

18.08.2023

Kleine Anfrage 2364

der Abgeordneten Markus Wagner und Sven W. Tritschler AfD

Kosten und Nutzen der Auftritte und Konten der Landesregierung in den sozialen Medien

Durch die fortschreitende Digitalisierung bekommt das Internet in fast allen Bereichen des Lebens mehr Bedeutung. Dies trifft vor allem auf den Bereich der Informationsbeschaffung zu, wo auch soziale Medien eine immer größere Rolle spielen. So ist bei Bürgern ab 14 Jahren das Fernsehen mit 54 Prozent das Medium der Informationsbeschaffung mit der höchsten Tagesreichweite. Das Internet hat bei der gleichen Personengruppe eine Tagesreichweite von 53 Prozent. Bei den unter 50-Jährigen hat sich das Internet bereits als das Informationsbeschaffungsmedium durchgesetzt. So gaben 75 Prozent der 14 bis 29 Jahre alten Befragten an, sich hauptsächlich über das Internet zu informieren.¹

Aus diesem Grund steigt auch die Relevanz einer gut ausgebauten Präsenz der Landesregierung samt Ministerien und untergeordneten Behörden in den sozialen Medien, um junge Menschen erreichen und informieren zu können. So lassen sich bereits vermehrt Auftritte von verschiedenen Fraktionen, Ministerien, aber auch beispielsweise der Bundesregierung auf Onlineplattformen registrieren, um bestimmte Kampagnen besser zu bewerben oder Informationen zu verbreiten. Auf der anderen Seite kritisiert der Bund der Steuerzahler die hohen Kosten, die die Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung verursacht. Diese betragen 50,1 Millionen Euro und flossen größtenteils in Werbe- und Kommunikationsagenturen, welche vor allem „die Konzeptionierung und Durchführung konkreter Informationskampagnen“² verantworten.

Wir fragen daher die Landesregierung:

1. Wie viele Profile bzw. Konten der Landesregierung, der Landesministerien und der nachgeordneten Behörden haben insgesamt in den letzten 5 Jahren existiert? (Bitte aufschlüsseln nach Jahr, Ministerium bzw. nachgeordneter Behörde, sozialem Medium (YouTube, Instagram, Facebook etc.), Profilname, Verlinkung der Internetadresse auf dem jeweiligen Netzwerk und Anzahl an sogenannten Followern.)
2. Wie viele Mitarbeiter bzw. Angestellte arbeiten bzw. arbeiteten für die Landesregierung und die dazugehörigen Ministerien bzw. nachgeordnete Behörden im Bereich der Pflege und Nutzung der jeweiligen Profile bzw. Konten in den sozialen Netzwerken in den

¹ <https://www.die-medienanstalten.de/forschung/mediengewichtungsstudie>.

² DSI – Deutsches Steuerzahlerinstitut des Bundes der Steuerzahler e. V., Kompakt, Nummer 54, „Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung“, Februar 2023, S. 3 f.

- letzten 5 Jahren? (Bitte aufschlüsseln nach Jahr, Ministerium bzw. nachgeordneter Behörde, Anzahl an Mitarbeitern, Personalkosten und ausgestellten Ausschreibungen.)
3. Haben die Ministerien oder nachgeordnete Behörden Medienagenturen oder andere externe Kräfte zur Erstellung von Beiträgen auf den jeweiligen Kanälen für Informationsmaßnahmen, Kampagnen oder Anzeigen beauftragt? (Wenn ja, bitte aufschlüsseln nach Ministerium bzw. Behörde, Kampagne bzw. Informationsmaßnahme respektive Anzeige, so wie Kosten der Anzeige und das genaue Datum.)
 4. Inwieweit plant die Landesregierung weitere Konten bzw. Profile auf sozialen Netzwerken zu errichten bzw. die Ausgaben dafür zu erhöhen?
 5. Wie schätzt die Landesregierung die hohen und in den letzten Jahren gestiegenen Ausgaben für die Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung ein?

Markus Wagner
Sven W. Tritschler