

## **Kleine Anfrage**

**der Abgeordneten Otto Fricke, Ulla Ihnen, Karsten Klein, Christoph Meyer, Dr. Stefan Ruppert, Christian Dürr, Grigorios Aggelidis, Renata Alt, Christine Aschenberg-Dugnus, Jens Beeck, Nicola Beer, Dr. Jens Brandenburg (Rhein-Neckar), Dr. Marco Buschmann, Carl-Julius Cronenberg, Britta Katharina Dassler, Bijan Djir-Sarai, Dr. Marcus Faber, Thomas Hacker, Katrin Helling-Plahr, Markus Herbrand, Katja Hessel, Manuel Höferlin, Dr. Christoph Hoffmann, Reinhard Houben, Olaf in der Beek, Gyde Jensen, Dr. Christian Jung, Daniela Kluckert, Pascal Kober, Carina Konrad, Wolfgang Kubicki, Konstantin Kuhle, Ulrich Lechte, Michael Georg Link, Dr. Jürgen Martens, Dr. Martin Neumann, Hagen Reinhold, Matthias Seestern-Pauly, Frank Sitta, Bettina Stark-Watzinger, Benjamin Strasser, Katja Suding, Michael Theurer, Stephan Thomae, Manfred Todtenhausen, Gerald Ullrich und der Fraktion der FDP**

## **Onlinemarketing und Onlinewerbung der Bundesregierung auf Facebook**

Seit Februar 2015 ist die Bundesregierung mit einer eigenen Seite auf der Social-Media-Plattform Facebook vertreten. Das Angebot wird inhaltlich vom Bundespresseamt verantwortet. Neben dieser allgemeinen Facebook-Seite der gesamten Bundesregierung ist eine große Zahl der Bundesministerien mit eigenen Seiten auf Facebook aktiv. Darüber hinaus betreiben verschiedene Bundesministerinnen und Bundesminister, Parlamentarische Staatssekretärinnen und Parlamentarische Staatssekretäre sowie Bundesbeauftragte persönliche Facebook-Seiten, die teilweise von ihnen privat, teilweise von ihren Parteien, in seltenen Fällen jedoch sogar von ihren jeweiligen Bundesministerien administriert werden (privat verwaltete Facebook-Profil: z. B. Facebook-Profil von Bundesminister Dr. Helge Braun unter [www.facebook.com/helge.braun.37?ref=br\\_rs](http://www.facebook.com/helge.braun.37?ref=br_rs) sowie das Facebook-Profil des ehemaligen Bundesministers Christian Schmidt unter [www.facebook.com/christian.schmidt.fuerth](http://www.facebook.com/christian.schmidt.fuerth); von Parteien verwaltete Facebook-Seiten siehe zum Beispiel die Facebook-Seite von Bundeskanzlerin Dr. Angela Merkel unter [www.facebook.com/AngelaMerkel](http://www.facebook.com/AngelaMerkel); von Bundesministerien verwaltete Facebook-Seiten siehe zum Beispiel die Facebook-Seite des ehemaligen Bundesministers Sigmar Gabriel unter [www.facebook.com/sigmar.gabriel/](http://www.facebook.com/sigmar.gabriel/)). Einige der genannten Facebook-Seiten nutzen die Möglichkeit, Onlinewerbung auf Facebook zu schalten, um damit Beiträge der Seiten zu bewerben (siehe zum Beispiel den Beitrag auf der Facebook-Seite des Auswärtigen Amtes vom 29. Januar 2018, 18:52 Uhr). Andere der genannten Facebook-Seiten machen von dieser Möglichkeit offenbar keinen Gebrauch. Welche Kriterien der Nutzung von Werbemöglichkeiten durch die Bundesregierung insgesamt oder einzelne Bundesministerien zu Grunde liegen und in welcher Höhe die Bundesregierung finanzielle Mittel für das Bewerben von Facebook-Beiträgen aufwendet, ist für Außenstehende nicht

erkennbar. Die Geschäftsbeziehungen zwischen der Bundesregierung und Facebook bedürfen daher nach Ansicht der Fragesteller im Rahmen der parlamentarischen Kontrolle der Bundesregierung einer Überprüfung.

