



HESSISCHER LANDTAG

07. 05. 2021

Kleine Anfrage

Klaus Herrmann (AfD) und Arno Enners (AfD) vom 12. Februar 2021**Social-Media-Aktivitäten der Landesregierung und der Ministerien****und****Antwort****Chef der Staatskanzlei**

Vorbemerkung Fragesteller:

Die hessische Landesregierung bzw. die einzelnen Ministerien sind u.a. auch in sozialen Netzwerken präsent und betreiben inzwischen Kanäle bzw. Seiten auf allen gängigen Plattformen wie Instagram, Facebook, YouTube und Twitter. Dort informieren sie die Öffentlichkeit bspw. regelmäßig über Maßnahmen, Programme und Kampagnen. Hierbei werden auch Beiträge beworben, um die Reichweite zu erhöhen und um bestimmte Personengruppen gezielt ansprechen zu können.

Vorbemerkung Chef der Staatskanzlei:

In Deutschland nutzen Millionen von Menschen soziale Netzwerke. Alleine Facebook wird nach eigenen Angaben von rund 32 Mio. Menschen in Deutschland mindestens einmal im Monat genutzt. Mehr als 70 % von ihnen nutzen Facebook demnach sogar täglich (Stand März 2019):

→ https://allfacebook.de/zahlen_fakten/offiziell-facebook-nutzerzahlen-deutschland

Auch die Hessische Landesregierung muss sich diesem veränderten Informationsverhalten der Bürgerinnen und Bürger anpassen, um ihrem verfassungsmäßigen Informationsauftrag nachkommen zu können. Deshalb nutzt sie neben den gängigen Kanälen für ihre Öffentlichkeitsarbeit erfolgreich Netzwerke wie Instagram, Facebook, Twitter und YouTube. Wenn ein Beitrag der Landesregierung auf diesen Netzwerken beworben wird, dann erreicht er in der Regel mehr Nutzerinnen und Nutzer und trägt aufgrund einer erhöhten Sichtbarkeit zur Erfüllung des Informationsauftrags der Landesregierung und zur Transparenz über das Regierungshandeln bei.

Aufgrund der in dieser Kleinen Anfrage abgefragten Datenmenge wird das Zahlenmaterial zur besseren Übersicht in zwei umfassenden Anlagen abgebildet. Die Fragen 1 bis 3, 5 bis 8 und 10 werden in den beigefügten Anlagen 1 und 2 beantwortet. Die in Frage 2 geforderte Angabe zu „Likes“ per annum auf den einzelnen Kanälen wurden in der Vergangenheit nicht für alle Ministeriumskanäle erhoben oder gespeichert. Dort, wo dies der Fall war, sind die Likes angegeben. Auf die in Frage 5 erbetene Kenntlichmachung der Entgeltgruppen wird verzichtet, da diese einen unmittelbaren Rückschluss auf einzelne Personen zulassen. Ersatzweise erfolgt die Zuordnung unter Nennung der jeweiligen Laufbahngruppe. Soweit nicht anders angegeben handelt es sich bei den angegebenen Kosten in den Fragen 6 bis 10 um Bruttopreise.

Diese Vorbemerkung 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 Inneren und für Sport, dem Minister der Finanzen, der Ministerin 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. In welchen sozialen Netzwerken war die Landesregierung bzw. waren die Ministerien und die ihnen unterstellten Landesbehörden im Zeitraum 2015 bis 2020 jeweils aktiv (Bitte nach Jahren, Ministerien/Landesbehörden und sozialen Netzwerken aufschlüsseln)?
- Frage 2. Wie viele „Likes“, „Follower“ oder „Abonnenten“ konnten die Social-Media-Seiten oder -Kanäle der Landesregierung bzw. der Ministerien im Zeitraum 2015 bis 2020 verzeichnen (Bitte nach Jahren, Ministerien und sozialen Netzwerken aufschlüsseln)?
- Frage 3. Wie viele Beiträge, Videos oder „Posts“ wurden von der Landesregierung bzw. von den Ministerien im Zeitraum 2015 bis 2020 monatlich in den einzelnen sozialen Netzwerken veröffentlicht bzw. abgesetzt (Bitte nach Monaten, Ministerien und sozialen Netzwerken aufschlüsseln. Sofern eine Aufschlüsselung nach Monaten zu aufwendig sein sollte bitte nach Jahren aufschlüsseln)?

