10.02.-24.02.2020)	100,00€
• Zirbenpolster	Reichweite: 8.634 (Zeitraum: 07.02.-20.02.2020)	86,31€
• Wandboard	Reichweite: 9.141 (Zeitraum: 04.02.-18.02.2020)	100,00€
• Holzspiegel	Reichweite: 10.134 (Zeitraum: 15.01.-30.01.2020)	97,69€
• Weinhaltung	Reichweite: 9.744 (Zeitraum: 08.01.-19.01.2020)	37,32€
• Schemel	Reichweite: 11.032 (Zeitraum: 08.01.-19.01.2020)	37,12€
• Briefbeschwerer	Reichweite: 9.744 (Zeitraum: 01.01.-14.01.2020)	59,80€

Beide Social-Media-Kanäle wurden durch einen externen Kommunikationsberater betreut, dessen Vertrag mit dem BMJ mit Ende des Jahres 2018 auslief. Im April 2019 wurde ein neuer Vertrag mit einer Laufzeit bis Jahresende 2020 abgeschlossen.

Für Schaltungen auf den beiden Plattformen für das erste Halbjahr 2020 wurden 3292,99 Euro bezahlt. Über die beiden Plattformen (Facebook, Instagram) hinaus wird keine Werbung für Jailshop.at gemacht.

Dr.ⁱⁿ Alma Zadić, LL.M.

