

**Kleine Anfrage zur schriftlichen Beantwortung
mit Antwort der Landesregierung
- Drucksache 17/8301 -**

Bezahlte Werbung für den Ministerpräsidenten auf Facebook?

Anfrage des Abgeordneten Jens Nacke (CDU) an die Landesregierung, eingegangen am 14.06.2017, an die Staatskanzlei übersandt am 16.06.2017

Antwort der Niedersächsischen Staatskanzlei namens der Landesregierung vom 07.07.2017, gezeichnet

Dr. Jörg Mielke

Chef der Staatskanzlei

Vorbemerkung des Abgeordneten

Seit einiger Zeit bekommen User des sozialen Netzwerks Facebook eine Werbung eingeblendet, die die Frage präsentiert „Was macht ein Ministerpräsident? - Informationen von und mit Stephan Weil“, verbunden mit einem Foto des Ministerpräsidenten und der Aufforderung, auf „Gefällt mir“ zu klicken.

Unter Bezugnahme auf die Urteile des Niedersächsischen Staatsgerichtshofs vom 29.01.2016, Az. StGH 1, 2 und 3/15, Rn. 46, und vom 22.08.2012, Az. StGH 1/12, Rn. 54-56, weise ich darauf hin, dass ich ein hohes Interesse an einer vollständigen Beantwortung meiner Fragen habe, die das Wissen und den Kenntnis-/Informationsstand der Ministerien, der ihnen nachgeordneten Landesbehörden und, soweit die Einzelfrage dazu Anlass gibt, der Behörden der mittelbaren Staatsverwaltung aus Akten und nicht aktenförmigen Quellen vollständig wiedergibt.

Vorbemerkung der Landesregierung

Die Presse- und Informationsstelle der Landesregierung betreibt eine Facebook-Seite mit dem Namen „Ministerpräsident Stephan Weil“. 5 171 Personen (Stand 03.07.2017) gefällt diese Seite. Darüber hinaus betreiben einige niedersächsische Ministerien in Eigenverantwortung Facebook-Seiten für ihre Ministerin oder ihren Minister oder das Ministerium als Institution. Die Presse- und Informationsstelle der Landesregierung und die für Social Media verantwortlichen Stellen der Ministerien haben sich in den vergangenen Jahren im Bereich Social Media professionalisiert und weiterentwickelt. Die Landesregierung will damit den Erwartungen von Bürgerinnen und Bürgern, Medien und Öffentlichkeit gerecht werden, über soziale Netzwerke informiert zu werden und über diese Kanäle kontaktiert werden zu können.

1. Wie hoch sind die Kosten für diese Werbung?

Die Presse- und Informationsstelle der Landesregierung schaltet seit dem Start der Facebook-Seite „Ministerpräsident Stephan Weil“ in unregelmäßigen Abständen Werbung auf Facebook für die o. g. Seite oder auch einzelne Beiträge. Die Kosten aller Werbemaßnahmen auf Facebook in der Staatskanzlei im Zeitraum Mai 2015 bis Juni 2017 beliefen sich auf 2 494,77 Euro zuzüglich Umsatzsteuer.

2. Welche Stelle der Landesregierung hat diese Werbung bei wem gebucht?

Die Presse- und Informationsstelle der Landesregierung schaltet die Facebook-Werbung selbst.

3. Welchen Zielgruppen (genau nach Facebook-Spezifikationen) wird diese Werbung ein-geblendet?

Die Zielgruppenbestimmung für mehr „Gefällt mir“ Angaben auf der Facebook-Seite wurde wie folgt vorgenommen: „Niedersachsen“, „Germany“, „Alter 18 bis 61“, Interesse: „Politik“ oder „soziale Themen“.

4. Wurde für diese Kampagne eine Agentur beauftragt? Wenn ja, für welche Aufgaben?

Für die einzelnen Werbemaßnahmen auf Facebook wurde keine Agentur beauftragt. Siehe Vorbemerkung.

