

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

Herrn
Mag. Wolfgang Sobotka
Präsident des Nationalrats
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2021-0.486.075

Ihr Zeichen: BKA - PDion (PDion)7216/J-NR/2021

Wien, am 7. September 2021

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Philip Kucher, Kolleginnen und Kollegen haben am 7. Juli 2021 unter der Nr. **7216/J-NR/2021** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Zielgruppen und Werbeausgaben in sozialen Netzwerken und Online-Medien im ersten Halbjahr 2021“ gerichtet.

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

Zur den Frage 1 bis 8:

- 1. Welche Social-Media-Accounts und -Seiten wurden im ersten Halbjahr 2021 (1. Jänner bis 30. Juni 2021) 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 2021 (1. Jänner bis 30. Juni 2021) mit der Betreuung der Social-Media-Accounts und -Seiten beschäftigt (bitte um detaillierte Aufschlüsselung jeweils nach Name, Funktion, Organisationseinheit, Tätigkeitsbereichs)?
- 3. Wie hoch waren die Gesamtkosten Ihres Ressorts für Werbung in Sozialen Netzwerken, Online-Medien und anderen digitalen Plattformen im ersten Halbjahr 2021 (1. Jänner bis 30. Juni 2021)?

- a. *Wie hoch waren die aufgewendeten Kosten Ihres Ressorts je Plattform im ersten Halbjahr 2021 (1. Jänner bis 30. Juni 2021) (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 2021 (1. Jänner bis 30. Juni 2021) (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 2021 (1. Jänner bis 30. Juni 2021) 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 2021 (1. Jänner bis 30. Juni 2021) 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 2021 (1. Jänner bis 30. Juni 2021) 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 2021 (1. Jänner bis 30. Juni 2021) 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)?*

Das Bundesministerium für Justiz verfügt über einen Youtube Kanal unter dem Titel „Bundesministerium für Justiz“¹. Für das „Jailshop“ des Strafvollzugs bestehen ein Facebook-Auftritt² und ein Instagram Auftritt³.

Für den Youtube-Kanal werden nur vereinzelt (Fach-)Beiträge geschaltet. Eigene Mitarbeiter*innen werden für diesen Zweck nicht angestellt.

Die Betreuung des Facebook- und Instagram-Kanals „Jailshop“ ist an einen externen Kommunikationsberater vergeben, das Auftragsverhältnis läuft noch bis 31. Dezember 2021.

Youtube-Kanal „Bundesministerium für Justiz“

Durch die Betreuung des Youtube-Kanal entstehen keine (zusätzlichen) Kosten. Es wurden keinerlei Anzeigen oder Inserate geschaltet.

Facebook- und Instagram-Kanal „Jailshop“

Monatlich werden pauschal 800 Euro für Schaltbudgets ausgegeben. Coronabedingt wurden weniger Schaltungen vorgenommen, da die Justizanstalten der Nachfrage nur bedingt nachkommen konnten. Die Schaltungen wurden zu gleichen Teilen auf die beiden Plattformen verteilt. Die Begleichung erfolgt im Zuge mit der Bezahlung der Betreuungspauschale betraute Firma und wird unter 1-7278.090 „Sonst. Werkleistungen ADV“ verbucht.

Zu den Fragen 9 bis 13:

- *9. Wurden bei der Bewerbung / beim Sponsoring der Accounts/Seiten Zielgruppendefinitionen vorgenommen?*
- *10. Wurden im ersten Halbjahr 2021 (1. Jänner bis 30. Juni 2021) bei der Bewerbung/ beim Sponsoring der Postings Zielgruppendefinitionen vorgenommen?*
- *11. Wurden im ersten Halbjahr 2021 (1. Jänner bis 30. Juni 2021) bei der Bewerbung der Accounts/Seiten sowie der dortigen Postings bzw. Schaltungen oder Uploads unterschiedliche Zielgruppendefinitionen vorgenommen?*

¹ <https://www.youtube.com/channel/UChSDim68a-6dVSf4BCndRtQ>

² <https://www.facebook.com/jailshopaustria>

³ <https://www.instagram.com/jailshop.at>

- 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 2021 (1. Jänner bis 30. Juni 2021) 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 2021 (1. Jänner bis 30. Juni 2021) 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 zusätzlicher Interessen und dafür aufgewendetes Budget)?*

