

**Kleine Anfrage****Marion Schardt-Sauer (Freie Demokraten) vom 09.05.2023****Umfang und Kosten der Öffentlichkeitsarbeit der Ministerien****und****Antwort****Chef der Staatskanzlei****Vorbemerkung Fragesteller:**

Die Vermarktung der Landesregierung durch Kommunikation und Pressearbeit steht insbesondere im Bereich Social Media immer wieder im Zentrum des öffentlichen Interesses. Das liegt zum einen an der Berichterstattung zu dem Umgang der Landesregierung mit Facebook, Twitter und TikTok etwa wegen möglicher Datenschutzbedenken. Zum anderen sind in den Haushaltsplänen des Landes die Budgets für den Bereich Öffentlichkeitsarbeit in den vergangenen Jahren kontinuierlich angestiegen, weswegen sich die Frage nach der Aufteilung der Budgets und dem Umfang der Öffentlichkeitsarbeit in den jeweiligen Ministerien stellt.

**Vorbemerkung Chef der Staatskanzlei:**

Die Öffentlichkeitsarbeit der Landesregierung kann ohne die Nutzung moderner und aktueller Kanäle dem Informationsanspruch der Bürgerinnen und Bürger in Hessen nicht gerecht werden. Die Nutzung der Kanäle erfolgt dabei in enger Abstimmung mit dem Hessischen Beauftragten für Datenschutz und Informationsfreiheit nach den geltenden rechtlichen Bedingungen.

Die fortlaufende Information der Öffentlichkeit, zu der die Landesregierung verpflichtet ist, erfolgt je nach Inhalt und Zielgruppe auf unterschiedlichen Kanälen. Die Ausspielwege und die Art der Informationsvermittlung werden zudem fortlaufend an aktuelle Erfordernisse angepasst. Dazu zählen auch Audio- und Videoformate wie beispielsweise Podcasts, über die sich insbesondere im Zuge der Corona-Pandemie viele Menschen informiert haben.

Auch die Landesregierung hat einzelne Podcast-Serien produziert, um beispielsweise über Corona-Maßnahmen zu informieren oder – ganz aktuell – interessierte Fachkräfte für die Landesverwaltung gezielt anzusprechen und zu werben.

Die Landesregierung ist grundsätzlich angehalten, Podcasts auf unterschiedlichen Plattformen zum Anhören (streamen) und/oder Herunterladen (downloaden) bereitzustellen. Teilweise werden dazu Plattformen Dritter genutzt, teilweise bestehen diese Möglichkeiten auch auf eigenen Seiten der Landesregierung. Aufgrund dieser technisch unterschiedlichen Abrufmöglichkeiten sowie aufgrund datenschutzrechtlicher Bestimmungen lassen sich Zugriffe und Aufrufe teilweise nicht oder nur unvollständig auswerten und sind miteinander nicht seriös vergleichbar.

Der nachgeordnete Bereich ist von der Beantwortung der Kleinen Anfrage nicht umfasst, da dessen Berücksichtigung im Rahmen der für die Beantwortung einer Kleinen Anfrage zur Verfügung stehenden Zeit nicht vertretbar gewesen wäre. Aus diesem Grund wurde auch der Abfragezeitraum auf den Zeitraum ab 2014 begrenzt.

Diese Vorbemerkungen vorangestellt, beantworte ich die Kleine Anfrage im Einvernehmen mit der Ministerin für Bundes- und Europaangelegenheiten und Bevollmächtigten des Landes Hessen beim Bund, der Ministerin für Digitale Strategie und Entwicklung, dem Minister des Innern und für Sport, dem Minister der Justiz, dem Kultusminister, der Ministerin für Wissenschaft und Kunst, dem Minister für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen, der Ministerin für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz sowie dem Minister für Soziales und Integration wie folgt:

Frage 1. Wie hat sich die Anzahl der Stellen für Kommunikation und Pressearbeit in Vollzeitäquivalenten (VZÄ) seit 2009 entwickelt? Bitte nach Ministerien und allgemeiner Verwaltung aufschlüsseln.