- Frage 5. Wie viele Mitarbeiter waren im Zeitraum 2015 bis 2020 vonseiten der Landesregierung bzw. vonseiten der Ministerien mit den Aktivitäten in sozialen Netzwerken betraut (Bitte nach Jahren, Ministerien und den jeweiligen Entgeltgruppen aufschlüsseln)?
- Frage 6. Wurden für die Aktivitäten in sozialen Netzwerken vonseiten der Landesregierung bzw. von vonseiten der Ministerien im Zeitraum 2015 bis 2020 auf externe Dienstleister zurückgegriffen (Falls zutreffend bitte nach Jahren, Ministerien, Dienstleistern, erbrachten Leistungen und entstandenen Kosten aufschlüsseln)?
- Frage 7. Wie hoch waren die eingesetzten finanziellen Mittel für bezahlte Werbung vonseiten der Landesregierung bzw. vonseiten der Ministerien in sozialen Netzwerken – bspw. für beworbene Facebook-Beiträge o.Ä. – im Zeitraum 2015 bis 2020 (Bitte nach Jahren, Ministerien und sozialen Netzwerken aufschlüsseln)?
- Frage 8. Welche Facebook-Seiten haben die Landesregierung bzw. die Ministerien im Zeitraum 2015 bis 2020 finanziell durch Facebook-Werbeanzeigen unterstützt (Bitte unter Angabe der Höhe des Betrages nach Jahren, Ministerien und nach den beworbenen Seiten aufschlüsseln)?
- Frage 10. Wie hoch waren die Ausgaben der Landesregierung bzw. der Ministerien im Zeitraum 2015 bis 2020 für sogenannte „Page Like Ads“ der Facebook-Seiten (Bitte nach Jahren und Ministerien aufschlüsseln)?

Zur Beantwortung der Fragen 1 bis 3, 5 bis 8 und 10 wird auf die beigefügten Anlagen 1 und 2 verwiesen.

- Frage 4. Welche Regeln gelten beim Veröffentlichen von Beiträgen, Videos oder „Posts“ in sozialen Netzwerken durch die Landesregierung bzw. durch die Ministerien und wem obliegt die Kontrolle, dass diese Regeln eingehalten werden?

Die Hessische Landesregierung nutzt die sozialen Netzwerke im Rahmen ihres Auftrags der fortlaufenden Information der Öffentlichkeit über Vorhaben und Maßnahmen der Regierung. Damit trägt sie auch dem veränderten Mediennutzungsverhalten der Bevölkerung Rechnung. Für den redaktionellen Prozess in der Hessischen Staatskanzlei gilt, dass die verantwortlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einen Redaktionsplan erstellen, auf Basis dessen entschieden wird, welche Themen in welchen Kanälen und sozialen Netzwerken ausgespielt werden. Dabei gilt das Vier-Augen-Prinzip. Aktualität, Qualität und Relevanz der Nachrichten für die Bürgerinnen und Bürger gehen vor Quantität. Die finale Freigabe erfolgt durch den Regierungssprecher bzw. durch eine von ihm autorisierte Person.

Für die Hessische Ministerin für Bundes- und Europaangelegenheiten und Bevollmächtigte des Landes Hessen beim Bund, für die Hessische Ministerin für Digitale Strategie und Entwicklung sowie für die Ministerien und deren Geschäftsbereiche, die eigene Kanäle in den sozialen Netzwerken unterhalten, gilt das Ressortprinzip. Sie entscheiden in eigener Verantwortung über Veröffentlichungen auf ihren Kanälen und folgen dabei zum Großteil dem zuvor beschriebenen Prozess. Die finale Freigabe erfolgt in den Pressestellen zumeist durch die Pressesprecherinnen und Pressesprecher bzw. durch von ihnen autorisierte Personen.

- Frage 9. Nach welchen Kriterien wird vonseiten der Landesregierung bzw. vonseiten der Ministerien entschieden, welche Beiträge beworben und welche Zielgruppe dabei ausgewählt werden?

Die Hessische Staatskanzlei und die Ministerien nutzen, insofern sie eigene Kanäle in den sozialen Netzwerken unterhalten, die sozialen Medien, um ihren verfassungsmäßigen Informationsauftrag zu erfüllen und tragen damit dem veränderten Informationsverhalten der Bürgerinnen und Bürger Rechnung, die diese Netzwerke immer stärker zur politischen Information nutzen. Insofern handelt es sich um Kommunikationsplattformen, auf welchen die Landesregierung bürgernah, dialogorientiert und transparent informiert und mit den Menschen interagiert. Die Entscheidung, welche Beiträge auf diesen Plattformen beworben werden, um die Reichweite zu erhöhen, richtet sich zuvorderst nach der Relevanz der jeweiligen Nachricht für die Bürgerinnen und Bürger. Die Hessische Landesregierung informiert in erster Linie über ihr Regierungshandeln und über Entscheidungen, welche die in Hessen lebenden Menschen betreffen. Die moderat genutzten Möglichkeiten der Bewerbung von Beiträgen werden vornehmlich an die auf den Kanälen vertretenen, in Hessen wohnhaften Personen ab 18 Jahren ausgespielt. Sind Informationen für bestimmte Zielgruppen besonders relevant – wie etwa Ausbildungs- oder Servicethemen – werden diese im Einzelfall besonders adressiert.

