

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

Herrn  
Dr. Walter Rosenkranz  
Präsident des Nationalrats  
Parlament  
1017 Wien

Geschäftszahl: 2025-0.550.981

Ihr Zeichen: BKA - PDion (PDion)2788/J-NR/2025

Wien, am 09. September 2025

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Michael Schnedlitz, Kolleginnen und Kollegen haben am 09. Juli 2025 unter der Nr. **2788/J-NR/2025** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Kostenkontrolle für Werbung in sozialen Netzwerken und Online-Medien im 2. Quartal 2025“ gerichtet.

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

**Zur Frage 1:**

- *Welche Social-Media-Seiten wurden im 2. 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
- „Bundesministerium für Justiz“ auf facebook
- „Bundesministerium für Justiz“ auf LinkedIn
- „BMJ\_AUT“ auf instagram.
- „Karriere im Recht“ auf Instagram und facebook
- „Hilfe bei Gewalt“ auf Instagram und facebook.
- Personenaccount „Anna Sporrer“ auf Bluesky

- „Jailshop“ auf Instagram, facebook und X (vormals Twitter).

**Zur Frage 2:**

- *Welche Mitarbeiter Ihres Ministeriums waren im 2. Quartal 2025 mit der Betreuung der Social-Media-Seiten beschäftigt? (Bitte um detaillierte Auflistung jeweils nach Name, Funktion, Organisationseinheit, Beschäftigungszeitraum und Beschreibung des Tätigkeitsbereichs)*

In der Stabsstelle für Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit ist ein Arbeitsplatz einer:ines Referentin:Referenten eingerichtet, deren:dessen Aufgabe die federführende Betreuung der Social-Media-Accounts des Bundesministeriums für Justiz ist. Die auf diesem Arbeitsplatz tätige Bedienstete wird dabei derzeit von zwei Verwaltungspraktikantinnen unterstützt. Einzelne Inhalte werden unter Einbindung des Kabinetts erstellt.

**Zu den Fragen 3 bis 20:**

- *3. Wie hoch waren die Gesamtkosten Ihres Ministeriums für Werbung in Sozialen Netzwerken sowie Online-Medien im 2. Quartal 2025?*
  - *a. Wie hoch waren die aufgewendeten Kosten Ihres Ministeriums je SocialMedia- 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 2. 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 2. 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 2. 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 2. 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 2. 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. Wurde im 2. Quartal 2025 bei der Bewerbung der Social-Media-Beiträge Zielgruppendefinitionen vorgenommen?
- 11. Wurden im 2. 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 2. 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. Wurden im 2. 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 2. 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 2. 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 2. Quartal 2025 für die Nutzung von Google Ads? (Bitte um detaillierte Auflistung der einzelnen Schaltungen, Zeitraum, Beschreibung und Kosten)*

Im Anfragezeitraum sind – von dem zu Frage 1 erwähnten „Jailshop“ abgesehen – keine einschlägigen Kosten angefallen. Zu den gleichbleibenden Kosten für die Social-Media-Kanäle des Jailshop wird auf die Beantwortung der quartalsweise wiederkehrenden Voranfragen, zuletzt Nr. 1391/J-NR/2025, verwiesen. Für die Jailshop-Kanäle auf Facebook und Instagram sind in der angeschlossenen Beilage Postings für den angefragten Zeitraum aufgelistet.

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

