

**Dr.<sup>in</sup> Anna Sporrer**  
Bundesministerin

Herrn  
Dr. Walter Rosenkranz  
Präsident des Nationalrats  
Parlament  
1017 Wien

Geschäftszahl: 2025-0.330.978

Ihr Zeichen: BKA - PDion (PDion)1391/J-NR/2025

Wien, am 25. Juni 2025

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Michael Schnedlitz, Kolleginnen und Kollegen haben am 25. April 2025 unter der Nr. **1391/J-NR/2025** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Kostenkontrolle für Werbung in sozialen Netzwerken und Online-Medien im 1. Quartal 2025“ gerichtet.

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

**Zur Frage 1:**

*Welche Social-Media-Seiten wurden im 1. Quartal 2025 von Ihrem Ressort betrieben?  
(Bitte um Auflistung jeweils nach Plattform und Namen der Seite)*

Das Bundesministerium für Justiz betreibt folgende Social-Media-Accounts:

- „Bundesministerium für Justiz“ auf Youtube
- „Karriere im Recht“ auf Instagram und Facebook
- „Hilfe bei Gewalt“ auf Instagram und Facebook
- Bundesministerium für Justiz auf Facebook
- Bundesministerium für Justiz auf LinkedIn
- BMJ\_AUT auf Instagram

Für den Bereich des Strafvollzugs und des Vollzugs freiheitsentziehender Maßnahmen wird als Maßnahme der Resozialisierung der Online-Webshop „Jailshop“ betrieben, in dem Arbeiten von Insass:innen zum Verkauf angeboten werden. Dieser ist auf folgenden Social-Media-Accounts vertreten:

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

**Zur Frage 2:**

*Welche Mitarbeiter Ihres Ministeriums waren im 1. Quartal 2025 mit der Betreuung der Social-Media-Seiten beschäftigt? (Bitte um detaillierte Auflistung jeweils nach Name, Funktion, Organisationseinheit, Beschäftigungszeitraum und Beschreibung des Tätigkeitsbereichs)*

Die Betreuung der Social-Media-Accounts und -Seiten im angefragten Zeitraum oblag federführend einer Mitarbeiterin der Stabsstelle für Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit, die von zwei Verwaltungspraktikantinnen unterstützt wurde.

**Zu den Fragen 3 bis 20:**

3. *Wie hoch waren die Gesamtkosten Ihres Ministeriums für Werbung in sozialen Netzwerken sowie Online-Medien im 1. Quartal 2025?*
  - a. *Wie hoch waren die aufgewendeten Kosten Ihres Ministeriums je Social-Media-Plattform? (Bitte um detaillierte Auflistung nach Plattform und aufgewendetem Budget)*
4. *Wie hoch waren die Gesamtkosten der genannten Social-Media-Seiten für Sponsoring und Postings im 1. Quartal 2025? (Bitte um detaillierte Auflistung nach Kanal, geschaltetem Budget und Anführung der gesponserten Postings)*
5. *Wie hoch waren die Kosten, die ausschließlich aus der Bewerbung der jeweiligen Social-Media-Seiten im 1. Quartal 2025 entstanden sind? (Bitte um detaillierte Auflistung nach Plattform, jeweiliger Seite, verwendetem Budget sowie Zeitpunkt der Bewerbung)*
6. *Mit wie vielen verschiedenen Rechnungspositionen wurde im 1. Quartal 2025 seitens Ihres Ministeriums je Social-Media-Seite gearbeitet? (Bitte um detaillierte Darstellung der etwaigen verschiedenen Rechnungspositionen und Auflistung nach jeweils verwendetem Budget pro Seite)*
  - a. *Mit wie vielen verschiedenen Rechnungspositionen wird seitens Ihres Ministeriums je Social-Media-Seite zum Stichtag der Einbringung der Anfrage*