Wir fragen die Bundesregierung:

1. Seit wann sind welche Bundesministerien auf der Social-Media-Plattform Facebook mit eigenen Facebook-Seiten vertreten, deren Administration zumindest teilweise aus Bundesmitteln betreut wird?
2. Seit wann sind welche Bundesministerinnen und Bundesminister auf der Social-Media-Plattform Facebook mit eigenen Facebook-Seiten vertreten, deren Administration zumindest teilweise aus Bundesmitteln betreut wird?
3. Seit wann sind welche Parlamentarischen Staatssekretärinnen und Parlamentarischen Staatssekretäre auf der Social-Media-Plattform Facebook mit eigenen Facebook-Seiten vertreten, deren Administration zumindest teilweise aus Bundesmitteln betreut wird?
4. Seit wann sind welche Bundesbeauftragten auf der Social-Media-Plattform Facebook mit eigenen Facebook-Seiten vertreten, deren Administration zumindest teilweise aus Bundesmitteln betreut wird?
5. Welche Kriterien lagen im Einzelfall den Entscheidungen zu Grunde, ob ein Bundesministerium mit einer eigenen Facebook-Seite auf der Social-Media-Plattform aktiv ist oder nicht?
6. Nach welchen Kriterien entscheidet die Bundesregierung, ob persönliche Facebook-Seiten von Mitgliedern der Bundesregierung oder Bundesbeauftragten durch die jeweiligen Bundesministerien bzw. -behörden gänzlich oder zumindest teilweise administriert werden oder nicht?
7. In welcher Höhe hat die Bundesregierung im Zeitraum vom 1. Dezember 2013 bis zum 24. Oktober 2017 (Ende der 18. Wahlperiode) Zahlungen für Onlinewerbung geleistet, die direkt an das Unternehmen Facebook geflossen sind?
8. In welcher Höhe hat die Bundesregierung im Zeitraum vom 1. Dezember 2013 bis zum 24. Oktober 2017 (Ende der 18. Wahlperiode) Zahlungen für Onlinewerbung geleistet, die indirekt (z. B. über von der Bundesregierung beauftragte Werbe- oder Mediaagenturen) an das Unternehmen Facebook geflossen sind?
9. In welcher Höhe hat die Bundesregierung im Zeitraum vom 25. Oktober 2017 (Beginn der 19. Wahlperiode) bis zum 31. Dezember 2017 (Ende des Haushaltsjahres) Zahlungen für Onlinewerbung geleistet, die direkt an das Unternehmen Facebook geflossen sind?
10. In welcher Höhe hat die Bundesregierung im Zeitraum vom 25. Oktober 2017 (Beginn der 19. Wahlperiode) bis zum 31. Dezember 2017 (Ende des Haushaltsjahres) Zahlungen für Onlinewerbung geleistet, die indirekt (z. B. über von der Bundesregierung beauftragte Werbe- oder Mediaagenturen) an das Unternehmen Facebook geflossen sind?
11. In welcher Höhe hat die Bundesregierung seit dem 1. Januar 2018 (Beginn der vorläufigen Haushaltsführung) Zahlungen für Onlinewerbung geleistet, die direkt an das Unternehmen Facebook geflossen sind?
12. In welcher Höhe hat die Bundesregierung seit dem 1. Januar 2018 (Beginn der vorläufigen Haushaltsführung) Zahlungen für Onlinewerbung geleistet, die indirekt (z. B. über von der Bundesregierung beauftragte Werbe- oder Mediaagenturen) an das Unternehmen Facebook geflossen sind?

