

**Kleine Anfrage****Gerald Kummer (SPD) und Bijan Kaffenberger (SPD) vom 18.04.2023****Kosten und Reichweite von Podcasts der Hessischen Landesregierung****und****Antwort****Chef der Staatskanzlei****Vorbemerkung Fragesteller:**

In den letzten Jahren hat das Format Podcast zunehmend an Bedeutung gewonnen und ist für viele Menschen eine bevorzugte Informationsquelle geworden. Öffentliche Institutionen und Regierungen nutzen Podcasts als Instrument zur Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit. Dabei werden teilweise erhebliche finanzielle Mittel für die Produktion und Verbreitung von Podcasts eingesetzt. Allerdings zeigt sich, dass nicht alle diese Projekte erfolgreich sind und die gewünschte Reichweite erzielen. Es ist wichtig, die Effizienz und Effektivität von Podcasts als Kommunikationsmittel für öffentliche Institutionen kritisch zu hinterfragen und den Umgang mit öffentlichen Geldern für solche Projekte zu evaluieren. Vor diesem Hintergrund stellen wir folgende Kleine Anfrage an die Hessische Landesregierung.

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 Datenschutzbeauftragten und 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 natürlich 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 sehr unterschiedlichen Abrufmöglichkeiten sowie weitgehender datenschutzrechtlicher Bestimmungen lassen sich Zugriffe und Aufrufe teilweise nicht oder nur unvollständig auswerten und sind miteinander nicht seriös vergleichbar.

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 Finanzen, 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 und dem Minister für Soziales und Integration wie folgt:

- Frage 1. Hat die Hessische Landesregierung oder eines ihrer Ministerien in den letzten fünf Jahren Podcasts produziert oder in Auftrag gegeben? Falls ja: Bitte die Anzahl der Podcasts, deren Titel und die jeweiligen Ministerien auflisten.
- Frage 2. Wie hoch waren die Gesamtkosten für die Produktion und Verbreitung dieser Podcasts, aufgeschlüsselt nach Ministerien und Podcast-Titeln?

Frage 3. Welche Reichweiten (Anzahl der Hörer oder Downloads) wurden für die einzelnen Podcasts erzielt, aufgeschlüsselt nach Ministerien und Podcast-Titeln?

Zur Beantwortung der Fragen 1 bis 3 wird auf die beigelegte Anlage verwiesen. Die hierin enthaltenen Angaben beziehen sich auf den Zeitraum ab dem Jahr 2018 bis zum 31.12.2022.

Frage 4. Welche Kriterien werden von der Hessischen Landesregierung und ihren Ministerien verwendet, um die Effektivität und den Nutzen von Podcasts für die Öffentlichkeitsarbeit zu bewerten?

Es gibt grundsätzlich eine Vielzahl von Faktoren, die eine Bewertung von Öffentlichkeitsmaßnahmen möglich machen. Dazu zählen direkte Rückmeldungen der Nutzerinnen und Nutzer, (Online-)Kommentare, Zugriffs- und Abrufzahlen ebenso wie eigene Erfahrungswerte. Das gilt auch für Podcasts.

Frage 5. Gibt es Pläne der Hessischen Landesregierung oder ihrer Ministerien, zukünftig weitere Podcasts zu produzieren oder in Auftrag zu geben?

Podcasts gehören zum Portfolio einer modernen bürgernahen Öffentlichkeitsarbeit und werden – sofern die zu erreichende Zielgruppe und die zu vermittelnde Inhalte sich darin abbilden lassen – eingesetzt.

a) Wenn ja: In welchen Themenbereichen und mit welchem Budget ist zu rechnen?

Für Podcasts eignen sich eine Vielzahl politischer Themen. Diese können ebenso wenig eingegrenzt werden wie eine Budgetprognose möglich ist. Die Entscheidungen, über welche Kanäle am effizientesten die gewünschten Zielgruppen erreicht und die notwendigen Inhalte übermittelt werden können, werden gemessen an den in Frage 4 genannten Kriterien und für den Einzelfall getroffen. Die für Öffentlichkeitsarbeit zur Verfügung stehenden Budgets sind in der Regel nicht spezifischen Kanälen oder Formaten zugeordnet.

Frage 6. Wie stellt die Hessische Landesregierung sicher, dass ein angemessenes Verhältnis von Kosten und Nutzen bei der Produktion und Verbreitung von Podcasts gewährleistet ist?

Die Landesregierung hält sich an die Vorgaben des Haushaltsgesetzgebers zum Umgang mit Haushaltsmitteln. Wie in allen anderen Formaten, Kanälen und Möglichkeiten der modernen Öffentlichkeitsarbeit wird auch für Podcasts die Verhältnismäßigkeit von Kosten und Nutzen bei der Aufbereitung von Informationen sorgsam abgewogen.

Frage 7. Welche weiteren Maßnahmen und Kommunikationsmittel verwendet die Hessische Landesregierung, um die Öffentlichkeit über ihre Arbeit und Projekte zu informieren?

