

## Antwort

der Landesregierung

auf die Kleine Anfrage Nr. 583  
des Abgeordneten Andreas Kalbitz (AfD-Fraktion)  
Drucksache 7/1518

### **Die Landesregierung in den sozialen Netzwerken**

Namens der Landesregierung beantwortet die Ministerin und Chefin der Staatskanzlei die Kleine Anfrage wie folgt:

Vorbemerkung des Fragestellers: Die großen sozialen Netzwerke Facebook und Instagram erfreuen sich weltweit großer Beliebtheit. Inzwischen werden diese Internetseiten auch von Regierungen genutzt, um gezielt Inhalte zu verbreiten. Dabei wird nicht zuletzt auch durch Entgeltzahlungen an die Betreiberfirmen künstlich die Reichweite von Seiten und Beiträgen erhöht. Hiervon machte zuletzt vor allem der sächsische Ministerpräsident Michael Kretschmer (CDU) Gebrauch. Sein Facebook-Auftritt wurde Nutzern, welche die Seite noch nicht abonniert hatten, mit dem Zusatz „Gesponsert · Finanziert durch Sächsische Staatskanzlei“ angezeigt. Kretschmers Facebook-Seite existiert bereits seit 2010 und wurde zuvor über den sächsischen Landesverband der CDU betrieben, mittlerweile steht der Freistaat Sachsen im Impressum. Der Name der Seite wurde im Laufe der Zeit von „Michael Kretschmer“ in „Ministerpräsident Michael Kretschmer“ geändert. Insoweit ist bei den Auftritten von Regierungsmitgliedern in sozialen Medien ein schmaler Grat zwischen legitimer Öffentlichkeitsarbeit der Regierung und unzulässiger Partei- und Wahlwerbung auf Staatskosten zu verzeichnen.

Frage 1: Welche Seiten und Konten betreibt die Landesregierung für Regierungsmitglieder und Landesbehörden auf den beiden Plattformen Facebook und Instagram seit wann und welche Abonnentenzahlen haben sie jeweils gegenwärtig?

zu Frage 1: Folgende Facebook-Fanpages und Instagram-Kanäle werden von der Landesverwaltung für den Ministerpräsidenten, für Ministerinnen und Minister, für Beauftragte der Landesregierung, für Ministerien oder im Namen des Landes Brandenburg („Unser Brandenburg“, „Tolerantes Brandenburg“) redaktionell verantwortet (Stand der Abonnentenzahlen: KW 26):

STK	fb.com/woidkedietmar, seit 04/2014, 6.241 Abonnenten fb.com/unser.brandenburg, seit 05/2017, 32.964 Abonnenten fb.com/tolerantesbrandenburg, seit 03/2011, 7.809 Abonnenten instagram.com/dietmarwoidke, seit 03/2018, 2.551 Abonnenten instagram.com/unser.brandenburg, seit 04/2019, 5.433 Abonnenten
MIK	fb.com/brandenburg.mik, seit 04/2018, 3.293 Abonnenten
MdJ	-
MdFE	fb.com/FinanzministeriumBrandenburg, seit 10/2015, 2.497 Abonnenten instagram.com/finanzministeriumbrandenburg, seit 11/2016, 796 Abonnenten
MWAE	-
MSGIV	fb.com/landesgleichstellungsbeauftragte, 09/2015-10/2019, 1.216 Abonnenten
MIL	-
MWFK	fb.com/Brandenburg.MWFK, seit 05/2011, 1.623 Abonnenten
MLUK	-
MBJS	-

Die Landesverwaltung betreibt und verantwortet keine privaten Personenprofile von Ministerinnen und Ministern sowie Staatssekretärinnen und Staatssekretären.

Frage 2: Wie haben sich die Abonnentenzahlen der jeweiligen Facebook-Seiten und Instagram-Konten der Landesregierung seit deren Existenz jährlich entwickelt?

zu Frage 2: Alle Kanäle haben sich Jahr für Jahr stets im Aufwärtstrend entwickelt.

Frage 3: Welche Kosten sind seither für die jeweiligen Seiten und Konten der Landesregierung in den beiden großen sozialen Netzwerken entstanden, insbesondere durch die künstliche Reichweitenerhöhung von Seiten und Beiträgen? (Bitte jährlich für die einzelnen Internetauftritte ausweisen.)

zu Frage 3: Vorbemerkung: Die Grundlage für die ausgewiesenen Werbekosten bilden Exporte aus dem Facebook Werbeanzeigenmanager, dem Tool, das benutzt wird, um Anzeigen auf Facebook und Instagram zu schalten.

