



# HESSISCHER LANDTAG

20. 05. 2019

## Kleine Anfrage

Tobias Eckert (SPD) vom 04.02.2019

Social-Media-Aktivitäten der Landesregierung

und

Antwort

Chef der Staatskanzlei

### Vorbemerkung Chef der Staatskanzlei:

Aufgrund der abgefragten Datenmenge wird das Zahlenmaterial zur besseren Übersicht in tabellarischer Form abgebildet. Zudem seien an dieser Stelle zur Erklärung der Zahlen einige Vorbemerkungen erlaubt:

Bei **Frage 3** wird die Landesregierung nach aktuellen Follower-Zahlen und deren Entwicklung in den vergangenen drei Jahren gefragt. Die jeweiligen Follower-, Abonnenten- oder Fan-Zahlen der Kanäle beziehen sich, insofern nicht anders angegeben, auf den Stand am 24. April 2019. Die Entwicklung des Wachstums der Follower-, Abonnenten- oder Fan-Zahlen wurden, insofern nicht anders angegeben, immer ab Februar 2016 betrachtet.

Bei **Frage 4** wird die Landesregierung nach dem durchschnittlichen monatlichen Kommunikationsaufkommen in Form von „Posts“ auf den Kanälen gefragt. Aufgrund der zum Teil doch sehr umfangreichen Datenmenge bei Twitter wurden bei den Kanälen die durchschnittlichen Tweets pro Monat seit Start des jeweiligen Kanals bis zum 31. Dezember 2018 angegeben. Bei Facebook und Instagram wurden die monatlichen „Posts“ seitens der abgefragten Dienststellen teils als geschätzt angegeben und dies gekennzeichnet.

Diese Vorbemerkung vorangestellt, beantworte ich die Kleine Anfrage im Einvernehmen mit der Hessischen Ministerin für Digitale Strategie und Entwicklung, dem Hessischen Minister des Inneren und für Sport, dem Hessischen Minister der Finanzen, der Hessischen Ministerin der Justiz, dem Hessischen Kultusminister, der Hessischen Ministerin für Wissenschaft und Kunst, dem Hessischen Minister für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen, der Hessischen Ministerin für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz und dem Hessischen Minister für Soziales und Integration wie folgt:

- Frage 1. In welchen sozialen Netzwerken sind die Ministerien und die ihnen unterstellten Landesbehörden derzeit aktiv? Bitte nach Ministerien und sozialen Netzwerken aufschlüsseln?
- Frage 2. Seit wann sind die Ministerien und Behörden in den jeweiligen sozialen Netzwerken aktiv?
- Frage 3. Wie viele „Likes“ beziehungsweise „Follower“ haben diese Seiten jeweils? Wie haben sich diese Zahlen in den letzten 3 Jahren jeweils entwickelt?
- Frage 4. Wie viele „Posts“ wurden in den letzten drei Jahren monatlich durchschnittlich abgesetzt? Bitte jeweils auch Ministerium/Behörde und sozialen Netzwerken aufschlüsseln.
- Frage 6. Wie viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (gegliedert nach Ministerien und jeweiligen Behörden) sind mit den entsprechenden Aktivitäten in sozialen Netzwerken betraut?
- Frage 7. Wie hoch waren die eingesetzten Mittel für bezahlte Werbung in sozialen Netzwerken (Facebook-Werbeanzeigen u. ä. m.) (gegliedert nach Jahr und entsprechender Stelle)?

Die **Fragen 1 bis 4, 6 und 7** werden in den beigegeführten Anlagen beantwortet.

Anlage 1 beinhaltet die Antworten für die Hessischen Ministerien ausgenommen der Hessischen Staatskanzlei. Anlage 2 beantwortet die Fragen für die Hessische Staatskanzlei. Die Anlagen 2 a, 2 b sowie 3 bis 7 geben Aufschluss über den nachgeordneten Bereich.

Frage 5. Ist eine Ausweitung der genannten Aktivitäten der Landesregierung in den sozialen Netzwerken geplant?  
Wenn ja, auf welche Weise?

Die Hessische Landesregierung passt ihre Presse- und Öffentlichkeitsarbeit auch im Internet und den sozialen Netzwerken stetig an das Informationsverhalten der Bevölkerung an, um ihrem Auftrag der fortlaufenden Information der Öffentlichkeit über Vorhaben und Maßnahmen der Regierung, Rechnung zu tragen. Dazu gehören selbstverständlich auch Überlegungen, die sozialen Netzwerke für die Informationsarbeit der Regierung stärker zu nutzen und so dem veränderten Mediennutzungsverhalten der Bevölkerung Rechnung zu tragen. In welchem Maße und auf welchen Netzwerken dies jedoch zukünftig geschieht, ist aktuell noch nicht finalisiert.

Wiesbaden, 17. Mai 2019

**Axel Wintermeyer**

**Anlage(n):**

Die komplette Drucksache inklusive der Anlage(n) kann im Landtagsinformationssystem unter:  
➔ <http://starweb.hessen.de> abgerufen werden.