13. Wie hoch waren die monatlichen Zahlungen aufgeschlüsselt nach den Geschäftsbereichen der Bundesministerien, die die Bundesregierung in den letzten 50 Monaten für Onlinewerbung direkt an das Unternehmen Facebook geleistet hat?
14. Wie hoch waren die monatlichen Zahlungen nach den Geschäftsbereichen der Bundesministerien, die die Bundesregierung in den letzten 50 Monaten für Onlinewerbung indirekt (z. B. über von der Bundesregierung beauftragte Werbe- oder Mediaagenturen) an das Unternehmen Facebook geleistet hat?
15. Wie hoch waren die monatlichen Zahlungen, die die Bundesregierung in den letzten 50 Monaten direkt an das Unternehmen Facebook geleistet hat, um Beiträge welcher Bundesministerien zu bewerben?
16. Wie hoch waren die monatlichen Zahlungen, die die Bundesregierung in den letzten 50 Monaten indirekt (z. B. über von der Bundesregierung beauftragte Werbe- oder Mediaagenturen) an das Unternehmen Facebook geleistet hat, um Beiträge welcher Bundesministerien zu bewerben?
17. Wie hoch waren die monatlichen Zahlungen, die die Bundesregierung in den letzten 50 Monaten direkt an das Unternehmen Facebook geleistet hat, um Beiträge der Facebook-Seiten welcher Bundesministerinnen bzw. welcher Bundesminister zu bewerben?
18. Wie hoch waren die monatlichen Zahlungen, die die Bundesregierung in den letzten 50 Monaten indirekt (z. B. über von der Bundesregierung beauftragte Werbe- oder Mediaagenturen) an das Unternehmen Facebook geleistet hat, um Beiträge der Facebook-Seiten welcher Bundesministerinnen bzw. welcher Bundesminister zu bewerben?
19. Wie hoch waren die monatlichen Zahlungen, die die Bundesregierung in den letzten 50 Monaten direkt an das Unternehmen Facebook geleistet hat, um Beiträge der Facebook-Seiten welcher Parlamentarischen Staatssekretärinnen bzw. welcher Parlamentarischen Staatssekretäre zu bewerben?
20. Wie hoch waren die monatlichen Zahlungen, die die Bundesregierung in den letzten 50 Monaten indirekt (z. B. über von der Bundesregierung beauftragte Werbe- oder Mediaagenturen) an das Unternehmen Facebook geleistet hat, um Beiträge der Facebook-Seiten welcher Parlamentarischen Staatssekretärinnen bzw. welcher Parlamentarischen Staatssekretäre zu bewerben?
21. Wie hoch waren die monatlichen Zahlungen, die die Bundesregierung in den letzten 50 Monaten direkt an das Unternehmen Facebook geleistet hat, um Beiträge der Facebook-Seiten welcher Bundesbeauftragten zu bewerben?
22. Wie hoch waren die monatlichen Zahlungen, die die Bundesregierung in den letzten 50 Monaten indirekt (z. B. über von der Bundesregierung beauftragte Werbe- oder Mediaagenturen) an das Unternehmen Facebook geleistet hat, um Beiträge der Facebook-Seiten welcher Bundesbeauftragten zu bewerben?
23. Welche Rabatte oder Vergünstigungen erhalten die Bundesregierung insgesamt oder einzelne Bundesministerien von Facebook beim Bewerben von Beiträgen auf Facebook-Seiten, deren Administration zumindest teilweise aus Bundesmitteln betreut wird?
24. Welche Rabatte oder Vergünstigungen erhalten Mitglieder der Bundesregierung und Bundesbeauftragte von Facebook beim Bewerben von Beiträgen einzelner Facebook-Seiten, deren Administration zumindest teilweise aus Bundesmitteln betreut wird?
25. Nach welchen Kriterien entscheidet die Bundesregierung darüber, ob Beiträge einer Facebook-Seite von Bundesministerien, Mitgliedern der Bundesregierung bzw. Bundesbeauftragten mit Finanzmitteln des Bundes beworben werden?

26. Welche kommunikative Gesamtstrategie verfolgt die Bundesregierung bei ihrer Arbeit auf der Social-Media-Plattform Facebook, und wie integriert sie dabei die zahlreichen Facebook-Seiten von Bundesministerien, Mitgliedern der Bundesregierung und Bundesbeauftragten?

Berlin, den 13. März 2018

**Christian Lindner und Fraktion**