5. Wenn ja, welche Ergebnisse hatte das Vergabeverfahren?

Siehe Antwort zu Frage 4.

6. Wie hoch waren die Beschaffungskosten für Herstellung und Bearbeitung des Fotos?

Für die in der Vorbemerkung des Abgeordneten genannte Werbung für die Facebook-Seite „Ministerpräsident Stephan Weil“ wurden keine Fotos zusätzlich beschafft. Vielmehr wurden Fotos verwendet, deren Rechte die Presse- und Informationsstelle der Landesregierung erworben hatte oder die selbst produziert worden waren. Es sind auch keine externen Kosten für eine etwaige Bearbeitung der Fotos entstanden.

7. Was waren der Zweck und der Zeitraum der Kampagne?

Im Zeitraum Mai 2015 bis Juni 2017 wurden entweder die ganze Seite oder einzelne Beiträge beworben, um die Reichweite bzw. die Zahl der „Gefällt mir“-Klicks zu erhöhen. Dabei ging es um eine breitere Bekanntmachung der Social-Media-Aktivitäten der Staatskanzlei. Die Werbemaßnahmen bewirken, dass Beiträge zu inhaltlichen Themen einer größeren Zahl von Facebooknutzern angezeigt und von diesen wahrgenommen und gegebenenfalls weiterverbreitet werden. Angestrebt wird mit dem Facebookauftritt eine niedrighschwellige Information der Bürgerinnen und Bürger über Aktivitäten des Ministerpräsidenten und der Staatskanzlei sowie über wesentliche Inhalte der Politik der Landesregierung. Ermöglicht werden sollte zudem ein Online-Dialog mit Bürgerinnen und Bürgern.

8. Wie viele Nutzer haben in welchem Zeitraum - aufgeschlüsselt nach Monaten - aufgrund dieser Kampagne bei der Facebook-Seite des Ministerpräsidenten auf „Gefällt mir“ geklickt?

Die Werbemaßnahmen für mehr „Gefällt mir“ wurden im Zeitraum Mai 2015 bis April 2017 insgesamt zwölf Mal geschaltet. Die gesamte Seite hat dadurch 354 mehr „Gefällt mir“-Klicks bekommen. Die dadurch generierten neuen Facebook-Abonnenten werden in der Folge auf neue inhaltliche Beiträge des Ministerpräsidenten hingewiesen, die sie dann ihrerseits liken oder teilen und so weiterverbreiten können.

Die „Gefällt mir“ Angaben durch Werbemaßnahmen verteilen sich auf folgende Monate: Mai 2015: 32; Juli 2015: 57; Oktober 2015: 31; November 2015: 27; Februar 2016: 12; April 2016: 23; August 2016: 53; September 2016: 63; Oktober 2016: 12; November 2016: 10; Dezember 2016: 12; April 2017: 22.

9. Welche Werbekampagnen zugunsten des Ministerpräsidenten oder eines anderen Mitglieds der Landesregierung gab/gibt es oder sind für die Zukunft geplant?

Auf Facebook wurde - wie dargelegt - Werbung für „Gefällt mir“ Klicks für die Seite des Ministerpräsidenten bzw. für einzelne Beiträge geschaltet.

Das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr hat in der Vergangenheit Werbung für drei Beiträge auf seiner Facebook-Seite geschaltet.

Das Ministerium für Wissenschaft und Kultur hat auf seiner Seite zwei Beiträge und zwei Veranstaltungen beworben.

Das Ministerium für Umwelt, Energie und Klimaschutz hat auf seiner Seite bisher drei Werbemaßnahmen durchgeführt.

MI, MS, ML, MK, MF und MJ haben Fehlanzeige gemeldet.

Aufgrund der Aktualität des Mediums werden Werbeanzeigen kurzfristig und anlassbezogen geschaltet.

10. Welche Zwecke haben diese gegebenenfalls geplanten Werbekampagnen?

Die Ziele und Zwecke von Werbemaßnahmen ergeben sich jeweils kurzfristig und anlassbezogen, vgl. Antwort zu Frage 7.