

18.11.2019

Antwort

der Landesregierung

auf die Kleine Anfrage 3052 vom 18. Oktober 2019
der Abgeordneten Stefan Kämmerling und Alexander Vogt SPD
Drucksache 17/7668

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

Vorbemerkung der Kleinen Anfrage

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

Der Minister für Bundes- und Europaangelegenheiten sowie Internationales hat die Kleine Anfrage 3052 mit Schreiben vom 18. November 2019 namens der Landesregierung im Einvernehmen mit dem Ministerpräsidenten sowie allen übrigen Mitgliedern der Landesregierung beantwortet.

1. Welche Facebook-Seiten unterstützte das NRW-Innenministerium konkret im Zeitraum von September 2018 bis September 2019 finanziell durch Facebook-Werbeanzeigen?

Der eigene Facebook-Auftritt des Ministeriums des Innern www.facebook.com/freiwilligefeuwehrNRW wird durch Facebook-Werbeanzeigen unterstützt.

¹ Siehe Antwort der Landesregierung auf die Kleine Anfrage 2876

Datum des Originals: 18.11.2019/Ausgegeben: 22.11.2019

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.)**

Durch das Ministerium des Innern erfolgte keine Bewerbung von Seiten Dritter. Daher sind auch keine Kosten entstanden.

3. **Wie hoch waren die Ausgaben der Landesregierung für sogenannte „Page-Like“ Ads der Facebook-Seiten? (Bitte gliedern nach Ministerien.)**

	Ausgaben der Ressorts für sogenannte „Page-Like“ Ads der Facebook-Seiten in Euro
STK	-
MKFFI	-
FM	34,99
IM	7.613,08*1
MWIDE	-
MAGS	-
MSB	-
MHKBG	1.758,00
JM	-
VM	-
MULNV	-
MKW	-
MBEI	-

*1 www.facebook.com/freiwilligefeuwehrNRW

4. **Wie hoch waren die Ausgaben der Landesregierung für beworbene Beiträge der Facebook-Seiten? (Bitte gliedern nach Ministerien.)**

	Ausgaben der Ressorts für beworbene Beiträge der Facebook-Seiten in Euro
STK	-
MKFFI	1.957,54
FM	134,71
IM	53.874,16 *1
MWIDE	900,00
MAGS	-
MSB	103.965,42*2
MHKBG	720,00*3
JM	1.372,13*4
VM	-
MULNV	-
MKW	-
MBEI	-

*1 www.facebook.com/freiwilligefeuwehrNRW und www.instagram.com/freiwilligefeuwehnrw.

*2 Über die Social-Media-Kanäle des Ministeriums @BildungslandNRW (Facebook), @BildungslandNRW (Twitter) und @bildungsland.nrw (Instagram) hat das Schulministerium keine Mittel für so genannte „Page-Like“ Ads sowie zur Bewerbung von Beiträgen eingesetzt. Im Rahmen der Lehrerwerbekampagne hat das Ministerium für Schule und Bildung mit dem Ziel der Lehrkräftegewinnung für Werbemaßnahmen auf Facebook und Instagram eine Agentur beauftragt. Insgesamt belaufen sich die Ausgaben für diese Werbemaßnahmen in Facebook und Instagram (@lehrerwerdennrw) im Rahmen der Lehrerwerbekampagne im Zeitraum September 2018 bis September 2019 auf 103.965,42 Euro.

*3 S. auch Antwort zu Frage 5.

*4 ausschließlich für beworbene Beiträge (Posts) zur Nachwuchsgewinnung der Justiz NRW

Erläuterung (Ministerium des Innern):

Der Facebook-Auftritt des Ministeriums des Innern zur Landeskampagne „Freiwillige Feuerwehr. Für mich. Für alle.“ besteht seit Februar 2017, der Instagram-Auftritt seit Mai 2018. Aussteuerung, Management und Monitoring der bezahlten Werbung im Rahmen beider Kampagnen-Kanäle werden im Auftrag des Ministeriums des Innern von einer großen Full-Service-Agentur kanalübergreifend für Facebook und Instagram verantwortet.

Obenstehend werden daher die Gesamtkosten für den agenturseitig vorgenommenen Media-Einsatz von zielgruppenspezifischen Facebook- und Instagram-Ads zu verschiedenen Themen (inkl. sog. Page-Like-Ads), die diesbezügliche monatliche Mediaberatung sowie das Einbuchen und die Optimierung von bezahlter Werbung bei Facebook und Instagram angegeben.

Anmerkung zu den Fragen 3 und 4:

Analog zu den in den Fragen 1 und 2 genannten Zeiträumen wurden die Beträge für den Zeitraum September 2018 bis September 2019 ermittelt.

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?*

Ministerium für Kinder, Familie, Flüchtlinge und Integration sowie Ministerium für Heimat, Kommunales, Bau und Gleichstellung

Die vorgenannten Ministerien bewerben zum Teil Beiträge via Facebook mit Aktivierung der Option „Automatische Platzierung“, sodass die entsprechenden Beiträge auch bei dem zu Facebook gehörenden Kanal Instagram platziert werden.

Ministerium des Innern

Aufgrund der in Frage 4 erläuterten Tatsache, dass das Ministerium des Innern sich zum Zwecke der Werbung bei Instagram und Facebook einer Full-Service-Agentur bedient und diese den Auftrag in einem Gesamtpreis abrechnet, ist eine Kostendifferenzierung nach Instagram und Facebook nicht möglich.

Ministerium für Schule und Bildung

Das Ministerium für Schule und Bildung hat in der Beantwortung der Kleinen Anfrage 2876 (LT-Drs. 17/7518) die Ausgaben für Werbemaßnahmen im angefragten Zeitraum gemäß der Fragestellung nach der Anzahl der beworbenen Beiträge auf den jeweiligen Plattformen anteilig aufgeteilt und so eine getrennte Aufstellung übermittelt.