Frage 2. Wie hat sich der Anteil der Stellen für Social Media in VZÄ im gleichen Zeitraum entwickelt? Bitte nach Ministerien und allgemeiner Verwaltung aufschlüsseln.

Frage 3. Welches Aufgabenspektrum decken die geschaffenen Stellen im Bereich Social Media ab? Bitte nach Ministerium bzw. allgemeiner Verwaltung, Aufgabenbereich und Anzahl der zugeordneten Stellen in VZÄ aufschlüsseln.

Die Fragen 1 bis 3 werden aufgrund ihres Sachzusammenhangs gemeinsam beantwortet.

Eine Unterscheidung nach „Stellen für Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit“ einerseits und „Stellen für Social Media“ andererseits ist aufgrund der zunehmend crossmedialen Aufbereitung von Informationen nicht möglich. Auch im Arbeitsalltag der Pressestellen sind die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Regel für eine Vielzahl von Kanälen – on- wie offline – zuständig.

Aus Gründen der ressortübergreifenden Koordinierung und Steuerung unterschiedlicher Themenbereiche ist die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in der Staatskanzlei in einer Abteilung Information mit insgesamt fünf Referaten zusammengefasst. Dort werden neben der operativen Pressearbeit, der Betreuung der zentralen Internetseiten der gesamten Landesregierung (beispielsweise hessen.de) inklusive Steuerung, Koordinierung und der technischen Betreuung der zugehörigen Web-Präsenzen der Ministerien sowie der Social-Media-Kanäle (bspw. hessen.de und Hessentag) auch die Medienauswertung für die Staatskanzlei und verschiedene Ressorts übernommen. Außerdem ist in der Abteilung die allgemeine Öffentlichkeitsarbeit verortet, wozu das Erstellen von Grußworten, Videostatements, Broschüren sowie das Corporate Design der Landesregierung zählt. Ebenfalls erfolgt die Organisation und Koordination des Hessentags aus der Abteilung heraus.

Zur Beantwortung der Frage 1 wird auf die beigelegte Anlage 1 verwiesen. Die hierin enthaltenen Angaben beziehen sich auf den Zeitraum ab dem Jahr 2014 (Beginn der 19. Legislaturperiode), da eine noch weitergehende Auswertung im Rahmen der zur Beantwortung einer Kleinen Anfrage zur Verfügung stehenden Zeit mit vertretbarem Aufwand nicht leistbar gewesen wäre. Der Erhebungszeitraum umfasst die Zeit bis zum 30. April 2023.

Frage 4. In welche Entgeltstufe werden die Stellen für Kommunikation und Pressearbeit, insbesondere Social Media, besetzt?

Grundsätzlich stehen in den für die Öffentlichkeitsarbeit zuständigen Bereichen neben Stellen im Beamtenbereich Stellen der Entgeltgruppen vergleichbar des mittleren, gehobenen und höheren Dienstes zur Verfügung.

Frage 5. Welches Budget steht für die Produktion von Inhalten auf den Social Media-Kanälen der Landesregierung und der jeweiligen Ministerien durch externe Dienstleister bereit?

Für die Produktion von Social-Media-Inhalten der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Landesregierung durch externe Dienstleister stehen keine gesonderten Budgets bereit. Die zur Verfügung stehenden Mittel werden – sofern notwendig – für alle Kanäle der Informationsvermittlung eingesetzt. Zudem wird auf die Antwort zu Frage 6 verwiesen.

Frage 6. Nach welchen Kriterien wird entschieden, ob die Produktion von Elementen der Öffentlichkeitsarbeit an einen externen Dienstleister ausgelagert wird?

Wichtigstes Kriterium für die Landesregierung bei der Entscheidung zur Vergabe von Aufträgen an externe Dienstleister ist die Kosteneffizienz. Ist die zu erbringende Leistung oder die dafür notwendige Expertise durch eigene Mitarbeiter möglich und steht die notwendige technische Ausstattung zur Verfügung, werden externe Dienstleister nicht beauftragt.