Die Landesregierung nutzt das gesamte Portfolio moderner Kommunikationsmöglichkeiten zur Information der Bürgerinnen und Bürgern. Dazu zählen klassische Printprodukte ebenso wie Online-Angebote oder die Präsenz bei Veranstaltungen auf Fach- und Regionalmessen. Die spezifischen Kanäle und Formate werden jeweils anhand des konkreten Kommunikationsziels ausgewählt. Dazu zählen beispielsweise Pressemitteilungen, Rundbriefe, Newsletter, Podcasts oder andere Audio- und Videoformate, die auf den Webseiten der Landesregierung oder den Social-Media-Kanälen wie Twitter, Instagram, Mastodon und Facebook ausgespielt werden.

Frage 8. Wie werden diese im Vergleich zu Podcasts hinsichtlich Kosten und Reichweite bewertet?

Aufgrund der Digitalisierung der Medien und weil die Konsumentinnen und Konsumenten zunehmend zeit- und ortsungebunden immer vielfältigere Angebote nutzen, individualisiert auch die Landesregierung ihre Informationsvermittlung. Die Entscheidung, welcher Kommunikationskanal hinsichtlich Kosten und Reichweite am effizientesten ist, erfolgt jeweils im Einzelfall anhand des konkreten Kommunikationsziels. Dabei stehen die verschiedenen Kommunikationswege auch nicht zwingend in Konkurrenz zueinander. Vielmehr geht es darum, einen sinnvollen Mix der Instrumente zu finden, um verschiedene Zielgruppen zu erreichen.

Frage 9. In welcher Form evaluiert die Hessische Landesregierung die Qualität und den Erfolg der in Auftrag gegebenen Podcasts, um zukünftige Entscheidungen über die Fortführung oder Einstellung solcher Projekte treffen zu können?

Auf die Antwort zur Frage 4 wird verwiesen.

Wiesbaden, 31. Juli 2023

Axel Wintermeyer

Anlage

STK

Jahr	Frage 1: Anzahl an Podcasts / Titel	Frage 2: Kosten für Produktion (je Titel/Folge)	Frage 3: Reichweite je Titel/Folge (Hörer/Downloads)
2020	"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.	keine	7745

MinD

Jahr	Frage 1: Anzahl an Podcasts / Titel	Frage 2: Kosten für Produktion (je Titel/Folge)	Frage 3: Reichweite je Titel/Folge (Hörer/Downloads)
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, Planungen und erste Aufnahmen.

Jahr	Frage 1: Anzahl an Podcasts / Titel	Frage 2: Kosten für Produktion (je Titel/Folge)	Frage 3: Reichweite je Titel/Folge (Hörer/Downloads)
2022	<p>"Stadt, Land, Job - Der HessenPodcast" / 6 Folgen /produziert mit dem Ziel, junge Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern einen Einblick in die Arbeitswelt der gesamten Landesverwaltung zu geben. Dazu gehörten unter anderem Schilderungen des Arbeitsalltags. Der Podcast war Teil der Arbeitgeberkampagne Hessen.</p>	<p>Produktionskosten mit Moderation: insgesamt 8.004 Euro</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>

Jahr	Frage 1: Anzahl an Podcasts / Titel	Frage 2: Kosten für Produktion (je Titel/Folge)	Frage 3: Reichweite je Titel/Folge (Hörer/Downloads)
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		904,40 Euro brutto (Vorarbeiten, die zur Produktion 2022 erforderlich waren.)	YouTube (von 2021 bis 2022) - 877 Aufrufe FB/Instagram (2021/ 2022) - 7.815 Link-Klicks - 594.630 Impressionen - 89.606 Reichweite www.besserbeius.de - 2021: 290 Downloads - 2022: 561 Downloads
2022	Besser. Bei uns. - Der Podcast, 4 Folgen	9.929,24 Euro brutto	

HMDJ

Jahr	Frage 1: Anzahl an Podcasts / Titel	Frage 2: Kosten für Produktion (je Titel/Folge)	Frage 3: Reichweite je Titel/Folge (Hörer/Downloads)
2020	"Zeit für Justitia" / Podcast mit 14 Folgen ¹ / produziert, um Bürgerinnen und Bürgern einen "Blick hinter die Kulissen" der hessischen Justiz zu ermöglichen, indem unter anderem die Arbeit der Gerichtsbarkeiten, der Internetstaatsanwälte und des Justizvollzugs vorgestellt werden. Mit dem Podcast werden sowohl Beschäftigte aus der hessischen Justiz als auch Externe zur Nachwuchsgewinnung angesprochen.	keine	Infolge 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 Warlo" / produziert, um die beiden ehem. Oberstaatsanwälte Johannes Warlo 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" ²	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 Vertrag wegen einer beabsichtigten Schaltung einer Stellenausschreibung und eines Arbeitgeberprofils auf einer Karrierewebsite kontaktiert. Der Verlag hat neben einem Angebot über die Stellenanzeige und das Arbeitgeberprofil ein alternatives Paket mit einer rechnerischen Kostenersparnis für diese beiden Leistungen zusätzlich der Leistung eines Podcastinterviews zu Karrieremöglichkeiten in der Justiz angeboten. Aus mutmaßlich 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.

Jahr	Frage 1: Anzahl an Podcasts / Titel	Frage 2: Kosten für Produktion (je Titel/Folge)	Frage 3: Reichweite je Titel/Folge (Hörer/Downloads)
2021	"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.	insgesamt 3617 Euro	765 Downloads