Wiesbaden, 6. Mai 2021

Axel Wintermeyer

Anlage 1 - Kleine Anfrage 20/5075 - Staatskanzlei

Zu Frage 1: Soziales Netzwerk	Zu Frage 1: Startdatum/ Aktivitätsdauer	Zu Frage 2: Likes, Follower, Abonnenten (Hinweis: Stand der Zahlen jeweils zum Jahresende 2015 bis 2020)	Zu Frage 3: Anzahl der Posts (inkludiert Beiträge und Videos), die seit 2015 bis 2020 jährlich abgesetzt wurden	Zu Frage 5: MitarbeiterInnen, die Netzwerke betreiben nach Jahren und Entgeltgruppen aufgeschlüsselt	Zu Frage 6: Externe Dienstleister (Jahr, Dienstleistung, Kosten)	Zu Frage 7: Bezahlte Werbung (für 2015 bis 2020 einzeln aufgeschlüsselt)	Zu Frage 8 und 10: Bezahlte Werbung für Facebook-Fanseiten (Page Like Ads und andere)
Facebook/hessen.de	Mai 12	2015: 10.696 Fans, 2016: 11.945 Fans, 2017: 19.444 Fans, 2018: 21.754 Fans, 2019: 23.659 Fans, 2020: 53.014 Fans	2015-2018: ca. 660 per annum 2019: 731 2020: 651	<p>Die nachfolgenden aufgeführten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind nur mit einem Anteil ihrer Arbeitszeit für die Betreuung der aufgeführten Social-Media-Kanäle zuständig gewesen. In Stellen gerechnet war maximal eine Person in Vollzeit mit der redaktionellen Pflege der Kanäle bis einschließlich Juni 2020 betraut.</p> <p>2015 Referentin, Höherer Dienst Sachbearbeiterin, Gehobener Dienst Sachbearbeiter, Gehobener Dienst</p> <p>2016 Referentin, Höherer Dienst Sachbearbeiter, Gehobener Dienst Sachbearbeiterin, Gehobener Dienst (6 Monate)</p> <p>2017 Referatsleiterin, Höherer Dienst Sachbearbeiterin, Gehobener Dienst Sachbearbeiter, Gehobener Dienst</p> <p>2018 Referatsleiterin, Höherer Dienst Sachbearbeiterin, Gehobener Dienst Sachbearbeiterin, Gehobener Dienst Sachbearbeiter, Gehobener Dienst (4 Monate)</p> <p>2019 Referatsleiterin, Höherer Dienst Referentin, Höherer Dienst Sachbearbeiterin, Gehobener Dienst Sachbearbeiter, Gehobener Dienst (2 Monate)</p> <p>2020 Referatsleiterin, Höherer Dienst</p>	keine	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 2019: 3.360,36 Euro 2020: 536,83 Euro	keine
Facebook/Hessentag	Dez 10	*2017: 10.000 Fans, Juni 2018: 14.000 Fans, 2019: 14.516 Fans, 2020: 14.530 Fans	2018-2015: ca. 228 pro Jahr 2019: 158 2020: 14			keine	
Facebook/wirliebenhessen	Mrz 18 bis Juni 19	1.972 (bis 24.04.2019)	im genannten Zeitraum ca. 180			keine	
Facebook/HessischeStaatskanzlei	Nov 11	*Zum 18. Januar 2019: 620 Fans; 2020: 1.668 Fans; auf dem Kanal finden keine Postingaktivitäten statt	2018-2020: 2*			keine	
Twitter/RegHessen	Mrz 11	2015: 4.111 Follower, 2016: 6.441 Follower, 2017: 11.700 Follower, 2018: 13.900 Follower, 2019: 14.600 Follower, 2020: 23.420 Follower	2018-2015: ca. 1020 pro Jahr 2019: 495 2020: 831			keine	
Twitter/HessentagNews	Mrz 11	*Juni 2017: 1.379 Follower, Juni 2018: 1.439 Follower, Juni 2019: ca. 1.569 Erhebungen zumeist in der Jahresmitte	*2017: 376 2018: 306 2019: 70 2020: 9			keine	
Instagram/regierunghessen	Jul 18	2018: 1.256 Abonnenten, 2019: 3.358 Abonnenten, 2020: 24.100 Abonnenten	2018: 58 2019: 84 2020: 119			keine	
Instagram/hessentag	Okt 16	*Mai 2017: 120 Abonnenten Juni 2018: 1.827 Abonnenten, Juni 2019: 2.161 Erhebungen zumeist in der Jahresmitte	2016: 19 2017: 74 2018: 100 2019: 69 2020: 7			keine	

YouTube/Land Hessen	Jan 11	2020: 2.060 Abonnenten*	2015: 144 2016: 98 2017: 129 2018: 171 2019: 117 2020: 187	Referentin, Höherer Dienst Sachbearbeiterin, Gehobener Dienst (3 Monate) Sachbearbeiter, Gehobener Dienst (3 Monate) Sachbearbeiterin, Gehobener Dienst (Teilzeit 50 %) – nur Social Media			
Instagram/wirliessen	Mrz 18 bis Juni 19	1.027 (bis 24.04.2019)	im genannten Zeitraum ca. 100				
*Kennzahlen wurden nicht gespeichert für die restlichen/einzelnen Jahre	*die Kennzahlen der restlichen/einzelnen Jahre wurden nicht gespeichert						