Frage 7. In welchem Umfang sind bisher für die Landesregierung und die jeweiligen Ministerien Podcasts aufgenommen und verbreitet worden? Bitte nach jeweiligem Ministerium, Titel des Podcasts, Erscheinungsjahr und Anzahl der Folgen aufteilen.

Frage 8. In welchem Umfang sind dabei Produktionskosten entstanden? Bitte nach Ministerium, Titel des Podcasts und Kosten aufteilen.

Frage 9. Wie viele Hörer werden mit den jeweiligen Podcasts erreicht? Bitte nach Ministerium, Titel des Podcasts und durchschnittlichen Hörern aufteilen.

Die Fragen 7 bis 9 werden aufgrund ihres Sachzusammenhangs gemeinsam beantwortet.

Zur Beantwortung wird auf die beigelegte Anlage 2 verwiesen. Die hierin enthaltenen Angaben beziehen sich ebenfalls auf den Zeitraum ab dem Jahr 2014 (Beginn der 19. Legislaturperiode) und umfassen die Zeit bis zum 30. April 2023.

Frage 10. Mit welchem Budget und Personalaufwand plant die Landesregierung für die Durchführung und Vermarktung der (Video-)Gesprächsreihe „Talk im Gasthaus – Mit dem Ministerpräsidenten im Gespräch“?

Die Veranstaltungsreihe „Talk im Gasthaus – mit dem Ministerpräsidenten im Gespräch“ ist ein Kooperationsprojekt der Staatskanzlei mit dem Hotel- und Gastronomieverband DEHOGA Hessen e. V. und dem Hessischen Landfrauenverband und wird ausschließlich analog durchgeführt. Die Vorbereitung, Durchführung und die begleitende Öffentlichkeitsarbeit werden von den drei Kooperationspartnern gemeinsam getragen. Auf die Staatskanzlei entfällt je nach Anzahl der angemeldeten Personen ein Budget von 1.500 € bis 2.000 € für die Speisen und Getränke sowie von etwa 2.000 € für die Moderation, sofern diese extern vergeben wird. Die zweistündige Veranstaltung wird seitens der Staatskanzlei mit eigenem Personal aus dem federführenden Fachreferat sowie aus dem Bereich der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit begleitet. Die beiden Kooperationspartner unterstützen ebenfalls mit eigenem Personal vor Ort.

Wiesbaden, 31. Juli 2023

**Axel Wintermeyer**

**Anlagen**

Stk	
	<b>Frage 1: Wie hat sich die Anzahl der Stellen für Kommunikation und Pressearbeit in Vollzeitäquivalenten (VZÄ) seit 2009 entwickelt?</b>
<b>Jahr</b>	
<b>2014</b>	27,75
<b>2015</b>	29,75
<b>2016</b>	31
<b>2017</b>	29
<b>2018</b>	30
<b>2019</b>	32,5
<b>2020</b>	34,5
<b>2021</b>	35
<b>2022</b>	33,5
<b>2023</b>	34,5

MinD	
Jahr	Frage 1: Wie hat sich die Anzahl der Stellen für Kommunikation und Pressearbeit in Vollzeitäquivalenten (VZÄ) seit 2009 entwickelt?
2019	3,8
2020	6,5
2021	5,4
2022	3,8
2023	5,13

MinBE	
	<p style="text-align: center;"><b>Frage 1: Wie hat sich die Anzahl der Stellen für Kommunikation und Pressearbeit in Vollzeitäquivalenten (VZÄ) seit 2009 entwickelt?</b></p>
<b>Jahr</b>	
<b>2014</b>	1
<b>2015</b>	1
<b>2016</b>	1
<b>2017</b>	1
<b>2018</b>	1
<b>2019</b>	1
<b>2020</b>	1
<b>2021</b>	1
<b>2022</b>	1
<b>2023</b>	1

HMdIS	
Jahr	Frage 1: Wie hat sich die Anzahl der Stellen für Kommunikation und Pressearbeit in Vollzeitäquivalenten (VZÄ) seit 2009 entwickelt?
2014	5,6235
2015	5,6235
2016	5,6235
2017	5,6235
2018	4,6235
2019	4,675
2020	4,675
2021	5,675
2022	4,675
2023	4,675