Für die Betreuung des Jailshops wurden sowohl für die Marke als auch für die sozialen Netzwerke Zielgruppen definiert:

„Gartenprodukte“

Standort: Wohnhaft in Österreich

Alter: 18-65+

Geschlecht: männlich und weiblich

Merkmale/Interessen: Soziales Netzwerk, Gartenarbeit, Soziale Bewegung, Soziale Arbeit, Soziale Gerechtigkeit, Garten, Soziale Inklusion, Soziale Gruppe, Sozial oder Heimarbeit.

Branche: Gemeinnützige und soziale Dienste

„Handtasche“

Standort: Wohnhaft in Österreich

Alter: 18-65+

Geschlecht: weiblich

Merkmale/Interessen: Soziales Netzwerk, Soziale Bewegung, Soziale Arbeit, Soziale Gruppe, Fairer Handel oder Sozial

Branche: Gemeinnützige und soziale Dienste

„Jailshop Hausprodukte“

Standort: Wohnhaft in Österreich

Alter: 18-65+

Geschlecht: männlich und weiblich

Merkmale/Interessen: Innenausstattung, Soziales Netzwerk, Soziale Bewegung, Soziale Arbeit, Möbel, XXXLutz, Soziale Gerechtigkeit, Soziale Inklusion, IKEA oder Soziale Ungleichheit,

Branche: Gemeinnützige und soziale Dienste

„Zielgruppe Jailshop Weinprodukte“

Standort: Wohnhaft in Wien

Alter: 18-65+

Geschlecht: männlich und weiblich

Merkmale/Interessen: Innenausstattung, Bouquet (Wein), Soziale Arbeit, Interieur Designs, Wein, Bar (Lokal), Weingut, Weinberg, Soziale Gerechtigkeit, Weinprobe, Soziale Inklusive, Gastronomie, Weinbau, Heimwerken, Sozial oder Heimarbeit

„Jailshop“

Standort: Österreich

Alter: 18-65+

Sprache: Englisch (UK), Deutsch oder Englisch (US)

Geschlecht: männlich und weiblich

Merkmale/Interessen: Special Offers, online shopper, Einkaufen, Vogelhäuschen, sale oder online einkaufen

Je nach Produkt, welches mit den Postings beworben werden soll, gibt es Zielgruppen für die einzelnen Produktkategorien.

Die Homepage „jailshop.at“ verfügt über zwei Seiten auf sozialen Plattformen:

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

Es wurden bzw. werden die Postings produktspezifisch beworben. Je nach beworbener Produktkategorie werden die folgenden Zielgruppen gewählt:

a) Gartenprodukte

Zielgruppe allgemein

Land: Österreich

Alter: 18 - 65+

Geschlecht: männlich/weiblich/binary

Interessen: Social networking service, Gardening, Social movement, Social work, Social justice, Garden, Inclusion (disability rights), Social group, Social or

Home Business, Industry: Community and social services

b) Handtaschen

Zielgruppe allgemein

Land: Österreich

Alter: 18 - 65+

Geschlecht: weiblich

Interessen: Social networking service, Social movement, Social work, Social group, Fair trade or Social, Industry: Community and social services

c) Hausprodukte

Zielgruppe allgemein

Land: Österreich

Alter: 18 - 65+

Geschlecht: weiblich/binary

Interessen: Interior design, Social networking service, Social movement, Social work, Furniture, XXXLutz, Social justice, Inclusion (disability rights), IKEA or Social inequality, Industry: Community and social services

d) Weinprodukte

Zielgruppe allgemein

Land: Österreich

Alter: 18 - 65+

Geschlecht: männlich/weiblich/binary

Interessen: Interior design, Wine tasting descriptors, Social work, Interior designs, Wine, Bars, Winery, Vineyard, Social justice, Wine tasting, Inclusion (disability rights), Gastronomy, Viticulture, Do it yourself (DIY), Social or Home Business

Es wird mit „Custom Audiences“ und „Conversion Tracking“ gearbeitet. Ebenso wurde/wird mit „Facebook Pixel“ bzw. „Website Tracking“ gearbeitet. Es wird mittels Facebook Pixel eine Custom Audience erstellt, also mittels Daten die unter anderem auf der Website gesammelt wurden/werden. Mithilfe des Facebook-Pixels lässt sich eine Kundenliste mit Personen erstellen, die ein bestimmtes Pixel ausgelöst haben. Also diejenigen, die zum Beispiel eine bestimmte Website in den letzten 30 Tagen besucht oder die ein bestimmtes Dokument heruntergeladen haben.