Ministerium	Zu Frage 1: Soziales Netzwerk/Kanal	Zu Frage 2: Startdatum/ Aktivitätsdauer	Zu Frage 3: Likes / Follower (am 24.04.2019)	Zu Frage 3: Prozentuale Entwicklung der Likes / Follower in den letzten 3 Jahren	Zu Frage 4: Posts in den letzten 3 Jahren (bei Twitter seit Bestehen des Kanals bis 31.12.2018)*	Zu Frage 6: MitarbeiterInnen, die Netzwerke betreuen	Zu Frage 7: Bezahlte Werbung (nach Jahr)
Staatskanzlei	siehe Anlage 2						
	Twitter/hmwevw	Nov 15	1.844	keine Aussage im Zeitverlauf möglich	20 pro Monat	Zwei MitarbeiterInnen wenden wöchentlich etwa 10 bis 15 Stunden für die Social-Media-Aufgaben auf.	keine
HMWEVW	Facebook/tarek.al.wazir	Im Januar 2015 ins Ministerium überführt	5.274	75	12 pro Monat		2016: 2224,93 € Davon 1727,54 € zur Bekanntmachung des Online-Tools Solarkataster 2017: 4486,58 € Davon 3571,75 € für Solarkataster 2018: 96,99 € Stichtag 31.01.2019
	Youtube/Wirtschaft,Energie, Verkehr und Wohnen Hessen	Okt 15	53	keine Aussage im Zeitverlauf möglich	0,5 pro Monat		keine
HMdIU	Die Fragen 1 - 7 werden auf Grund des Sachzusammenhangs gemeinsam beantwortet. Das Innenministerium verfügt über keine Social-Media-Accounts, auf denen aktive Kommunikation stattfindet. Lediglich der Twitter-Account des LPP-Lagezentrums wurde unter @Hessen_LPP_LZ im April 2018 gesichert. Die Berichterstattung über öffentlichkeitsrelevante Themen oder über Termine der Hausspitze erfolgt als Zulieferung für die Social-Media-Accounts der Landesregierung, die von der Hessischen Staatskanzlei verantwortet werden. Die Zulieferung erfolgt über die Pressestelle des Innenministeriums.						
HMdF	Twitter/FinanzenHessen	Feb 15	1.670	jährlich etwa 65%	71 pro Monat	Der Twitter-Account des Finanzministeriums wird von der Pressestelle betreut. Die Zahl der MitarbeiterInnen der Pressestelle ist seit Jahren unverändert und wurde mit Eröffnung des Twitter-Accounts nicht erhöht. Diese zusätzliche Aufgabe übernimmt die Pressestelle mit den bereits zuvor vorhandenen personellen Ressourcen.	2018 gesamt: 2.500 Euro (Bewerbung für Stellen im höheren Dienst)  2019: 4.500 Euro (Bewerbung des dualen Studiums in der Hessen-IT) Digitale Stellenanzeigen (bspw. bei XING oder dem Jobportal Jobpilot, das Stellenanzeigen über Twitter verlinkt) werden hier nicht als Social-Media-Aktivitäten im Sinne der Kleinen Anfrage 20/102 verstanden.

<p><b>HMdJ</b></p>	<p>Twitter/Justiz_Hessen</p>	<p>15. Mrz 16</p>	<p>900</p>	<p>100%</p>	<p>etwa 15 im Monat/ 563 Tweets gesamt</p>	<p>Im Hessischen Ministerium der Justiz sind der Pressesprecher und ein Mitarbeiter mit einem Bruchteil ihrer Arbeitskraft mit der Pflege der sozialen Netzwerke betraut.</p>	<p>Im Dezember 2028 wurde eine Facebook-Anzeige für den Digitalen Service Point der hessischen Justiz geschaltet (Laufzeit: zwei Wochen, Tagesbudget: 30 Euro). Der Digitale Service Point, der beim Amtsgericht Eschwege eingerichtet ist, hat das Ziel, eine zentrale Wegweiserfunktion für die Bürgerinnen und Bürger Hessens im Bereich Rechtsstaat und Justiz zu übernehmen. Unter der einheitlichen kostenlosen Servicrufnummer 0800-9632147 sowie auch über ein zentrales E-Mail-Postfach können sich Bürgerinnen und Bürger aus ganz Hessen mit allgemeinen Fragen zur Justiz an den Digitalen Service Point wenden.“</p>
	<p>Facebook/Justizministerin.hessen</p>	<p>07. Feb 19</p>	<p>4.721</p>	<p>100%</p>	<p>etwa 35 seit Start</p>		
<p><b>HKM</b></p>	<p>Die Fragen 1 - 7 werden auf Grund des Sachzusammenhangs gemeinsam beantwortet. Das Kultusministerium und der nachgeordnete Bereich verfügt über keine Social-Media-Accounts. Die Berichterstattung über öffentlichkeitsrelevante Themen oder über Termine der Hausspitze erfolgt als Zulieferung für die Social-Media-Accounts der Landesregierung, die von der Hessischen Staatskanzlei verantwortet werden. Die Zulieferung des Kultusministerium erfolgt durch zwei Mitarbeiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.</p>						
<p><b>HMWK</b></p>	<p>Twitter/hmwk_hessen</p>	<p>Mrz 19</p>	<p>287</p>	<p>k.A.</p>	<p>Tweets seit Start etwa 52</p>	<p>Der stellv. Pressesprecher und eine Mitarbeiterin sind mit einem Bruchteil ihrer Arbeitskraft mit der Pflege betraut.</p>	<p>keine</p>
	<p>Facebook/HessenSchafftWissen</p>	<p>2012</p>	<p>25.120</p>	<p>14% pro Jahr</p>	<p>8</p>	<p>Betreut durch HA Hessen Agentur GmbH Globalbudget</p>	<p>Zur Umsetzung der Kampagnen „Hessen schafft Wissen“ und „Kultur in Hessen“ hat das HMWK die HA Hessen Agentur GmbH beauftragt. Dafür bekommt die HA Hessen Agentur GmbH ein vertraglich geregeltes Globalbudget, welches sie für unterschiedlichste Maßnahmen verwendet. Dazu gehören u.a. auch die Einführung und die Pflege</p>
	<p>Facebook/KulturInHessen</p>	<p>2017</p>	<p>3.338</p>	<p>50% pro Jahr</p>	<p>13</p>	<p>Betreut durch HA Hessen Agentur GmbH Globalbudget</p>	
	<p>Instagram/hessenschaftwissen</p>	<p>2016</p>	<p>1.419</p>	<p>33% pro Jahr</p>	<p>3</p>	<p>Betreut durch HA Hessen Agentur GmbH Globalbudget</p>	

Verschiedenste Kanäle in den sozialen Netzwerken. Eine detaillierte Aufschlüsselung nach Kosten und Personalaufwand ist nicht möglich.