HMdF	
Jahr	Frage 1: Wie hat sich die Anzahl der Stellen für Kommunikation und Pressearbeit in Vollzeitäquivalenten (VZÄ) seit 2009 entwickelt?
2014	4,00
2015	5,00
2016	5,00
2017	5,00
2018	5,00
2019	5,00
2020	5,00
2021	5,00
2022	6,00
2023	5,00



HIMdJ	Frage 1: Wie hat sich die Anzahl der Stellen für Kommunikation und Pressearbeit in Vollzeitäquivalenten (VZÄ) seit 2009 entwickelt?
Jahr	
2014	3,2
2015	3,7
2016	3,7
2017	3
2018	4,1
2019	4,4
2020	5
2021	4,3
2022	4
2023	4

HKM	Frage 1: Wie hat sich die Anzahl der Stellen für Kommunikation und Pressearbeit in Vollzeitäquivalenten (VZÄ) seit 2009 entwickelt?
Jahr	
2014	4,89
2015	6
2016	5,75
2017	6,15
2018	5,33
2019	5,88
2020	5,88
2021	5
2022	6,8
2023	5,76

HMWK	Frage 1: Wie hat sich die Anzahl der Stellen für Kommunikation und Pressearbeit in Vollzeitäquivalenten (VZÄ) seit 2009 entwickelt?
Jahr	
2014	4
2015	4
2016	4
2017	4
2018	4
2019	5
2020	4
2021	5
2022	5
2023	5

HMWEVW	Frage 1: Wie hat sich die Anzahl der Stellen für Kommunikation und Pressearbeit in Vollzeitäquivalenten (VZÄ) seit 2009 entwickelt?
Jahr	
2014	4,5
2015	5
2016	5
2017	5,45
2018	4,175
2019	4,025
2020	4,175
2021	5,45
2022	5,025
2023	5,625

HIMUKLV	Frage 1: Wie hat sich die Anzahl der Stellen für Kommunikation und Pressearbeit in Vollzeitäquivalenten (VZÄ) seit 2009 entwickelt?
Jahr	
2014	6,25
2015	5,1
2016	6,25
2017	7,75
2018	6,18
2019	6,3
2020	6,45
2021	7,8
2022	6,8
2023	6,55

HMSI	Frage 1: Wie hat sich die Anzahl der Stellen für Kommunikation und Pressearbeit in Vollzeitäquivalenten (VZÄ) seit 2009 entwickelt?
Jahr	
2014	5,09
2015	5,09
2016	5,27
2017	5,39
2018	6,41
2019	6,5
2020	6,5
2021	6,8
2022	6,8
2023	6,88

StK				
Jahr  <b>2020</b>	Frage 7: In welchem Umfang sind bisher für die Landesregierung und die jeweiligen Ministerien Podcasts aufgenommen und verbreitet worden?  Nach Sieben im Hotel Rose - die Landesregierung informiert / 11 Folgen / produziert, um mit einem zusätzlichen Format Informationen rund um die Corona-Pandemie und ihre Folgen zu vermitteln.	Frage 8: In welchem Umfang sind dabei Produktionskosten entstanden?  keine	Frage 9: Wie viele Hörer werden mit den jeweiligen Podcasts erreicht?  7745	

MinD

Jahr	Frage 7: In welchem Umfang sind bisher für die Landesregierung und die jeweiligen Ministerien Podcasts aufgenommen und verbreitet worden?	Frage 8: In welchem Umfang sind dabei Produktionskosten entstanden?	Frage 9: Wie viele Hörer werden mit den jeweiligen Podcasts erreicht?
2022	"Digital-Detektive" / 3 Pilot-Folgen / produziert mit der Zielsetzung, digitale Kompetenzen zu stärken bei einer jugendlichen und grundsätzlich digital affinen Zielgruppe.	6.902	Keine Veröffentlichung in 2022, Konzeption, Planung und erste Aufnahmen.
2023		5.574	Zum Zeitpunkt des Eingangs der Kleinen Anfrage waren die drei Pilotfolgen noch nicht vollständig abrufbar, daher lagen für den Abfragezeitraum noch keine validen Abrufzahlen vor.