- gearbeitet? (Bitte um detaillierte Darstellung der etwaigen verschiedenen Rechnungspositionen und Auflistung nach jeweils verwendetem Budget pro Seite)*
7. *In welcher Höhe wurden Social-Media-Beiträge seitens Ihres Ministeriums im 1. Quartal 2025 gesponsert? (Bitte um detaillierte Auflistung aller gesponserten Beiträge, jeweilige Kosten des Sponsorings, Veröffentlichungsdatum des Beitrags, Kurzbeschreibung des Beitrags und jeweiliger Seite)*
8. *Welcher Beitrag wurde im 1. Quartal 2025 am höchsten gesponsert? (Bitte um detaillierte Auflistung nach Plattform, jeweiliger Seite, entsprechendem Beitrag, geschaltetem Budget und hierzu definierter Zielgruppe unter Ausweisung der dabei verwendeten Kriterien bei einem etwaigen angewandten detaillierten Targeting)*
9. *Wurden bei der Bewerbung der Seiten Zielgruppendefinitionen vorgenommen?*
10. *Wurden im 1. Quartal 2025 bei der Bewerbung der Social-Media-Beiträge Zielgruppendefinitionen vorgenommen?*
11. *Wurden im 1. Quartal 2025 bei der Bewerbung der Seiten sowie der dortigen Schaltungen oder Uploads unterschiedliche Zielgruppendefinitionen vorgenommen?*  
*a. Wenn ja, inwieweit wurden unterschiedliche Zielgruppendefinitionen vorgenommen? (Bitte um Auflistung jeweils nach Beitrag, Datum der Veröffentlichung, jeweils vorgenommener Zielgruppendefinitionen und Begründung der gewählten Zielgruppe)*
12. *Wurden im 1. Quartal 2025 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?*  
*c. Welche Datenquelle wurde für die jeweilige Option verwendet?*
13. *Wurde im 1. Quartal 2025 bei der Bewerbung der Social-Media-Seiten sowie der dortigen Beiträge 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 Auflistung nach Seite, jeweiligem Beitrag, Veröffentlichungsdatum, ausgewählter Interessen und zusätzlichen Interessen und dafür aufgewendetes Budget)*
14. *Wie ist die Frage 13a. für Instagram zu beantworten?*
15. *Wie ist die Frage 13a. für YouTube zu beantworten?*
16. *Wurden im 1. Quartal 2025 bei der Bewerbung der Seiten und dortigen Beiträge bzw. Schaltungen oder Uploads Standorte zur Einschränkung der zu erreichenden Personen ausgewählt? (Bitte um detaillierte Auflistung nach Plattform, Seite, definiertem Standort, Anzahl der dort gesponserten Schaltungen sowie sonstiger Uploads und am jeweiligen Standort geschaltetes Budget)*

17. Wurden im 1. Quartal 2025 bei der Bewerbung der Seiten und dortigen Beiträge bzw. Schaltungen oder Uploads auf Facebook jemals sogenannte „Verbindungen“ erstellt und verwendet um Personenkreise ein- bzw. auszuschließen? (Bitte um detaillierte Auflistung nach Seite, jeweiligem Beitrag/Upload, insgesamt erstellten und jeweils angewandten „Verbindungen“ sowie für den daraus resultierenden Personenkreis verwendetes Budget)
18. Wie ist die Frage 17 für YouTube zu beantworten?
19. Wie ist die Frage 17 für Instagram zu beantworten?
20. Wie hoch sind die Kosten seitens Ihres Ministeriums im 1. Quartal 2025 für die Nutzung von Google Ads? (Bitte um detaillierte Auflistung der einzelnen Schaltungen, Zeitraum, Beschreibung und Kosten)

Im Anfragezeitraum sind – vom zu Frage 1 erwähnten Jailshop abgesehen – keine einschlägigen Kosten angefallen.

Die Kosten für die Social-Media-Kanäle des Jailshop, belaufen sich auf 780 Euro monatlich für Agenturleistungen. Das entspricht einer Gesamtsumme von 2.340 Euro für den angegebenen Zeitraum. In diesen Kostenpositionen ist das Budget für gesponserte Postings nicht enthalten. Die Gesamtkosten dieser Social-Media-Seiten für Sponsoring und Postings im 1. Quartal 2025 beliefen sich auf die nachfolgenden Beträge:

- Facebook: 1.200 Euro
- Instagram: 1.200 Euro

Für die Jailshop-Kanäle auf Facebook und Instagram sind in der angeschlossenen Beilage 1 Postings für den angefragten Zeitraum aufgelistet. Darüber hinaus wird auf die grundlegenden Ausführungen in den Voranfragen verwiesen, zuletzt vom 27. März 2025 (schriftliche Anfrage Nr. 917/J-NR/2025).

Die übrigen Fragen sind zu verneinen.

Dr.<sup>in</sup> Anna Sporrer