	Instagram/entdecke_hessen	2016	7.164	33% pro Jahr	12	Betreut durch HA Hessen Agentur GmbH Globalbudget	
	YouTube/Hessen-schafft-Wissen	2014	5.049	20% pro Jahr	2	Betreut durch HA Hessen Agentur GmbH Globalbudget	
<b>HMUKLV</b>	Twitter/UmweltHessen	Mrz 15	1.690	86%	68	Die Pflege der aufgeführten sozialen Netzwerke ist ein Teil des Aufgabenbereichs von vier Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (3 HMUKLV, 1 LHL).	90 Euro
	Twitter/NHS_Hessen	Jun 15	402	85%	8		keine
	Twitter/Verbraucherinfo	Jun 11	795	78%	73		keine
	Twitter/Sauberhaft	Okt 17	282	98%	16		keine
	Facebook/NachhaltigkeitsstrategieHessen	2015	1.361	84%	9		Gesamt (01.01.2015 bis 21.02.2019): 4.616,44 €; 2019 1.945,74 € 2018 2.380,53 € 2017 15,62 € 2016 274,55 € Der Großteil der Werbeausgaben erfolgt für die Kampagne zum Klimaschutzplan. Der Klimaschutzplan wird auch auf Instagram beworben, die NHS hat dort jedoch keinen Account.
	Facebook/verbraucherfenster	01.10.2015	1.620	5%	20		keine
	Facebook/sauberhafteshessen	01.10.2017	509	87%	10		keine
<b>HMSI</b>	Facebook/SozialHessen	01.02.2018	711	175%	12	Im HMSI ist eine Mitarbeiterin mit den entsprechenden Aktivitäten in sozialen Netzwerken betraut.	Das HMSI hat im Jahr 2018 einmalig 4 € für eine bezahlte Werbeanzeige bei Facebook geschaltet. In den anderen Netzwerken wurde keine bezahlte Werbung geschaltet.
	Twitter/SozialHessen		432	235%	24		
	Instagram/sozialhessen		390	299%	6		
<b>Bund und Europa</b>	Twitter/HesseninEuropa	Dez 16	416	keine Aussage im Zeitverlauf möglich	30	Ein Mitarbeiter mit etwa 5 bis 10 % VZÄ	
	Instagram/HesseninEuropa	Apr 19	151	keine Aussage im Zeitverlauf möglich	keine Aussage im Zeitverlauf möglich, seit Start: 14	Ein Mitarbeiter mit welchem Anteil an der Arbeitszeit ist aktuell noch nicht messbar.	keine
	Facebook/hessenmeetsbruessel	Mrz 14	179	keine Aussage im Zeitverlauf möglich	Über die letzten drei Jahre insgesamt 10 Posts	nicht messbar	
<b>Digitales</b>	Twitter/DigitalesHessen	Jan 19	427	keine Aussage im Zeitverlauf möglich	keine Aussage im Zeitverlauf möglich, seit Start: 19	Aktuell ist im Bereich der Ministerin für Digitale Strategie und Entwicklung ein Mitarbeiter mit ca. 20 % seiner Arbeitszeit für den Bereich Social Media tätig	keine
	Facebook/DigitalministeriumHessen	Mrz 19	633	keine Aussage im Zeitverlauf möglich	keine Aussage im Zeitverlauf möglich, seit Start: 10		
	Instagram/digitaleshessen	Mrz 19	202	keine Aussage im Zeitverlauf möglich	keine Aussage im Zeitverlauf möglich, seit Start: 7		

\*durchschnittliche Werte bis Februar 2019

## Anlage 2: Staatskanzlei in Social Media

Zu Frage 1: Soziales Netzwerk/Kanal	Zu Frage 2: Startdatum/ Aktivitätsdauer	Zu Frage 3: Likes / Follower (am 24.04.2019)	Zu Frage 3: Prozentuale Entwicklung der Likes / Follower in den letzten 3 Jahren	Zu Frage 4: Posts in den letzten 3 Jahren (bei Twitter seit Bestehen des Kanals bis 31.12.2018)*	Zu Frage 6: MitarbeiterInnen, die Netzwerke betreuen	Zu Frage 7: Bezahlte Werbung (nach Jahr)
Facebook/hessen.de	Mai 12	22.474	100,5 Prozent seit 02/2016	55	Die MitarbeiterInnen des Referats Online- und Social-Media-Kommunikation der Abteilung Information der Staatskanzlei (Referatsleiterin, Referentin, Sachbearbeiterin) sind für die redaktionelle Pflege zuständig, wobei dies jeweils nur einen Teil des jeweiligen Aufgabengebietes und damit der jeweiligen Arbeitszeit betrifft. In Stellen gerechnet ist maximal eine Person in Vollzeit mit der Betreuung der Kanäle betraut.	2013: 2.355,27 Euro 2014: 2.134,33 Euro 2015: 4.080,60 Euro 2016: 1.149,71 Euro 2017: 3.616,41 Euro 2018: 5.019,21 Euro
Facebook/Hessentag	Dez 10	13.909	41,7 Prozent seit 02/2017 (keine früheren Aufzeichnungen)	19		keine
Facebook/wirliebenhessen	Mrz 18	1.972	keine Aussage möglich, da keine Aufzeichnung vorhanden	15		
Facebook/HessischeStaatskanzlei	Nov 11	658	keine Aussage möglich, da keine Aufzeichnung vorhanden	insgesamt 2		keine
Twitter/RegHessen	Mrz 11	14.100	189,3 Prozent seit 02/2016	85		
Twitter/HessentagNews	Mrz 11	1.524	keine Aussage möglich, da keine Aufzeichnung vorhanden	24		keine gesonderte Werbung, wird über Facebook mitausgespielt, deshalb siehe Beträge unter Facebook
Instagram/regierunghessen	Jul 18	2.008	keine Aussage möglich	10		
Instagram/hessentag	Okt 16	1.859	240 Prozent seit dem Hessentag 2017	6 bis 7		
Instagram/wirliebenhessen	Mrz 18	1.027	keine Aussage möglich	10 bis 11		keine
YouTube/Land Hessen	Jan 11	701	36,8 Prozent seit 02/2016	Durchschnittlich seit Start: 6,3 Videos; insgesamt 626 Videos		