Zur Frage 14:

- *Wie ist die Frage 13. a. für Instagram zu beantworten?*

Für den „Jailshop“ gelten auf Instagram die gleichen Parameter wie auf Facebook. Ich kann daher auf das oben Ausgeführte verweisen.

Zur Frage 15:

- *Wie ist die Frage 13. a. für Youtube zu beantworten?*

Für den Youtube-Kanal „Bundesministerium für Justiz“ wurden keine bestimmten Zielgruppen definiert und keine Maßnahmen ergriffen, um bestimmte Zielgruppen zu erreichen.

Zu den Fragen 16 bis 19:

- *16. Wurden im ersten Halbjahr 2021 (1. Jänner bis 30. Juni 2021) 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 im ersten Halbjahr 2021 (1. Jänner bis 30. Juni 2021) 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?*

Zum Jailshop:

Als Standort der jeweiligen Postings/Schaltungen oder Uploads wurde lediglich „wohnhaft in Österreich“ ausgewählt. Das gesamte geschaltete Budget wurde für diesen Standort ausgegeben.

Darüber hinaus ergeht Leermeldung.

Zur Frage 20:

- *Wie hoch sind die Kosten seitens Ihres Ressorts im ersten Halbjahr 2021 (1. Jänner bis 30. Juni 2021) für die Nutzung von Google Ads (bitte um detaillierte Aufschlüsselung der einzelnen Schaltungen, Zeitraum, Beschreibung und Kosten)?*

Es wird keine Werbung – somit auch keine „Google Ads“ – geschaltet.

Zur Frage 21:

- *Die Werbeausgaben Ihres Ressorts im ersten Halbjahr 2021 (1. Jänner bis 30. Juni 2021) 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)?*

Zum Jailshop:

Postings mit Werbebudget werden parallel auf den sozialen Netzwerken Instagram und Facebook geschaltet. Es wurden dabei fünf Zielgruppen definiert: Gartenprodukte, Handtaschen, Jailshop Hausprodukte, Jailshop Weinprodukte und Jailshop. Diese Zielgruppen beschränken sich auf den Standort „Österreich“ und das Alter: 18-65+.

Der Zeitraum der Schaltung beträgt im Durchschnitt zwei bis vier Wochen.

Im Übrigen darf ich auf meine bisherigen Ausführungen zum Jailshop-Auftritt verweisen.

Zur Frage 22:

- *Wie hoch war die aus diesen Schaltungen erzielte Reichweite im ersten Halbjahr 2021 (1. Jänner bis 30. Juni 2021) (bitte um detaillierte Aufschlüsselung nach Medium, Zeitraum der Schaltung, Kurzbeschreibung, dem Ressort verrechnete Kosten, jeweilige Schaltung und Reichweite)?*

Zum Jailshop:

Die unten angeführten Schaltungskosten gelten für beide Plattformen (Facebook und Instagram insgesamt)

Reichweite/Zeitraum/ausgegebener Betrag pro Schaltung im ersten Halbjahr 2021:

- Messenger Bag -> Reichweite: 23.480 (Zeitraum: 30.06.- 18.07.2021) 100,00 Euro
- Flaschenhalter -> Reichweite: 31.847 (Zeitraum: 23.06.-11.07.2021) 100,00 Euro
- Kino-Ticket Gewinn -> Reichweite: 8.149 (Zeitraum: 18.06.-24.06.2021) 199,19 Euro
- Feuerkorb -> Reichweite: 21.560 (Zeitraum: 15.06.-03.07.2021) 100,00 Euro
- Hundekorb -> Reichweite: 9.690 (Zeitraum: 14.06.-02.07.2021) 100,00 Euro
- Kino-Premiere „Fuchs im Bau“ -> Reichweite: 13.548 (Zeitraum: 14.06.-02.07.2021) 100,00 Euro
- Nistkasten -> Reichweite: 17.086 (Zeitraum: 01.06.-16.06.2020) 50,00 Euro