STK	<u>A. Kosten für beworbene Beiträge und/oder Kanalwerbung:</u>  Dietmar Woidke: 2014: 0,00 EUR 2015: 0,00 EUR 2016: 0,00 EUR 2017: 0,00 EUR 2018: 130,00 EUR 2019: 125,00 EUR 2020: 25,00 EUR
-----	--

<p>Unser Brandenburg (im Zusammenhang mit der Landesmarketing-Kampagne "Brandenburg. Es kann so einfach sein.): 2018: 5.179,72 EUR 2019: 13.583,56 EUR 2020: 2.600,00 EUR</p> <p>Unser Brandenburg (sonstige redaktionelle Inhalte oder generische Kanalwerbung): 2017: 757,80 EUR 2018: 83,00 EUR 2019: 0,00 EUR 2020: 0,00 EUR</p> <p>Tolerantes Brandenburg: 2011: 95,20 EUR 2012: 0,00 EUR 2013: 0,00 EUR 2014: 4.165,00 EUR 2015: 0,00 EUR 2016: 0,00 EUR 2017: 4.165,00 EUR 2018: 4.165,00 EUR 2019: 885,00 EUR 2020: 0,00 EUR</p> <p><u>B. Kosten für Beratung/Zuarbeit durch externe Agenturen:</u></p> <p>Dietmar Woidke: 2014: 0,00 EUR 2015: 0,00 EUR 2016: 0,00 EUR 2017: 0,00 EUR 2018: 0,00 EUR 2019: 0,00 EUR 2020: 0,00 EUR</p> <p>Unser Brandenburg (Landesmarketing): Erstellung von Social-Media-Inhalten im Rahmen der Landesmarketing-Kampagne "Brandenburg. Es kann so einfach sein." durch die Agentur Scholz &amp; Friends 2019: 58.000 EUR 2020: 28.200 EUR</p> <p>Unser Brandenburg (Presseamt, Onlinekommunikation): Workshop mit "Amt 2.0 – Social Media für Behörden" 2017: 650,00 EUR</p> <p>Tolerantes Brandenburg: Umsetzung in Kooperation mit dem Dienstleister „medienlabor – Agentur für Kommunikation und Medienentwicklung KG / medienlabor GmbH“ 2011: 1.017,45 EUR 2012: 60,00 EUR</p>
--

	2013: 0,00 EUR 2014: 3.248,70 EUR 2015: 0,00 EUR 2016: 1.564,84 EUR 2017: 6.128,50 EUR 2018: 11.424,00 EUR 2019: 11.721,50 EUR 2020: 0,00 EUR
MIK	-
MdJ	-
MdFE	<u>Kosten für beworbene Beiträge:</u> 2015: 0,00 EUR 2016: 955,89 EUR 2017: 238,73 EUR 2018: 23,74 EUR 2019: 0,00 EUR 2020: 0,00 EUR
MWAE	-
MSGIV	<u>Kosten für Beratung/Zuarbeit durch externe Agenturen:</u> 2015: 2.299,68 EUR 2016: 4.977,15 EUR 2017: 2.998,80 EUR 2018: 2.969,05 EUR 2019: 1.495,24 EUR
MIL	-
MWFK	-
MLUK	-
MBJS	-

Frage 4: Zu welchem Zweck wurde die Reichweite von Seiten, Konten oder Beiträgen der Landesregierung in den sozialen Netzwerken gegen Entgelt erhöht?

zu Frage 4:

STK	<i>Unser Brandenburg:</i> Die Steigerung der Reichweite erfolgte fast ausschließlich im Themenbereich Landesmarketing, dort im Speziellen zur Bewerbung von Sonderaktionen (wie der Verlosung einer kostenlosen Elternzeit) und der Vorstellung von Image-Filmen oder -Motiven im Rahmen der Landesmarketing-Kampagne. Die Inhalte werden online über soziale Medien beworben, weil sich insbesondere Videos nur schwierig über Offline-Medien bewerben lassen bzw. weil die Bewerbung in sozialen Medien im Gegensatz zu Anzeigenschaltungen, Plakat-kampagnen oder Fernsehspots kostengünstig und zielgruppengenau erfolgen kann.
-----	---

	<p><i>Dietmar Woidke:</i> Steigerung der Reichweite erfolgte überwiegend, um auf Veranstaltungen für Bürgerinnen und Bürger aufmerksam zu machen (z.B. 30 Jahre Mauerfall auf der Glienicker Brücke).</p> <p><i>Tolerantes Brandenburg:</i> Die Reichweitenerhöhung hat zum Ziel, das Engagement der Landesregierung für ein demokratisches, weltoffenes und tolerantes Brandenburg einem breiten Publikum zugänglich zu machen. Zudem werden wichtige Themenbereiche und Vorhaben der Koordinierungsstelle „Tolerantes Brandenburg/Bündnis für Brandenburg“ in Beiträgen aufgegriffen. Auch Veranstaltungs- und Projekthinweise sowie Ausschreibungen für Wettbewerbe sowohl staatlicher Institutionen als auch aus dem zivilgesellschaftlichen Bereich werden beworben. In Wahljahren wurde zudem für eine möglichst breite Wahlbeteiligung bei den Europa-, Bundes-, und Landtags-, sowie Kommunalwahlen geworben.</p>
MIK	-
MdJ	-
MdFE	Mit dem Launch der Facebook-Seite des MdFE wurde im Jahr 2016 in Reichweiten-Werbung investiert, um das Angebot innerhalb der Bevölkerung bekannt zu machen.
MWAE	-
MSGIV	-
MIL	-
MWFK	-
MLUK	-
MBJS	-

