

**813/AB**  
Bundesministerium vom 27.05.2025 zu 940/J (XXVIII. GP)  
**bmj.gv.at**  
Justiz

Dr. <sup>in</sup> Anna Sporrer  
Bundesministerin für Justiz

Herrn  
Dr. Walter Rosenkranz  
Präsident des Nationalrats  
Parlament  
1017 Wien

---

Geschäftszahl: 2025-0.243.504

Ihr Zeichen: BKA - PDion (PDion)940/J-NR/2025

Wien, am 27. Mai 2025

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Michael Schnedlitz, Kolleginnen und Kollegen haben am 27. März 2025 unter der Nr. **940/J-NR/2025** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Transparenz und Kostenkontrolle: Werbeausgaben in sozialen Netzwerken und Online-Medien im 3. Quartal 2024“ gerichtet.

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

**Zur Frage 1:**

- *Welche Social-Media-Seiten wurden im 3. Quartal 2024 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 3. Quartal 2024 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 war im Anfragezeitraum eine Planstelle für die Betreuung bzw. die Entwicklung der Social-Media-Kanäle vorgesehen. Diese Planstelle ist seit September 2023 besetzt - das Aufgabengebiet umfasst die Entwicklung und Betreuung von Social-Media-Kanälen für das Bundesministerium für Justiz.

**Zur Frage 3 bis 20:**

- *3. Wie hoch waren die Gesamtkosten Ihres Ministeriums für Werbung in sozialen Netzwerken sowie Online-Medien im 3. Quartal 2024?*
  - a. *Wie hoch waren die aufgewendeten Kosten Ihres Ministeriums je Social-Media-Plattform? (Bitte um detaillierte Auflistung nach Plattform und aufgewandtem Budget)*
- *4. Wie hoch waren die Gesamtkosten der genannten Social-Media-Seiten für Sponsoring und Postings im 3. Quartal 2024? (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 3. Quartal 2024 entstanden sind? (Bitte um detaillierte Auflistung nach Plattform, jeweiliger Seite, verwendetem Budget sowie Zeitpunkt der Bewerbung)*
- *6. Mit wie vielen verschiedenen Rechnungskosten wurde im 3. Quartal 2024 seitens Ihres Ministeriums je Social-Media-Seite gearbeitet? (Bitte um detaillierte Darstellung der etwaigen verschiedenen Rechnungskosten und Auflistung nach jeweils verwendetem Budget pro Seite)*

- a. *Mit wie vielen verschiedenen Rechnungskosten wird seitens Ihres Ministeriums je Social-Media-Seite zum Stichtag der Anfragebeantwortung gearbeitet? (Bitte um detaillierte Darstellung der etwaigen verschiedenen Rechnungskosten und Auflistung nach jeweils verwendetem Budget pro Seite)*
- *7. In welcher Höhe wurden Social-Media-Beiträge seitens Ihres Ministeriums im 3. Quartal 2024 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 3. Quartal 2024 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 3. Quartal 2024 bei der Bewerbung der Social-Media-Beiträge Zielgruppendefinitionen vorgenommen?*
- *11. Wurden im 3. Quartal 2024 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 3. Quartal 2024 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 3. Quartal 2024 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 3. Quartal 2024 bei der Bewerbung, der Seiten und dortigen Beiträgen 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 3. Quartal 2024 bei der Bewerbung, der Seiten und dortigen Beiträgen 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 3. Quartal 2024 für die Nutzung von Google Ads? (Bitte um detaillierte Auflistung der einzelnen Schaltungen, Zeitraum, Beschreibung und Kosten)

Im Zuge einer Kinderschutzkampagne, die vom Bundesministerium für Justiz gemeinsam mit dem Bundeskanzleramt und dem (damaligen) Bundesministerium für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz konzipiert und abgewickelt wurde, entstanden dem Bundesministerium für Justiz im Abfragezeitraum für den Bereich Social Media Kosten in Höhe von 8.458,67 Euro (inkl. USt):

Rechnungsleger	Kosten inkl. USt (in Euro)
Planung und Konzeption Influencer:innen Kooperationen Agentur: Tante Emma	5.688,00
Kreation Influencer:innen Kooperation Agentur: Tante Emma	2.268,00
Fremdkosten Influencer:innen (Honorare)	17.420,00
Gesamtkosten	25.376,00
<b>Kostenanteil BMJ</b>	<b>8.458,67</b>

Es handelt sich dabei um beauftragte Beiträge von Influencer:innen, die über das Kinderschutzangebot berichtet und mit ihrer Reichweite maßgeblich dazu beigetragen haben, die Zielgruppe der Kampagne zu erreichen und die zentralen Botschaften effektiv zu

verbreiten. In ihrer Gestaltung waren sie dabei frei, es handelt sich also nicht um Werbeeinschaltungen im klassischen Sinne.

Die Kosten für die Social Media-Kanäle des zu Frage 1 erwähnten 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 3. Quartal 2024 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 5. Juli 2024 (schriftliche parlamentarische Anfrage Nr. 19181/J-NR/2024).

Weitere Kosten, insbesondere im Zusammenhang mit den zu Frage 1 genannten Social Media Accounts, sind im Anfragezeitraum nicht angefallen. Sämtliche noch ausstehenden Zahlungen an die Medienagentur Mediacom für Werbung im Bereich Online im Rahmen der Werbekampagne „Berufe für Berufene“ wurden im 1. Halbjahr 2024 geleistet. Eine Durchsicht der Auszahlungen der Finanzpositionen 1-7232.000 „Repräsentationsausgaben“ und 1-7271.967 „Sonstige Presseeinschaltungen“ im Bereich der Zentralstelle ergab für das 3. Quartal 2024 keine entsprechenden Auszahlungen.

Die übrigen Fragen sind zu verneinen.

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