\*durchschnittliche Werte bis Februar 2019

## Anlage 2a: Hessisches Statistisches Landesamt in Social Media

Zu Frage 1: Soziales Netzwerk/Kanal	Zu Frage 2: Startdatum/ Aktivitätsdauer	Zu Frage 3: Likes / Follower (am 24.04.2019)	Zu Frage 3: Prozentuale Entwicklung der Likes / Follower in den letzten 3 Jahren	Zu Frage 4: Posts in den letzten 3 Jahren (bei Twitter seit Bestehen des Kanals bis 31.12.2018)*	Zu Frage 6: MitarbeiterInnen, die Netzwerke betreuen	Zu Frage 7: Bezahlte Werbung (nach Jahr)
Twitter/StatistikHessen	Jun 09	2.178	Seit Oktober 2016 Steigerung um 68 %	23	2 MA, zwischen 10 – 15 % VZÄ	keine
Facebook/ HessischesStatistischesLandesamt	Dez 18	77	keine Aussage im Zeitverlauf möglich	keine Aussage im Zeitverlauf möglich, seit Start 8	2 MA, zwischen 5 – 15 % VZÄ	2018/2019: 138,59 Euro

## Anlage 2b: Hessische Landeszentrale für politische Bildung in Social Media

Zu Frage 1: Soziales Netzwerk/Kanal	Zu Frage 2: Startdatum/ Aktivitätsdauer	Zu Frage 3: Likes / Follower (am 24.04.2019)	Zu Frage 3: Prozentuale Entwicklung der Likes / Follower in den letzten 3 Jahren	Zu Frage 4: Posts in den letzten 3 Jahren (bei Twitter seit Bestehen des Kanals bis 31.12.2018)*	Zu Frage 6: MitarbeiterInnen, die Netzwerke betreuen	Zu Frage 7: Bezahlte Werbung (nach Jahr)
Facebook/hlzp	Mai 18	394	keine Aussage im Zeitverlauf möglich	Seit Start 5 Posts pro Monat	1	keine
Instagram/hessischelandeszentrale	2018	148	keine Aussage im Zeitverlauf möglich	Seit Start 0,7 Posts pro Monat		2018: 164,20 €

\*durchschnittliche Werte bis Februar 2019

Anlage 3: Landesbehörden HMWEVW in Social Media

Landesbehörde	Zu Frage 1: Soziales Netzwerk/Kanal	Zu Frage 2: Startdatum/ Aktivitätsdauer	Zu Frage 3: Likes / Follower (am 24.04.2019)	Zu Frage 3: Prozentuale Entwicklung der Likes / Follower in den letzten 3 Jahren	Zu Frage 4: Posts in den letzten 3 Jahren (bei Twitter seit Bestehen des Kanals bis 31.12.2018)*	Zu Frage 6: MitarbeiterInnen, die Netzwerke betreuen	Zu Frage 7: Bezahlte Werbung (nach Jahr)
HessenMobil	YouTube/Hessen Mobil - Straßen- und Verkehrsmanagement	2014	175	155	0,5	3 Personen betreuen den Kanal im Rahmen einer Nebentätigkeit	keine
HVBG	YouTube/HVBG	Feb 19	2	100	4	keine	
HVBG	Facebook/Hessische Verwaltung für Bodenmanagement und Geoinformation	Jun 17	490	490	8	Alle Beiträge resultieren aus ausgewählten, bereits bestehenden (Presse-)Meldungen der HVBG und führen nicht zu einem signifikanten personellen Mehraufwand.	