<p><b>Jahr</b></p>	<p><b>Frage 7: In welchem Umfang sind bisher für die Landesregierung und die jeweiligen Ministerien Podcasts aufgenommen und verbreitet worden?</b></p>	<p><b>Frage 8: In welchem Umfang sind dabei Produktionskosten entstanden?</b></p>	<p><b>Frage 9: Wie viele Hörer werden mit den jeweiligen Podcasts erreicht?</b></p>
<p><b>2022</b></p>	<p>"Stadt, Land, Job - Der HessenPodcast" / 6 Folgen /produziert mit dem Ziel, jungen Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern einen Einblick in die Arbeitswelt der Landesverwaltung zu geben. Der Podcast beschränkte sich somit nicht auf mögliche Tätigkeitsfelder im HMdIS, sondern war ressortübergreifend ausgelegt.</p>	<p>Produktionskosten mit Moderation: insgesamt 8.004 €</p>	<p>Mindestens 496 Streams sowie ca. 300 Hörerinnen und Hörer. Eine abschließende Erhebung im Sinne der Fragestellung ist jedoch nicht möglich, da nicht alle Plattformen die entsprechenden Daten auslesbar zur Verfügung stellen.</p>

HMdF				
Jahr	Frage 7: In welchem Umfang sind bisher für die Landesregierung und die jeweiligen Ministerien Podcasts aufgenommen und verbreitet worden?	Frage 8: In welchem Umfang sind dabei Produktionskosten entstanden?	Frage 9: Wie viele Hörer werden mit den jeweiligen Podcasts erreicht?	
2020	Besser. Bei uns. - Der Podcast, 3 Folgen / produziert zur Nachwuchsgewinnung im höheren Dienst der Hessischen Steuerverwaltung. Zielgruppe sind Volljuristinnen und Volljuristen. Der Podcast soll ihnen Einblicke in den Alltag einer Führungskraft und die vielfältigen Entwicklungsmöglichkeiten in der Steuerverwaltung geben.	6.365,96 Euro brutto	keine Veröffentlichung in 2020	
2021	Besser. Bei uns. - Der Podcast, 4 Folgen	904,40 Euro brutto (Vorarbeiten, die zur Produktion 2022 erforderlich waren.)	YouTube (von 2021 bis 2023) - 931 Aufrufe FB/Instagram (von 2021 bis 2023) - 15.323 Link-Klicks - 792.294 Impressionen - 106.358 Reichweite www.besserbeius.de - 2021: 290 Downloads - 2022: 561 Downloads - 2023: 1355 Downloads	
2022		9.929,24 Euro brutto		

HMdJ																
Jahr	Frage 7: In welchem Umfang sind bisher für die Landesregierung und die jeweiligen Ministerien Podcasts aufgenommen und verbreitet worden?	Frage 8: In welchem Umfang sind dabei Produktionskosten entstanden?	Frage 9: Wie viele Hörer werden mit den jeweiligen Podcasts erreicht?													
2020	"Zeit für Justitia" / Podcast mit 14 Folgen <sup>1</sup> / produziert, um Bürgerinnen und Bürgern einen "Blick hinter die Kulissen" der hessischen Justiz zu ermöglichen, indem unter anderem die Arbeit der Gerichtsbearbeiter, der Internetstaatsanwälte und des Justizvollzugs vorgestellt werden. Mit dem Podcast werden sowohl Beschäftigte aus der hessischen Justiz als auch Externe zur Nachwuchsgewinnung angesprochen.	keine	Infoolge einer Internetplattformänderung im Jahr 2021 sind die Hörer- und Downloadzahlen der vor dem Jahr 2022 veröffentlichten Podcasts nicht mehr vollständig nachvollziehbar. Schätzungsweise erreichten die Folgen bis zu 9000 Hörerinnen und Hörer.													
2021	Zeit für Justitia / Podcast mit 6 Folgen / s.o.	keine														
2021	Zeit für Justitia - Audio- und Videopodcast "NS-Euthanasieprozesse - Ein Gespräch mit Johannes Wario" / produziert, um die beiden ehem. Oberstaatsanwälte Johannes Wario und Gerhard Wiese vorzustellen, die den ehem. Generalstaatsanwalt Fritz Bauer bei der Aufarbeitung der nationalsozialistischen Verbrechen in Deutschland im Rahmen der Frankfurter Auschwitz-Prozesse unterstützten. Diese Prozesse sind wichtiger Bestandteil der Erinnerungskultur an die Verbrechen des NS-Regimes.	3.784 Euro	1.803													
2022	Zeit für Justitia - Audio- und Videopodcast "Frankfurter Auschwitzprozess - Ein Gespräch mit Gerhard Wiese" / zum Inhalt, vgl. vorstehender Eintrag	4.028 Euro	1446,00													
	LTO Karriere Podcast "Irgendwas mit Recht" <sup>2</sup>	keine	7.424													

