

18.10.2019

Kleine Anfrage 3052

der Abgeordneten Stefan Kämmerling und Alexander Vogt SPD

Investiert die Landesregierung Steuergelder um positive Presse über ihre Arbeit in sozialen Netzwerken zu bewerben?

Wie bereits in der Kleinen Anfrage vom 02. Oktober 2019 zu den Social-Media Aktivitäten der Landesregierung thematisiert, scheint es widersprüchlich, dass das NRW-Innenministerium, obwohl es lediglich einen eigenen Twitter-Kanal mit nur rund 6.700 Followern betreibt, in der Übersicht aller Ministerien auf den Kanälen Facebook, Twitter und Instagram mit den höchsten Abonnenten- und Follower-Zahlen aufwartet. Gleichzeitig investierte das Innenministerium im Zeitraum von September 2018 bis September 2019 rund 49.000 Euro in Werbeanzeigen bei Facebook.¹

Vor diesem Hintergrund fragen wir die Landesregierung:

1. Welche Facebook-Seiten unterstützte das NRW-Innenministerium konkret im Zeitraum von September 2018 bis September 2019 finanziell durch Facebook-Werbeanzeigen?
2. Wie hoch waren die Ausgaben des Innenministeriums für bezahlte Facebook-Werbung im Zeitraum von September 2018 bis September 2019, mit der Inhalte/"Posts" von Dritten bzw. nicht dem Innenministerium zuzuordnenden Facebook-Seiten beworben wurden, beispielsweise für Beiträge von Zeitungsverlagen? (Bitte Dritte einzeln auflisten.)
3. Wie hoch waren die Ausgaben der Landesregierung für sogenannte „Page-Like“ Ads der Facebook-Seiten? (Bitte gliedern nach Ministerien.)

¹ Siehe Antwort der Landesregierung auf die Kleine Anfrage 2876

Datum des Originals: 17.10.2019/Ausgegeben: 18.10.2019

4. Wie hoch waren die Ausgaben der Landesregierung für beworbene Beiträge der Facebook-Seiten? (Bitte gliedern nach Ministerien.)
5. Wie kommt es zustande, dass die eingesetzten Mittel der Landesregierung für bezahlte Werbung bei Instagram bei einigen Ministerien in Facebook enthalten sind, bei anderen Ministerien aber bis zu 60.000 Euro zusätzlich angefallen sind?

Stefan Kämmerling
Alexander Vogt