Anlage 1 - Kleine Anfrage 20/5075 - MinD

Zu Frage 1: Soziales Netzwerk	Zu Frage 1: Startdatum/ Aktivitätsdauer	Zu Frage 2: Likes, Follower, Abonnenten (Hinweis: Stand der Zahlen jeweils zum Jahresende 2015 bis 2020)	Zu Frage 3: Anzahl der Posts (inkludiert Beiträge und Videos), die seit 2015 bis 2020 jährlich abgesetzt wurden	Zu Frage 5: MitarbeiterInnen, die Netzwerke betreuen nach Jahren und Entgeltgruppen aufgeschlüsselt	Zu Frage 6: Externe Dienstleister (Jahr, Dienstleistung, Kosten)	Zu Frage 7: Bezahlte Werbung (für 2015 bis 2020 einzeln aufgeschlüsselt)	Zu Frage 8 und 10: Bezahlte Werbung für Facebook-Fanseiten (Page Like Ads und andere)
Facebook/DigitalministeriumHessen	seit März 2019	Ende 2019 - 1.096 Ende 2020 - 2.071	2019 - 142 2020 - 201	2019 - 1 Mitarbeiter ist mit ca. 50 % seiner Arbeitszeit für den Bereich Social Media im höheren Dienst tätig. 2020 - 1 Mitarbeiter ist mit ca. 50 % seiner Arbeitszeit für den Bereich Social Media im gehobenen Dienst tätig.	2020: Unterstützung bei der Erstellung von Social Media Beiträgen - 15.800 €	2019: 25,00 € 2020: 5.584,64 €	Fehlanzeige
Instagram/digitaleshessen	seit März 2019	Ende 2019 - 1.057 Ende 2020 - 1.924	2019 - 54 2020 - 123			2019: 25,00 € 2020: 3.914,92 €	
Twitter/DigitalesHessen	seit Januar 2019	Ende 2019 - 1.041 Ende 2020 - 1.979	2019 - 226 2020 - 220			2019: keine 2020: keine	

Anlage 1 - Kleine Anfrage 20/5075 - MinBE

Zu Frage 1: Soziales Netzwerk	Zu Frage1: Startdatum/ Aktivitätsdauer	Zu Frage 2: Likes, Follower, Abonnenten (Hinweis: Stand der Zahlen jeweils zum Jahresende 2015 bis 2020)	Zu Frage 3: Anzahl der Posts (inkludiert Beiträge und Videos), die seit 2015 bis 2020 jährlich abgesetzt wurden	Zu Frage 5: MitarbeiterInnen, die Netzwerke betreuen nach Jahren und Entgeltgruppen aufgeschlüsselt	Zu Frage 6: Externe Dienstleister (Jahr, Dienstleistung, Kosten)	Zu Frage 7: Bezahlte Werbung (für 2015 bis 2020 einzeln aufgeschlüsselt)	Zu Frage 8 und 10: Bezahlte Werbung für Facebook-Fanseiten (Page Like Ads und andere)
Twitter/HEBerlinEuropa	Dez 16	2020: ca. 980*	Im Zeitraum von Dezember 2016 bis Ende 2020 1.556 Tweets* (einschließlich Retweets)	Der Account wird von dem Pressesprecher (Höherer Dienst) im Rahmen seiner Tätigkeit mitbetreut.			keine
YouTube/HesseninBerlinundEuropa	Apr 20	2020: 149*	2020: 108 (Livestreams einbegriffen)	Die Verwaltung des Kanals obliegt der Pressestelle. Die Videos unterteilen sich in durch die Pressestelle erstellte Videos und Grußworte und mit Hilfe technischer Dienstleister produzierte Formate wie #OneClicktoEurope. Das eigentliche Einstellen erfolgt durch das Streamen der Sendungen direkt.	Teilweise wurden längere Livestreams oder aufgezeichnete Videos (insgesamt 48 Veranstaltungen im digitalen Format, je ca. 45-60 min), mittels technischer Dienstleister produziert (Film/Ton). Insgesamt wurden im Zeitraum April 2020 bis Ende 2020 145.404,42 Euro einschließlich der Dolmetscherleistungen aufgewendet.		keine
Facebook/hessenmeetsbruessel	25.03.2014 bis 25.09.2017 (seit dem keine neuen Beiträge)	2017: 188*	2017: 5 2016: 7 2015: 10	Der Kanal war als Community für Referendare und Praktikanten der Landesvertretung gedacht und wurde unter Aufsicht der LV Brüssel auch mit Unterstützung dieser betrieben. Die Idee hat sich nicht bewährt. Der Kanal wird seit 2017 nicht mehr betrieben. Eine Löschung wird sich vorbehalten.	keine	keine	keine
Instagram/HesseninBerlinundEuropa	April 2019	2020: ca. 400*	2020: 42 2019:68	Der Account wurde 2019 von einer Mitarbeiterin (Gehobener Dienst) und wird seit 2020 von einer Referentin (Höherer Dienst) jeweils mit einem Anteil ihrer Arbeitszeit betreut.	keine	keine	keine
Facebook/luciaputtrich/	23.09.2019 (Als offizielle Seite der Ministerin für Bundes- und Europaangelegenheiten seit dem 14. Juli 2020)	Abonnenten Ende 2020: ca. 5.250	Im Zeitraum vom 14.7.20 bis 31.12.2020 wurden 59 Posts abgesetzt	Die Seite wird von dem Pressesprecher (Höherer Dienst) und einer Referentin (Höherer Dienst) neben deren übrigen Aufgaben mitbetreut.	keine	keine	keine
*die Kennzahlen der restlichen/einzelnen Jahre wurden nicht gespeichert							

