



HESSISCHER LANDTAG

23. 05. 2024

Kleine Anfrage

Oliver Stirböck (Freie Demokraten) vom 18.03.2024**TikTok Verbot in den USA****und****Antwort****Chef der Staatskanzlei**

Vorbemerkung Fragesteller:

TikTok gehört zu den weltweit führenden Plattformen für mobile Kurzvideos. Auch in Deutschland und Hessen ist TikTok weit verbreitet und wird von privaten Kunden und gewerblich genutzt. Innerhalb von fünf Jahren hat die chinesische Plattform über 21 Millionen Nutzerinnen und Nutzer in Deutschland gewonnen. Im Bereich der Ü30-jährigen Menschen ist TikTok die am häufigsten genutzte Onlineplattform in Deutschland. TikTok dient der Unterhaltung. Die Plattform wird kommerziell für die Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen genutzt, insbesondere im Umfeld der digitalen Wirtschaft. Zunehmend wird die Plattform auch für die Erstveröffentlichung von Musik, Büchern und anderen Medien genutzt und verändert damit die für Hessen wichtige Kreativ- und Medienwirtschaft. Auch für die politische Kommunikation wird TikTok immer bedeutsamer. Das amerikanische Repräsentantenhaus will die chinesische Internetplattform TikTok auf dem amerikanischen Markt verbieten respektive einen Eigentümerwechsel erzwingen, um den Einfluss der kommunistischen Regierung auf die USA zu begrenzen.

Die Vorbemerkung des Fragestellers vorangestellt, beantworte ich die Kleine Anfrage im Einvernehmen mit dem Minister für Bundes- und Europaangelegenheiten, Internationales und Entbürokratisierung und Bevollmächtigten des Landes Hessen beim Bund, dem Minister des Innern, für Sicherheit und Heimatschutz, dem Minister der Finanzen, dem Minister der Justiz und für den Rechtsstaat, dem Minister für Kultus, Bildung und Chancen, dem Minister für Wissenschaft und Forschung, Kunst und Kultur, dem Minister für Wirtschaft, Energie, Verkehr, Wohnen und ländlichen Raum, der Ministerin für Digitalisierung und Innovation, dem Minister für Landwirtschaft und Umwelt, Weinbau, Forsten, Jagd und Heimat, der Ministerin für Familie, Senioren, Sport, Gesundheit und Pflege sowie der Ministerin für Arbeit, Integration, Jugend und Soziales wie folgt:

Frage 1 Wie bewertet die Landesregierung den Einfluss von TikTok auf Hessen?

Die Landesregierung kann nicht beurteilen, welchen Einfluss TikTok auf die Nutzerinnen und Nutzer hat.

Frage 2 Welche Erkenntnisse hat die Landesregierung bezüglich einer Einflussnahme der Kommunistischen Partei (KP) Chinas bzw. chinesischer Behörden auf TikTok?

Der Landesregierung ist nicht bekannt, welche internen Vereinbarungen oder Absprachen zwischen TikTok, ByteDance Ltd. oder einzelnen chinesischen Institutionen bestehen.

Es wird auf die Beantwortung der Fragen 2 und 3 der Kleinen Anfrage der Fraktion der CDU/CSU, Drucks. 20/6170, durch die Bundesregierung vom 20.04.2023 verwiesen.

Frage 3 Stellt nach Ansicht der Landesregierung ein Eigentümerwechsel bei TikTok ein Instrument dar, um Bedenken gegen den Einfluss Chinas einzudämmen?

Zu den Auswirkungen eines möglichen Eigentümerwechsels liegen der Hessischen Landesregierung keine Informationen vor. Darüberhinausgehende Fragen zu „Bedenken gegen den Einfluss Chinas“ müssen von den Sicherheitsbehörden auf nationaler Ebene beantwortet werden.

Frage 4 Welche Auswirkungen könnte ein Verbot von TikTok in den USA auf die Nutzerinnen und Nutzer in Hessen haben?