- Teppich -> Reichweite: 23.339 (Zeitraum: 20.05-04.06.2021) 100,00 Euro
- Holzschild -> Reichweite: 27.784 (Zeitraum: 19.05.-24.05.2021) 100,00 Euro
- Korb Weidegeflecht -> Reichweite: 14.044 (Zeitraum: 17.05.-22.05.2021) 100,00 Euro
- Hocker Holz -> Reichweite: 25.932 (Zeitraum: 10.05. - 15.05.2021) 100,00 Euro
- Rosenkugel -> Reichweite: 20.239 (Zeitraum: 04.05.-09.05.2021) 100,00 Euro
- Herz aus Ton -> Reichweite: 25.123 (Zeitraum: 03.05.-05.05.2021) 100,00 Euro
- Gartenvögel -> Reichweite: 45.236 (Zeitraum: 29.04.-04.05.2021) 200,00 Euro
- Muttertag -> Reichweite: 33.425 (Zeitraum: 27.04.-02.05.2021) 150,00 Euro
- Flechtkorb -> Reichweite: 43.528 (Zeitraum: 26.04.-03.05.2021) 200,00 Euro
- Nistkasten -> Reichweite: 35.517 (Zeitraum: 14.04.-19.04.2021) 140,00 Euro
- Würfelbrett -> Reichweite: 33.162 (Zeitraum: 08.04.-13.04.2021) 110,00 Euro
- Geschenkbox -> Reichweite: 19.308 (Zeitraum: 29.03.-03.04.2021) 100,00 Euro
- Holz-Eier -> Reichweite: 15.072 (Zeitraum: 26.03.-31.03.2021) 100,00 Euro
- Bunte Hasen -> Reichweite: 20.768 (Zeitraum: 25.03.-30.03.2021) 120,00 Euro
- Flechtkorb-> Reichweite: 23.993 (Zeitraum: 24.03.-29.03.2021) 120,00 Euro
- Ostereier -> Reichweite: 22.017 (Zeitraum: 23.03.-28.03.2021) 120,00 Euro
- Oster-Hühnchen -> Reichweite: 27.863 (Zeitraum: 19.03.-24.03.2021) 120,00 Euro
- Holztasche -> Reichweite: 26.166 (Zeitraum: 12.03. - 17.03.2021) 100,00 Euro
- Kräuterschnecke -> Reichweite: 75.664 (Zeitraum: 01.03. - 11.03.2021) 375,00 Euro
- Briefbeschwerer -> Reichweite: 22.365 (Zeitraum: 25.02.-02.03.2021) 100,00 Euro
- Visitenkartenetui -> Reichweite: 19.918 (Zeitraum: 23.02 -28.02.2021) 100,00 Euro
- Metallkäfer -> Reichweite: 22.815 (Zeitraum: 17.02 -22.02.2021) 100,00 Euro
- Holz Kuli-Etui -> Reichweite: 22.388 (Zeitraum: 17.02.-22.02.2021) 100,00 Euro
- Ledermaus -> Reichweite: 6.982 (Zeitraum: 03.02 -08.02.2021) 25,06 Euro
- Metallspinne -> Reichweite: 17.929 (Zeitraum: 01.02.-06.02.2021) 68,36 Euro
- Erdnussspender -> Reichweite: 8.602 (Zeitraum: 28.01-02.02.2021) 250,00 Euro
- Wetterhahn -> Reichweite: 10.457 (Zeitraum: 25.01-30.01.2021) 150,00 Euro
- Weinregal -> Reichweite: 14.160 (Zeitraum: 21.01-06.02.2021) 149,99 Euro
- Weinrebe Zink -> Reichweite: 3.947 (Zeitraum: 18.01.-23.01.2021) 72,48 Euro

Dr.ⁱⁿ Alma Zadić, LL.M.