Anlage 1 - Kleine Anfrage 20/5075 - HMWEVW

Zu Frage 1: Soziales Netzwerk	Zu Frage 1: Startdatum/ Aktivitätsdauer	Zu Frage 2: Likes, Follower, Abonnenten (Hinweis: Stand der Zahlen jeweils zum Jahresende 2015 bis 2020)	Zu Frage 3: Anzahl der Posts (inkludiert Beiträge und Videos), die seit 2015 bis 2020 jährlich abgesetzt wurden	Zu Frage 5: MitarbeiterInnen, die Netzwerke betreuen nach Jahren und Entgeltgruppen aufgeschlüsselt	Zu Frage 6: Externe Dienstleister (Jahr, Dienstleistung, Kosten)	Zu Frage 7: Bezahlte Werbung (für 2015 bis 2020 einzeln aufgeschlüsselt)	Zu Frage 8 und 10: Bezahlte Werbung für Facebook-Fanseiten (Page Like Ads und andere)
Twitter	seit 2015	2015: 1771, 2016: 491, 2017: 948, 2018: 1749, 2019: 2130, 2020: 2784	2015: 0, 2016 - 2019: nicht mehr ermittelbar, 2020: 298	Eine Mitarbeiterin im gehobenen Dienst mit circa 10 Wochenstunden von 2015 bis 2020	Keine	Keine	Keine
Facebook	seit 2015	2015: 5312, 2016 - 2017: nicht mehr ermittelbar, 2018: 5258, 2019: 5356, 2020: 5523	2015: 9, 2016: 130, 2017: 136, 2018: 124, 2019: 179, 2020: 159	Eine Mitarbeiterin im gehobenen Dienst mit circa 10 Wochenstunden von 2015 bis 2020	Keine	2016: 2224,93 Euro 2017: 4486,58 Euro 2018: 96,99 Euro 2019: 256,02 Euro 2020: 402,87 Euro	Keine
Youtube	seit 2015	2015: 53, 2016 - 2018: nicht mehr ermittelbar, 2019: 64, 2020: 76	2015: 3, 2016: 17, 2017: 19, 2018: 5, 2019: 24, 2020: 10	Eine Mitarbeiterin im gehobenen Dienst mit circa 10 Wochenstunden von 2015 bis 2020	Keine	Keine	Keine

Anlage 1 - Kleine Anfrage 20/5075 - HMdluS

Zu Frage 1: Soziales Netzwerk	Zu Frage1: Startdatum/ Aktivitätsdauer	Zu Frage 2: Likes, Follower, Abonnenten (Hinweis: Stand der Zahlen jeweils zum Jahresende 2015 bis 2020)	Zu Frage 3: Anzahl der Posts (inkludiert Beiträge und Videos), die seit 2015 bis 2020 jährlich abgesetzt wurden	Zu Frage 5: MitarbeiterInnen, die Netzwerke betreuen nach Jahren und Entgeltgruppen aufgeschlüsselt	Zu Frage 6: Externe Dienstleister (Jahr, Dienstleistung, Kosten)	Zu Frage 7: Bezahlte Werbung (für 2015 bis 2020 einzeln aufgeschlüsselt)	Zu Frage 8 und 10: Bezahlte Werbung für Facebook-Fanseiten (Page Like Ads und andere)
<p>Das Hessische Ministerium des Innern und für Sport verfügt über keine eigenen 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.</p>							