Frage 5: Wer erarbeitet die Inhalte für die jeweiligen Seiten und Konten der Landesregierung auf Facebook und Instagram und wer - Landesbedienstete oder externe Dritte als Dienstleister - übernehmen die Betreuung der jeweiligen Internetauftritte?

zu Frage 5:

STK	<p><i>Unser Brandenburg (Facebook &amp; Instagram):</i> Die Kanäle werden von Mitarbeitern des Referats "Presseamt, Online-Kommunikation" betrieben und redaktionell verantwortet. Für den Themenbereich Landesmarketing erfolgen interne Zuarbeiten aus dem Referat "Landesmarketing, Tag der Deutschen Einheit" und dort wiederum externe Zuarbeiten von der Agentur Scholz &amp; Friends.</p> <p><i>Dietmar Woidke (Facebook &amp; Instagram):</i> Die Kanäle werden insbesondere vom Regierungssprecher betreut, Zuarbeiten erfolgen durch Mitarbeiter des Referats "Presseamt, Online-Kommunikation".</p>
-----	--

	<i>Tolerantes Brandenburg</i> : Die Inhalte des Kanals werden durch die Koordinierungsstelle „Tolerantes Brandenburg/Bündnis für Brandenburg“ vorgegeben und redaktionell verantwortet. Die Umsetzung erfolgt in Kooperation mit dem Dienstleister „medienlabor –Agentur für Kommunikation und Medienentwicklung KG / medienlabor GmbH“.
MIK	Die Erarbeitung von Inhalten für die sog. Fanpage des Ministeriums des Innern und für Kommunales sowie deren Betreuung erfolgte bislang ausschließlich durch Beschäftigte des Ministeriums.
MdJ	-
MdFE	Die Erarbeitung von Inhalten für die Seiten des Ministeriums der Finanzen und für Europa sowie deren Betreuung erfolgte bislang ausschließlich durch Beschäftigte des Ministeriums.
MWAE	-
MSGIV	In Zusammenarbeit der Landesgleichstellungsbeauftragten sind in der Zeit von 2015 bis 2019 durch einen externen Dritten die Inhalte betreut und aktualisiert worden.
MIL	-
MWFK	Die Erarbeitung von Inhalten für die Seiten des Ministeriums für Wissenschaft, Forschung und Kultur sowie deren Betreuung erfolgte bislang ausschließlich durch Beschäftigte des Ministeriums.
MLUK	-
MBJS	-

Frage 6: Hat die Landesregierung im Zusammenhang mit dem Betrieb von Seiten und Konten in den sozialen Netzwerken - etwa im Vorfeld - PR-Agenturen bzw. private Dienstleister beauftragt oder sich von Ihnen beraten lassen? Wenn ja, welche Kosten sind hierdurch entstanden? (Bitte jährlich ausweisen.)

zu Frage 6:

STK	<p><i>Unser Brandenburg</i>: Nachdem der Kanal Mitte 2017 bei Facebook gestartet ist, fand im Dezember des gleichen Jahres im Rahmen einer Mitarbeiterfortbildung im Referat „Presseamt, Onlinekommunikation“ ein Seminar mit dem Anbieter „Amt 2.0 – Social Media für Behörden“ statt. Dafür sind Kosten in Höhe von 650 EUR angefallen.</p> <p>Das Referat „Landesmarketing / Tag der Deutschen Einheit“ hat mit der die Brandenburg-Kampagne betreuenden Agentur „Scholz &amp; Friends“ eine Rahmenvereinbarung geschlossen: Für die vierteljährliche Pauschale von derzeit 14.100 EUR werden für den Kanal „Unser Brandenburg“ (Facebook und Instagram) Inhalte im Rahmen der Kampagne „Brandenburg. Es kann so einfach sein.“ zugeliefert (in den Jahren 2019 und 2020 sind insgesamt 86.200 EUR angefallen).</p>
-----	--

	<i>Tolerantes Brandenburg</i> : siehe Antwort zu 3.
MIK	-
MdJ	-
MdFE	-
MWAE	-
MSGIV	siehe Antworten zu 3. und 5.
MIL	-
MWFK	Zur Optimierung des MWFK-Facebook-Accounts wurde ein Vortrag der Social Media Agentur „Amt 2.0“ im Wert von 416 € beauftragt. Im Rahmen dieses Vortrags wurde die bereits bestehende Fanseite eingeschätzt und es wurden Tipps zur Optimierung gegeben. Ferner erfolgten keine weiteren Beauftragungen oder Beratungen durch eine PR-Agentur oder andere Dienstleister.
MLUK	-
MBJS	-