\*durchschnittliche Werte bis Februar 2019

Anlage 4: Landesbehörden HMdI in Social Media

Landesbehörde	Zu Frage 1: Soziales Netzwerk/Kanal	Zu Frage 2: Startdatum/ Aktivitätsdauer	Zu Frage 3: Likes / Follower (am 24.04.2019)	Zu Frage 3: Prozentuale Entwicklung der Likes / Follower in den letzten 3 Jahren*	Zu Frage 4: Posts in den letzten 3 Jahren (bei Twitter seit Bestehen des Kanals bis 31.12.2018)**	Zu Frage 6: MitarbeiterInnen, die Netzwerke betreuen	Zu Frage 7: Bezahlte Werbung (nach Jahr)
Hessisches Landeskriminalamt	Facebook/Polizei Hessen	Mrz 12	49.752	Keine valide, belastbare Aussage möglich	circa 10	Im Hessischen Landeskriminalamt sind zwei MitarbeiterInnen zu jeweils 50% mit Social Media betraut. Darüber hinaus stehen sieben MitarbeiterInnen im Nebenamt zur Unterstützung bei Einsatzlagen zur Verfügung.	keine
Hessisches Landeskriminalamt	Twitter/LKA_Hessen	Apr 15	4.513	Keine valide, belastbare Aussage möglich	circa 10		
Polizeipräsidium Frankfurt am Main	Facebook/Polizei Frankfurt	Jan 15	71.607	Keine valide, belastbare Aussage möglich	circa 49	Im Polizeipräsidium Frankfurt besteht das Kernteam aus fünf MitarbeiterInnen, die die Social Media-Kanäle in Vollzeit betreuen. Dieses Team wird um 16 MitarbeiterInnen im Nebenamt zur Unterstützung bei Einsatzlagen ergänzt.	Das Polizeipräsidium Frankfurt hat im Jahr 2015 insgesamt 50 € für Facebook-Werbung und im Jahr 2016 insgesamt 5 € für Instagram-Werbung eingesetzt.
Polizeipräsidium Frankfurt am Main	Twitter/Polizei_Ffm	Jan 14	251.000	Keine valide, belastbare Aussage möglich	circa 139		
Polizeipräsidium Frankfurt am Main	Instagram/polizei_ffm	2016	40.900	Keine valide, belastbare Aussage möglich	circa 3		
Polizeipräsidium Frankfurt am Main	Giphy/Polizei_Ffm	2018	Keine Fanzahlen angegeben	Keine valide, belastbare Aussage möglich	-		
Polizeipräsidium Westhessen	Facebook/Polizei Westhessen	Jul 16	29.651	Keine valide, belastbare Aussage möglich	circa 50	Im Polizeipräsidium Westhessen betreuen insgesamt zwei Mitarbeiter in Vollzeit und fünf MitarbeiterInnen im Nebenamt zur Unterstützung bei Einsatzlagen die Social Media-Kanäle.	keine
Polizeipräsidium Westhessen	Twitter/Polizei_WH	Jul 16	9.471	Keine valide, belastbare Aussage möglich	circa 40		
Polizeipräsidium Westhessen	Instagram/polizeiwsthessen	Dez 16	9.590	Keine valide, belastbare Aussage möglich	circa 13		
Polizeipräsidium Nordhessen	Facebook/Polizei Nordhessen	Jun 17	6.834	Keine valide, belastbare Aussage möglich	circa 13	Ein Mitarbeiter in Vollzeit versieht im Polizeipräsidium Nordhessen seinen Dienst mit der Betreuung der Social Media-Accounts. Er erhält punktuell Unterstützung durch die Pressestelle.	keine
Polizeipräsidium Nordhessen	Twitter/Polizei_NH	Apr 15	7.687	Keine valide, belastbare Aussage möglich	circa 35		
Polizeipräsidium Mittelhessen	Facebook/Polizei Mittelhessen	Apr 16	35.953	Keine valide, belastbare Aussage möglich	circa 50	Im Polizeipräsidium Mittelhessen sind zwei Mitarbeiter in Vollzeit mit Social Media betraut.	Das Polizeipräsidium Mittelhessen hat im Jahr 2016 insgesamt 308 €, im Jahr 2017 insgesamt 110 € und im Jahr 2018 insgesamt 50,00 € für Facebook-Werbung eingesetzt.
Polizeipräsidium Mittelhessen	Twitter/Polizei_MH	Apr 16	10.500	Keine valide, belastbare Aussage möglich	circa 200		
Polizeipräsidium Mittelhessen	Instagram/polizei_mh	Nov 18	6.411	Keine valide, belastbare Aussage möglich	circa 43		
Polizeipräsidium Osthessen	Twitter/Polizei_OH	Feb 15	5.708	Keine valide, belastbare Aussage möglich	circa 7	Für die Kanäle des Polizeipräsidiums Osthessen ist eine Mitarbeiterin in Vollzeit verantwortlich, die gleichzeitig noch Aufgaben der Webredaktion übernimmt.	keine
Polizeipräsidium Osthessen	Instagram/polizei_oh	Sep 18	1.492	Keine valide, belastbare Aussage möglich	circa 6		
Polizeipräsidium Südosthessen	Facebook/Polizei Südosthessen	Sep 16	17.735	Keine valide, belastbare Aussage möglich	circa 23	Im Polizeipräsidium Südosthessen sind zwei Mitarbeiter jeweils zu 50% ihrer Tätigkeit mit Social Media beauftragt.	keine
Polizeipräsidium Südosthessen	Twitter/Polizei_SOH	Sep 16	5.864	Keine valide, belastbare Aussage möglich	circa 40		
Polizeipräsidium Südosthessen	Instagram/polizei_soh	Dez 17	6.511	Keine valide, belastbare Aussage möglich	circa 10		

Polizeipräsidium Südhessen	Facebook/Polizei Südhessen	Aug 16	21.218	Keine valide, belastbare Aussage möglich	circa 30	Im <b>Polizeipräsidium Südhessen</b> ist ein Mitarbeiter in Vollzeit und eine Mitarbeiterin in Vertretung für die Führung der Social Media-Kanäle verantwortlich.	keine
Polizeipräsidium Südhessen	Twitter/Polizei_SuedHE	Aug 16	11.200	Keine valide, belastbare Aussage möglich	circa 80		
Polizeiakademie Hessen	Facebook/Polizei Hessen Karriere	Jan 15	13.860	Keine valide, belastbare Aussage möglich	circa 14	An der <b>Polizeiakademie Hessen</b> kümmerte sich bisher eine Mitarbeiterin in Teilzeit (80 %) um die Betreuung der Social Media-Accounts. Seit Januar 2019 unterstützt sie eine Verwaltungsfachangestellte.	Die Polizeiakademie Hessen hat für ihre Nachwuchswerbung im Jahr 2016 insgesamt 300 € für Facebook- und Instagram-Werbung, im Jahr 2017 insgesamt 300 € für Facebook- und Instagram-Werbung und im Jahr 2018 insgesamt 1.500 € für Facebook- und Instagram-Werbung eingesetzt.
Polizeiakademie Hessen	Instagram/polizeihessenkarriere	Jun 17	10.800	Keine valide, belastbare Aussage möglich	circa 11		
Polizeiakademie Hessen	YouTube/Polizei Hessen Karriere	Mrz 16	1.619	Keine valide, belastbare Aussage möglich	unregelmäßig		
Hessisches Innenministerium&PP-Lagezentrum	Twitter/Hessen_LPP_LZ	Apr 18	Privater Account, 1	0	0	keine/r	keine
Regierungspräsidium Darmstadt	Facebook/EDIC Darmstadt	2017	343	Keine valide, belastbare Aussage möglich	2 bis 5	In den <b>Regierungspräsidien</b> betreuen jeweils drei Mitarbeiter im Rahmen ihrer Tätigkeit neben anderen Aufgaben auch die Social Media-Redaktion.	Bislang wurde bei den Regierungspräsidien Darmstadt und Gießen keine bezahlte Werbung in sozialen Netzwerken in Auftrag gegeben. Beim RP Kassel wurde bezahlte Werbung für eine Veranstaltung genutzt. Dafür sind Kosten in Höhe von 40 € entstanden.
Regierungspräsidium Darmstadt	Instagram/EDIC Darmstadt	2018	186	Keine valide, belastbare Aussage möglich	5		
Regierungspräsidium Gießen	Facebook/Regierungspräsidium Gießen	2013	2.594	Keine valide, belastbare Aussage möglich	18		
Regierungspräsidium Kassel	Facebook/EDIC Nordosthessen	2018	133	Keine valide, belastbare Aussage möglich	15		
Hessische Hochschule für Polizei und Verwaltung	YouTube/Hessische Hochschule für Polizei und Verwaltung	2016	37	Keine valide, belastbare Aussage möglich	-	keine/r	keine
				*Hierüber liegen keine Aufzeichnungen vor. Für die Erfassung dieser Daten in den sozialen Medien müssten kostenpflichtige Dienste genutzt werden. Dies wurde bisher für nicht erforderlich angesehen.	** Für die Beantwortung der Frage 4 wurden durchschnittliche Werte bis Februar 2019 angegeben, da die Anzahl der Postings stark vom Tagesgeschehen, von Einsatzlagen bzw. Einsatzverläufen abhängig ist und stark variieren kann.		