Anlage 1 - Kleine Anfrage 20/5075 - HwMf

Zu Frage 1: Soziales Netzwerk	Zu Frage1: Startdatum/ Aktivitätsdauer	Zu Frage 2: Likes, Follower, Abonnenten (Hinweis: Stand der Zahlen jeweils zum Jahresende 2015 bis 2020)	Zu Frage 3: Anzahl der Posts (inkludiert Beiträge und Videos), die seit 2015 bis 2020 jährlich abgesetzt wurden	Zu Frage 5: MitarbeiterInnen, die Netzwerke betreuen nach Jahren und Entgeltgruppen aufgeschlüsselt	Zu Frage 6: Externe Dienstleister (Jahr, Dienstleistung, Kosten)	Zu Frage 7: Bezahlte Werbung (für 2015 bis 2020 einzeln aufgeschlüsselt)	Zu Frage 8 und 10: Bezahlte Werbung für Facebook-Fanseiten (Page Like Ads und andere)
Twitter: @FinanzenHessen	Feb 15					2018 Facebook (Auspielung der Beiträge über den Facebook-Kanal von hessen.de) Bewerbung für Stellen im höheren Dienst: 2.500 €	
Facebook: @FinanzenHessen	März 20	2015* Twitter: 341 Abonnenten	2015 bis 2018*			2019 Facebook (Auspielung der Beiträge über den Facebook-Kanal von hessen.de) Bewerbung des dualen Studiums in der Hessen-IT: 4.500 €	
Instagram: finanzenhessen	März 20	2016* Twitter: 761 Abonnenten	2019 Twitter: 159	Die Social Media-Kanäle des Finanzministeriums werden von der Pressestelle betreut. Die Zahl der MitarbeiterInnen und Mitarbeiter der Pressestelle ist seit Jahren unverändert und wurde mit Eröffnung zunächst des Twitter-Accounts nicht erhöht. Zum Start der weiteren Kanäle 2020 wurde die Pressestelle vorübergehend von einer Mitarbeiterin des Ministeriums unterstützt.	2019 Konzeptionelle Unterstützung beim Aufbau weiterer Social Media- Kanäle: 26.989,20 € Schalten von Anzeigen: 79,55 € Schalten von Anzeigen: 367,50 € Schalten von Anzeigen: 139,82 €	2019 Facebook und Instagram (Auspielung über externe Dienstleister) Imageanzeigen für Landesbetrieb Bau und Immobilien Hessen: 795,45 € Imageanzeigen für Hessisches Competence Center für Neue Verwaltungssteuerung und die Hessische Zentrale für Datenverarbeitung: 3.675,00 € Imageanzeigen für IT Hessen: 699,09 € Imageanzeigen für duales Studium bei der Finanzverwaltung: 699,09 €	Fehlanzeige
YouTube: FinanzenHessen	Feb 20	2017* Twitter: 1.245 Abonnenten 2018* Twitter: 1.555 Abonnenten 2019 Twitter: 1.867 Abonnenten, 199 Likes 2020 Twitter: 3.016 Abonnenten, 1.868 Likes Facebook: 891 Abonnenten, 1.562 Likes Instagram: 1.370 Abonnenten, 5.956 Likes YouTube: 101 Abonnenten, 596 Likes	2020 Twitter: 552 Facebook: 308 Instagram: 251 YouTube: 14 * Hinsichtlich der Antworten zu den Fragen 2 und 3 wird darauf hingewiesen, dass die Anzahl der Likes und Posts der Jahre 2015 bis 2018 nicht mehr ermittelbar ist.		2020 Konzeptionelle Unterstützung beim Aufbau weiterer Social Media-Kanäle und Hilfe bei redaktioneller Betreuung: 65.424,71 €	2020 Facebook und Instagram Bürgerservice - Telefonische Erreichbarkeit der Finanzämter: 1.500,00 € Recruiting-Kampagne Oktober: 600,00 € Bürgerservice - Telefonische Erreichbarkeit der Finanzämter: 500,00 € Wegfall der Zahlungshinweise: 499,89 € Bürgerservice - Telefonische Erreichbarkeit der Finanzämter: 363,50 € Recruiting-Kampagne - IT-Studium: 250,00 € Recruiting-Kampagne - Duale Studiengänge: 250,00 € Recruiting-Kampagne - IT-Studium: 250,00 € Recruiting-Kampagne - Duale Studiengänge: 250,00 € Recruiting-Kampagne - Duale Studiengänge: 211,60 € Beitrag: Schulabgänger-Kampagne - #steuerliche Identifikationsnummer: 50,00 € Beitrag: Schulabgänger-Kampagne „Egal, ob Du in einem #Ausbildungsverhältnis oder als Student bzw. Studentin in einem Arbeitsverhältnis bist - Du musst Deinem Arbeitgeber bestimmte persönliche Daten nennen.“: 50,00 € Beitrag: Schulabgänger-Kampagne Eltern-Post: 50,00 € Beitrag: Schulabgänger-Kampagne: "Kann ich meine Studienkosten steuerlich absetzen?": 50,00 € Beitrag: Schulabgänger-Kampagne: "Erhalte ich meine gezahlte Lohnsteuer zurück?": 50,00 € Beitrag: Ausbildungsvielfalt Finanzressort: 48,24 €	