Ohne nähere Kenntnis des Verbots kann dies nicht beurteilt werden.

Frage 5 Welche Schritte plant die Landesregierung, um die Interessen hessischer Nutzer und Unternehmen zu schützen, die möglicherweise Geschäftsbeziehungen mit TikTok unterhalten?

Frage 6 In welcher Weise stimmt sich Landesregierung mit anderen Bundesländern und der Bundesregierung ab, um eine einheitliche Position zum Thema TikTok-Verbot zu erarbeiten?

Die Fragen 5 und 6 werden aufgrund des Sachzusammenhangs zusammen beantwortet.

Die kritischen Fragen, die sich im Zusammenhang mit der Nutzung und dem Betrieb von TikTok-Accounts ergeben, stellen sich grundsätzlich für alle 16 Landesregierungen sowie die Bundesregierung gleichermaßen. Zum weiteren Umgang mit TikTok hält die Landesregierung ein abgestimmtes Vorgehen zwischen Bund und Ländern sowie auf Bundes- und EU-Ebene für sinnvoll. Die Landesregierung befindet sich dazu mit den zuvor genannten Akteuren im Austausch.

Frage 7 Welche Möglichkeiten haben nach Ansicht der Landesregierung hessische Bürgerinnen und Bürger, um ihre Interessen im Rahmen der TikTok Nutzung zu vertreten?

Seit dem 17.02.2024 ist das Gesetz über digitale Dienste der Europäischen Union vollständig anwendbar. Hessische Bürgerinnen und Bürger können sich mit entsprechenden Anliegen an die diesbezügliche Aufsicht wenden. Der sogenannte Koordinator für digitale Dienste (Digital Services Coordinator) agiert bezüglich Angelegenheiten im Zusammenhang mit der Anwendung des Gesetzes über digitale Dienste als zentrale Kontaktstelle eines Mitgliedstaats. Ihm kommt eine koordinierende Funktion zu. Für Deutschland soll der Koordinator durch das Digitale-Dienste-Gesetz des Bundes bestimmt werden.

Frage 8 In welchem konkreten Umfang arbeitet die Landesregierung mit TikTok zusammen?

Frage 9 In welcher Weise wäre die Landesregierung unmittelbar oder mittelbar von einem amerikanischen TikTok Verbot betroffen?

Die Fragen 8 und 9 werden wegen des Sachzusammenhangs zusammen beantwortet.

Sowohl die Staatskanzlei als auch die Ministerien haben keine eigenen TikTok-Accounts. Die Landesregierung informiert auf einer Vielzahl von anderen Kanälen entsprechend ihres verfassungsrechtlichen Auftrags fortlaufend über ihre Arbeit. Aufgrund dieser breiten Informations-Infrastruktur wäre die Landesregierung von einem TikTok-Verbot nicht direkt betroffen.

Aufgrund der verschärften Situation auf dem Arbeitsmarkt hat das Hessische Ministerium der Finanzen (HMdF) in Zusammenarbeit mit einer Personalmarketing-Agentur Webeanzeigen auf TikTok geschaltet. Die aktuelle Werbekampagne wurde zur Akquise von qualifizierten Arbeitskräften und potenziellen Bewerberinnen und Bewerbern im Zeitraum vom 28.03.2024 bis zum 25.04.2024 ausgespielt.

Innerhalb seiner breitangelegten Initiative zur Gewinnung von Nachwuchslehrkräften hat das Hessische Ministerium für Kultus, Bildung und Chancen (HMKB, vorher: Hessisches Kultusministerium, HKM) im Jahr 2023 in Zusammenarbeit mit einer Marketingagentur Werbezeiten bei vier Influencerinnen und Influencern gebucht, die auch über TikTok aktiv waren. Die Kampagne richtete sich im Zeitraum vom 27.06.2023 bis zum 25.07.2023 an die avisierte Zielgruppe von jungen Erwachsenen, die vor einer Entscheidung für ein Studium stehen.

Wiesbaden, 22. Mai 2024

Benedikt Kuhn