## Anlage 5: Landesbehörden HMdJ in Social Media

Landesbehörde	Zu Frage 1: Soziales Netzwerk/Kanal	Zu Frage 2: Startdatum/ Aktivitätsdauer	Zu Frage 3: Likes / Follower (am 24.04.2019)	Zu Frage 3: Prozentuale Entwicklung der Likes / Follower in den letzten 3 Jahren*	Zu Frage 4: Posts in den letzten 3 Jahren (bei Twitter seit Bestehen des Kanals bis 31.12.2018)*	Zu Frage 6: MitarbeiterInnen, die Netzwerke betreuen	Zu Frage 7: Bezahlte Werbung (nach Jahr)
OLG Frankfurt	Twitter/OLG_Frankfurt	Sep 2018	787	100%	ca. 10 und 89 Tweets insgesamt	Pressesprecherin sowie eine nichtrichterliche Mitarbeiterin mit einem Bruchteil der Arbeitskraft mit diesen Aufgaben betraut.	keine
OLG Frankfurt	Facebook/Oberlandesgericht Frankfurt am Main - Offizielle Seite -	ca. 2012	211	keine Angaben	ca. 8		

## Anlage 6: Landesbehörden HMWK

Landesbehörde	Zu Frage 1: Soziales Netzwerk/Kanal	Zu Frage 2: Startdatum/ Aktivitätsdauer	Zu Frage 3: Likes / Follower (am 24.04.2019)	Zu Frage 3: Prozentuale Entwicklung der Likes / Follower in den letzten 3 Jahren*	Zu Frage 4: Posts in den letzten 3 Jahren (bei Twitter seit Bestehen des Kanals bis 31.12.2018)*	Zu Frage 6: MitarbeiterInnen, die Netzwerke betreuen**	Zu Frage 7: Bezahlte Werbung (nach Jahr)
Landesamt für Denkmalpflege	Facebook/Keltenwelt am Glauberg	2012	3.385	30%	8	1	keine
	Facebook/Römerkastell Saalburg	26.08.2013	2.451	50	4 bis 10	1	für 2019 geplant
Frankfurt University of Applied Sciences	Facebook/Frankfurt UAS	18.10.2010	15.729	ca. 50 %	40	0,2	2012: 150 Euro, 2013: 150 Euro, 2014: 150 Euro, 2015: -, 2016: 15 Euro, 2017: 460 Euro, 2018: 1.300 Euro
	Twitter/Frankfurt UAS	01.09.2010	1.032	k.A.	0	0	
	Facebook/International Office Frankfurt UAS	01.10.2015	1.236	ca. 600%	12	nicht bezifferbar	
	Facebook/Frankfurt Summer Universities	01.01.2012	762	k.A.	15	nicht bezifferbar	
	Instagram/Frankfurt Summer Universities	01.05.2018	50	k.A.	4	nicht bezifferbar	
	Facebook/FRA-BIDS	02.06.2016	252	100%	1	0,1	
	LinkedIn/MBA Aviation and Tourism Management	01.11.2018		k.A.	2	nicht bezifferbar	
	Facebook/MBA Aviation and Tourism Management	01.09.2011	2.133	k.A.	2	nicht bezifferbar	
	Facebook/MBA Entrepreneurship and Business Development	01.05.2012	302	k.A.	1	nicht bezifferbar	
Museumslandschaft Hessen-Kassel	Facebook/Museumslandschaft Hessen Kassel (MHK)	24.08.2010	6.285	119,15%	15	1 Mitarbeiter, davon 10% der Arbeitszeit	2017-2018: 5.800 Euro, vorher keine
	Instagram/museum_kassel	07.07.2016	1.270	k.A.	4	1 Mitarbeiter, davon 5% der Arbeitszeit	
	YouTube/Museumslandschaft Hessen Kassel	2010	152	k.A.		1 Mitarbeiter, davon 1% der Arbeitszeit	
Hochschule Fulda	Facebook/hfulda	2011	10.193	nicht ermittelbar	13	1	2017: 1.206, vorher und seitdem keine
	Instagram/hochschule_fulda	23.02.2018	2.990	Kanal besteht erst seit 2018	11 (ohne Stories)	1	
	YouTube/Hochschule Fulda	22.10.2013	375	k.A.	1	1	
	Xing/Hochschule Fulda	Jul 17		nicht ermittelbar	ca. alle 2 Monate	1	
Hessisches Landesarchiv	Facebook/Hessisches Landesarchiv	Jan 18	417	Start erst 2018	16	3	2018: 69 Euro, vorher keine
	Instagram/Hessisches Landesarchiv	Jan 18	1.048	Start erst 2018	13	3	
	YouTube/Hessisches Landesarchiv	Aug 16	16	k.A.	9 insgesamt	3	
Deutsche Film- und Medienbewertung	Facebook/FBW-Jugend Filmjury	2018	52	neu seit 18	6 Posts	Stud. Hilfskraft	keine
	Instagram/fbw_jugendfilmjury	2018	311	neu seit Sept 18	6 Posts	Stud. Hilfskraft	
	Deutsche Film- und Medienbewertung	2010	1.426	ca. 40%	8 bis 10	1	
Technische Hochschule Mittelhessen	Facebook/Technische Hochschule Mittelhessen - THM	Jul 11	7.991	35%	25	1	2016: 2.691,01 Euro; 2017: 2.047,15 Euro; 2018: 6.298,25 Euro; vorher keine
	Instagram/thmittelhessen	Okt 14	1.589	65%	5	1	
	Twitter/thmtweets	Jul 11	1.433	40%	30	1	
	YouTube/THM - Technische Hochschule Mittelhessen	Mai 12	743	80%	2	1	
Technische Universität Darmstadt	Facebook/tudarmstadt	ca. 2010	22.782	nicht dokumentiert	10 bis 25	0,8 VZÄ	keine
	Twitter/TUDarmstadt	ca. 2013	6.519	nicht dokumentiert	10 bis 25		
	YouTube/Technische Universität Darmstadt	ca. 2011	1.155	nicht dokumentiert	derzeit 0		
	Instagram/tudarmstadt	seit 2018	2.143	nicht dokumentiert	10		