Anlage 1 - Kleine Anfrage 20/5075 - HMdJ

Zu Frage 1: Soziales Netzwerk	Zu Frage1: Startdatum/ Aktivitätsdauer	Zu Frage 2: Likes, Follower, Abonnenten (Hinweis: Stand der Zahlen jeweils zum Jahresende 2015 bis 2020)	Zu Frage 3: Anzahl der Posts (inkludiert Beiträge und Videos), die seit 2015 bis 2020 jährlich abgesetzt wurden	Zu Frage 5: MitarbeiterInnen, die Netzwerke betreuen nach Jahren und Entgeltgruppen aufgeschlüsselt	Zu Frage 6: Externe Dienstleister (Jahr, Dienstleistung, Kosten)	Zu Frage 7: Bezahlte Werbung (für 2015 bis 2020 einzeln aufgeschlüsselt)	Zu Frage 8 und 10: Bezahlte Werbung für Facebook-Fanseiten (Page Like Ads und andere)
Twitter/Justiz_Hessen	15. Mrz 16	31.12.2020: rund 1600 Follower* weitere Angaben sind nicht mehr möglich	2016: 179 (inkl. Retweets) 2017: 79 (inkl. Retweets) 2018: 201 (inkl. Retweets) 2019: 76 (inkl. Retweets) 2020: 78 (inkl. Retweets) **	Im Hessischen Ministerium der Justiz sind aktuell eine Referatsleiterin und ein Sachbearbeiter mit einem Bruchteil ihrer Arbeitskraft mit der Pflege der sozialen Netzwerke betraut, insgesamt liegt der Zeitaufwand zwischen 0,1 und 0,2 AKA (Arbeitskraftanteile). 2016 - 2017: Ein Mitarbeiter, Höherer Dienst 2018 - 2020: Ein/e Mitarbeiter/in, Höherer Dienst und ein/e Mitarbeiter/in, Gehobener Dienst	2020: Konzeption und begleitende Beratung für den Launch einer App, Erstellung von Social Media Content für Instagram, Facebook und Strategieberatung für alle drei Netzwerke: 3.340,80 €	keine	keine
Facebook/Justizministerin.Hessen	07. Feb 19	31.12.2019: 4.904 Abonnenten 31.12.2020: 4.920 Abonnenten	2019: 136 2020: 68			2018/2019: 1.925,38 € (Abrechnung ist nur in 2019 erfolgt) 2020: 490,00 €	keine
Instagram/Justiz__Hessen	03. Apr 20	31.12.2020: ca. 1100 Abonnenten*	2020: 59			2020: 459,25 €	keine
youtube/Justiz_Hessen	11. Apr 19	31.12.2020: ca. 10 Abonnenten* , weitere Angaben sind nicht mehr möglich	2019: 8 2020: 14	keine	keine	keine	
* geschätzt für den 31.12.2020 auf Grundlage der aktuellen Abonnentenzahl							
** jeweils exklusive Antworten auf eigene oder fremde Posts							

Anlage 1 - Kleine Anfrage 20/5075 - HKM

Zu Frage 1: Soziales Netzwerk	Zu Frage1: Startdatum/ Aktivitätsdauer	Zu Frage 2: Likes, Follower, Abonnenten (Hinweis: Stand der Zahlen jeweils zum Jahresende 2015 bis 2020)	Zu Frage 3: Anzahl der Posts (inkludiert Beiträge und Videos), die seit 2015 bis 2020 jährlich abgesetzt wurden	Zu Frage 5: MitarbeiterInnen, die Netzwerke betreuen nach Jahren und Entgeltgruppen aufgeschlüsselt	Zu Frage 6: Externe Dienstleister (Jahr, Dienstleistung, Kosten)	Zu Frage 7: Bezahlte Werbung (für 2015 bis 2020 einzeln aufgeschlüsselt)	Zu Frage 8 und 10: Bezahlte Werbung für Facebook- Fanseiten (Page Like Ads und andere)
-------------------------------------	---	---	---	--	--	--	---

Das Hessische Kultusministerium betreibt keine eigenen Social-Media Accounts. Das Referat M.2 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (ein Referent und ein Sachbearbeiter) beliefert aber die Hessische Staatskanzlei und deren Social-Media-Kanäle mit bildungspolitischen Inhalten und Themen. Da keine eigenen Kanäle vorhanden sind, wurde im Jahr 2020 über den Kanal der Staatskanzlei www.facebook.com/hessen.de bezahlte Werbung in Höhe von 4.685,17 Euro verausgabt (Frage 7).