1 Für die Durchführung des Podcasts "Zeit für Justitia" wurden zu Beginn für die Anschaffung von Technik Kosten in Höhe von 301,75 Euro aufgewandt. Laufende Kosten im Hinblick auf den dauerhaften Betrieb ergeben sich aus der Transkription der Folgen, der Plattformnutzung und durch die Verbreitung des Podcasts. Bisher wurden diesbezüglich insgesamt Kosten in Höhe von 3.266,01 Euro aufgewandt.

2 Die Personalabteilung des Ministeriums der Justiz hat einen Verlag wegen einer beabsichtigten Schaltung einer Stellenanzeige und eines Arbeitsvertrags kontaktiert. Der Verlag hat neben einem Angebot über die Stellenanzeige und das Arbeitsvertragsprofil ein alternatives Paket mit einer rechnerischen Kostenersparnis für diese beiden Leistungen zusätzlich der Leistung eines Podcastinterviews zu Karrieremöglichkeiten in der Justiz angeboten. Aus mündlich bilanziellen Gründen ist im Angebot des Paketpreises der Gesamtbetrag auf die drei Leistungspositionen verteilt ausgewiesen. Insgesamt sind allerdings keine Mehrkosten für das Land Hessen im Vergleich zu den beiden ursprünglich beabsichtigten Leistungen angefallen.

HMUKLV			
Jahr	Frage 7: In welchem Umfang sind bisher für die Landesregierung und die jeweiligen Ministerien Podcasts aufgenommen und verbreitet worden?	Frage 8: In welchem Umfang sind dabei Produktionskosten entstanden?	Frage 9: Wie viele Hörer werden mit den jeweiligen Podcasts erreicht?
2023	12 Folgen in 2023	5.880 Euro (490 Euro pro Folge) Pro Teilnahme am Dorfwettbewerb wurde eine Folge erstellt.	Stand Seitenaufrufe zum 5. Mai 2023: Orlen 70, Altenstädt 62, Pfordt 54, Weyhers 123, Wasenberg 121, Streitberg 53, Raboldshausen 54, Mensfelden 49, Michelbach 44, Freienhagen 51, Ermschwerd 48, Guntershausen 46

HMSI			
<p>Jahr</p> <p><b>2021</b></p>	<p>Frage 7: In welchem Umfang sind bisher für die Landesregierung und die jeweiligen Ministerien Podcasts aufgenommen und verbreitet worden?</p> <p>"Let's talk Kinderrechte"; 8 Folgen / produziert auf Initiative der Landesbeauftragten für Kinder- und Jugendrechte, um auf die Arbeit dieser und auf Kinderrechte aufmerksam zu machen</p>	<p>Frage 8: In welchem Umfang sind dabei Produktionskosten entstanden?</p> <p>3.617,60 €</p>	<p>Frage 9: Wie viele Hörer werden mit den jeweiligen Podcasts erreicht?</p> <p>765 Downloads</p>