Hessisches Landesmuseum Darmstadt	Facebook/Hessisches Landesmuseum Darmstadt	Sep 14	5.228	18%	20	3	keine
	Instagram/landesmuseumdarmstadt	11.11.2015	1.770	1251%	20	3	
Archivschule Marburg	YouTube/Archivschule Marburg	Sep 18	22	entf.		0	keine
Hochschule Darmstadt	Facebook/hochschuleda	2014	10.245	k.A.	10	1	2015-2018: 1.174,91
	Twitter/h_da	2015	1.420	k.A.	5	2	
	Instagram/hochschuledarmstadt	2017	1.364	k.A.	2	1	
	YouTube/hochschuledarmstadt	2017	330	k.A.	2	1	
Hochschule für Gestaltung Offenbach	Facebook/Hochschule für Gestaltung Offenbach	Sep 09	9.009	26%	32	1 (für alle Kanäle)	2018: 210 Euro, vorher keine
	Instagram/hfg_offenbach	Jul 15	5.926	444%	35		
	Twitter/HfG_Offenbach	Sep 09	1.202	56%	10		
Justus-Liebig-Universität Gießen	Facebook/jlu.giessen	Jul 12	23.619		ca. 20	insgesamt für alle Social-Media-Kanäle: 0,5 (verteilt hauptsächlich auf Öffentlichkeitsarbeit und Studienberatung)	2016: 4.081 Euro; 2017: 2.280 Euro; 2018: 2.279 Euro; vorher keine
	Twitter/jlugiessen	Dez 14	2.627	ca. 50%	ca. 200%		
	Instagram/jlu.giessen	Mrz 18	3.665	keine Angabe wg. Start im Jahr 2018		bis zu zehn	
	YouTube/universitaetgiessen	Mrz 13	529		ca. 200%	unregelmäßig	
Universität Kassel	Facebook/Unikassel	19.05.2011	18.048	27,43 % (Feb. 17 - Feb. 19)	15-20	0,5	keine
	Instagram/unikassel	20.04.2016	4.527	100% (8,5 in den letzten 30 Tagen)	9		
	Twitter/presseunikassel	01.05.2009	6.405	keine Auswertung möglich	8		
Philipps-Universität Marburg	YouTube/Universität Kassel	27.06.2016	234	100%	1		2016: 500 Euro, 2017: 500 Euro, 2018: 500 Euro; vorher keine
	Facebook/PhilippusUniversitaet	10.02.2011	20.143	14% von Feb2018 bis Feb2019	19	2 (darunter 1 SHK)	
	Twitter/Uni_MR	04.09.2009	4.893	k.A. möglich	14		
	Instagram/philippusunimarburg	07.04.2018	3.947	k.A. möglich	3		
	Facebook/StudierenInMarburg	14.10.2014	3.877	k.A. möglich	20	1	
	YouTube/Philipps-Universität Marburg	27.03.2015	1.028	k.A. möglich	3	1	
	Facebook/IO.UMR	10.08.2016	1.449	65 % von Feb 2018 bis Feb 2019	12	2 (darunter 1 SHK)	
	Twitter/HRZUni_MR	24.09.2009	649	42% seit Feb. 2016	8	1	
	Twitter/nm_umr	28.07.2016	117	100% seit Start (Juli 2016)	2	1	
	Twitter/UniBib_MR	01.11.2011	955	k.A. möglich	7	2	
Verwaltung Staatliche Schlösser und Gärten	Instagram/schloesserundgaertenhessen	2016	1.217	zu jung dafür	20 bis 30	1	keine
	Facebook/Lauresham	2014	789		10 bis 15		
	Facebook/schlossweilburg	2016	951		5 bis 6	geplant: 1	
	YouTube/schloesserundgaertenhessen	2019	1		voraussichtlich 2 bis 3		
Staatstheater Darmstadt	Facebook/Staatstheater Darmstadt	01.03.2011	10.832	nicht mehr nachvollziehbar	25	4	keine
	Instagram/Staatstheater Darmstadt	01.12.2016	3.478		25	4	
Goethe-Universität Frankfurt	Facebook/goetheuni	etwa 2010	79.525	unbekannt	10 bis 20	1,5	keine
	Twitter/goetheuni	Mai 09	14.800	unbekannt	30 bis 50	1,5	
	Instagram/goetheunifrankfurt	etwa Januar 2018	7.393	unbekannt	4 bis 8	1,5	
	YouTube/GoetheUniversitaet	29. Mai 09	1.493	unbekannt	1 bis 2	1,5	
	Facebook/campuservice	Apr 12	54	1%	0	1	
	Facebook/campusshopfrankfurt	Nov 13	498	5%	0,5	1	
	Facebook/cafesturmunddrang	Apr 11	726	5%	2	2	
	Facebook/careercenterfrankfurt	Nov 10	1.329	20%	30	5	
	Xing/careercenter-der-goetheuniversitaet	Jun 13		2%	2	3	
	Instagram/careerunifrankfurt	Jan 19	189	unbekannt	17	2	

Staatstheater Wiesbaden	Facebook/Staatstheater.Wiesbaden	vor 2014	10.530	k.A.	ca. 88 Posts pro Monat	1 Person	2018-2019: ca. 500 Euro, vorher keine
	Instagram/staatstheater.wiesbaden	Jan 19	2.236	k.A.	ca. 123 Posts (inkl. Insta-Stories) pro Monat		
	Twitter/StaatstheaterWI	vor 2014	3.292	k.A.	ca. 56 Posts pro Monat		
	YouTube/Staatstheater Wiesbaden	vor 2014	726	k.A.	Im Jahr 30-40 Videos		
Hochschule RheinMain	Facebook/Hochschule RheinMain	05.10.2010	13.877	Zunahme: 1.970 Abonnenten (+17%) (24.02.17 bis 20.02.19)	28,5	0,2 VZÄ	2016: 4.883,47 Euro; 2017: 4.270 Euro; 2018: 8.134,75 Euro; vorher keine
	YouTube/Hochschule RheinMain	25.05.2011	780	Zunahme: 338 Abonnenten (+46%) (01.01.2016 bis 31.12.2018)	2,4		
Staatstheater Kassel	Facebook/staatstheaterkassel	01.04.2010	10.417	nicht bekannt	30	2,5	2018: 281,92 Euro; vorher keine
	Instagram/staatstheaterkassel	09.02.2017	2.898	k.A.	9	2,5	
	Twitter/StaatstheaterKS	Feb 13	1.621	nicht bekannt	9	2,5	
	YouTube/StaatstheaterKassel	10.02.2010	1.013	nicht bekannt	2,6	2,5	
Museum Wiesbaden	Facebook/Museum Wiesbaden	Nov 13	2.145	52%	12	1	2018: 100 Euro; vorher keine
	Instagram/Museum Wiesbaden	Okt 16	1.773	100%	4	1	
	Twitter/Museum Wiesbaden	Feb 16	1.956	100%	5	1	
Hochschule Geisenheim	Facebook/hsgeisenheim	2006	5.750	30%	30	5	2018: 600 Euro, vorher keine
	Twitter/hsgeisenheim	2008	363	50%	12	3	
	Instagram/hsgeisenheim	2012	2.126	100%	10	3	
	YouTube/Hochschule Geisenheim University	2006	175	50%	3	2	
	LinkedIn/Hochschule Geisenheim University	2013	1.390	70%	2	2	
Hochschule für Musik und Darstellende Kunst	Facebook/hfmdk.frankfurt	2011	3.322	45%	20	1	2017: 450 Euro, 2018: 350 Euro, 2019: 200 Euro; vorher keine
	Twitter/hfmdk	2011	660	50%	25	1	
	Instagram/hfmdk.frankfurt	2018	1.477	100%	18	1	

\* durchschnittliche Werte und teils Schätzwerte bis Februar 2019

\*\*Bei den Angaben zur Anzahl der mit Social-Media-Aktivitäten betrauten Mitarbeiter ist zu beachten, dass diese typischerweise nur anteilig (nicht näher bezifferbar) mit diesen Aufgaben befasst sind.

#### Hinweis der Hochschulen:

Die abgefragten Angaben beziehen sich nur auf die Aktivitäten und den Blickwinkel der unmittelbaren Leitungsbereiche der Hochschule (z.B. Stabsstelle Kommunikation und Medien, Administration). An den Universitäten haben weitere Einheiten, Fachgebiete, Forschungsprojekte etc. Social Media Kanäle eingerichtet und nutzen diese mehr oder weniger intensiv. **Ein vollständiges Bild inkl. Angaben zu Reichweiten u.ä. kann deshalb nicht vermittelt werden.**

Ergänzend sei erwähnt, dass durch die Fragestellung der KA 20/102 sowie den abgefragten Erfassungszeitraum (3 Jahre / bis 31.12.2018) die Hochschule für Bildende Künste - Städelschule nicht aufgeführt wird, weil sie erst seit dem 01. Januar 2019 eine Dienststelle des Landes Hessen ist.

## Anlage 7: Landesbehörden HMdF in Social Media

Landesbehörde	Zu Frage 1: Soziales Netzwerk/Kanal	Zu Frage 2: Startdatum/ Aktivitätsdauer	Zu Frage 3: Likes / Follower (am 24.04.2019)	Zu Frage 3: Prozentuale Entwicklung der Likes / Follower in den letzten 3 Jahren*	Zu Frage 4: Posts in den letzten 3 Jahren (bei Twitter seit Bestehen des Kanals bis 31.12.2018)*	Zu Frage 6: MitarbeiterInnen, die Netzwerke betreuen	Zu Frage 7: Bezahlte Werbung (nach Jahr)
Oberfinanzdirektion OFD (HMdF)	Instagram/karriere.steuern.hessen	Feb 19	922	Angabe für die letzten drei Jahre nicht möglich, da Kanal erst im Februar 2019 gestartet wurde.	17 (seit Bestehen des Kanals)	Der Instagram-Account der Oberfinanzdirektion wird vom Ausbildungsreferat der OFD betreut. Diese zusätzliche Aufgabe übernimmt das Referat mit den bereits zuvor vorhandenen personellen Ressourcen.	2018: 8.676 Euro; 2019 bis 20. Februar 2019: 267 Euro