Anlage 1 - Kleine Anfrage 20/5075 - HMWK

Zu Frage 1: Soziales Netzwerk	Zu Frage1: Startdatum/ Aktivitätsdauer	Zu Frage 2: Likes, Follower, Abonnenten (Hinweis: Stand der Zahlen jeweils zum Jahresende 2015 bis 2020)	Zu Frage 3: Anzahl der Posts (inkludiert Beiträge und Videos), die seit 2015 bis 2020 jährlich abgesetzt wurden	Zu Frage 5: MitarbeiterInnen, die Netzwerke betreuen nach Jahren und Entgeltgruppen aufgeschlüsselt	Zu Frage 6: Externe Dienstleister (Jahr, Dienstleistung, Kosten)	Zu Frage 7: Bezahlte Werbung (für 2015 bis 2020 einzeln aufgeschlüsselt)	Zu Frage 8 und 10: Bezahlte Werbung für Facebook-Fanseiten (Page Like Ads und andere)
Twitter/hmwk_hessen	01.03.2019	Ende 2019: rund 590 Follower, Ende 2020: Rund 1700 Follower	Ende 2019: rund 120 Tweets, Ende 2020: rund 790 Tweets	2019: der stellvertretende Pressesprecher, Höherer Dienst und die Referentin der Pressestelle, Höherer Dienst, 2020: zusätzlich eine Sachbearbeiterin im gehobenen Dienst, jeweils mit einem kleinen Teil ihrer Arbeitszeit		2019: Beworbene Tweets im Gesamtvolumen von 440 Euro	
Instagram/hmwk_hessen	01.09.2019	Ende 2019: rund 1.000 Follower, Ende 2020: Rund 5.000 Follower	Ende 2019: rund 130 Posts, Ende 2020: rund 400 Posts	2019: der stellvertretende Pressesprecher, Höherer Dienst und die Referentin der Pressestelle im Höheren Dienst, 2020: zusätzlich eine Sachbearbeiterin im Gehobenen Dienst, jeweils mit einem kleinen Teil ihrer Arbeitszeit		2019: Beworbene Posts im Gesamtvolumen von 1100 Euro. 2020: Beworbene Posts im Gesamtvolumen von 190 Euro.	
Facebook/HessenSchafftWissen	01.11.2012	2016: 16.467 2017: 22.078 2018: 25.294 2019: 24.828 2020: 24.460 (Follower)	2016: 209 2017: 77 2018: 104 2019: 73 2020: 67	Seit 2012: Betreut durch HA Hessen Agentur GmbH Globalbudget	Betreut durch HA Hessen Agentur GmbH Globalbudget Zur Umsetzung der Kampagnen „Hessen schafft Wissen“ 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 verschiedenster Kanäle in den sozialen Netzwerken. Eine detaillierte Aufschlüsselung nach Kosten und Personalaufwand ist nicht möglich.	2016: Online Advertising Facebook 33.113 Euro 2017: Online Advertising Facebook 32.224 Euro 2018: Online Advertising Facebook 27.255 Euro 2019: Online Advertising Facebook 19.145 Euro 2020: Online Advertising Facebook 16.577 Euro	keine

Facebook/Kultur-In-Hessen	01.06.2017	2017: 238 2018: 1.854 2019: 4.386 2020: 5.757	2017: 111 2018: 260 2019: 259 2020: 191	Seit 2017: Betreut durch HA Hessen Agentur GmbH Globalbudget	Betreut durch HA Hessen Agentur GmbH Globalbudget Zur Umsetzung der Kampagnen „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 verschiedenster Kanäle in den sozialen Netzwerken. Eine detaillierte Aufschlüsselung nach Kosten und Personalaufwand ist nicht möglich.	<u>Dienstleister 1: Medienbudget</u> 2017: 0,00 Euro 2018: 9.817,32 Euro 2019: 5.998,08 Euro 2020: 5.855,93 Euro	Zu Frage 8: Beworbene Facebookseite: Kultur-In-Hessen => Kosten siehe Frage 7 Zu Frage 10: Nur in 2019: 123,92 Euro für „Page Like Ads“ der Facebook-Seiten (Fanaufbau)
Instagram/hessenschafftwissen	01.10.2015	2016: 361 2017: 714 2018: 1126 2019: 1561 2020: 2118	2016: 116 2017: 72 2018: 44 2019: 36 2020: 117 (Follower)	Seit 2015: Betreut durch HA Hessen Agentur GmbH Globalbudget	Betreut durch HA Hessen Agentur GmbH Globalbudget Zur Umsetzung der Kampagnen „Hessen schafft Wissen“ 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 verschiedenster Kanäle in den sozialen Netzwerken. Eine detaillierte Aufschlüsselung nach Kosten und Personalaufwand ist nicht möglich.	2020: Online Advertising Instagram 6348 Euro	
Instagram/entdecke_hessen	01.06.2016	2016: 3.419 2017: 4.321 2018: 6.202 2019: 9.251 2020: 14.515	2016: 66 2017: 72 2018: 143 2019: 165 2020: 170	Seit 2016: Betreut durch HA Hessen Agentur GmbH Globalbudget	Betreut durch HA Hessen Agentur GmbH Globalbudget Zur Umsetzung der Kampagnen „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 verschiedenster Kanäle in den sozialen Netzwerken. Eine detaillierte Aufschlüsselung nach Kosten und Personalaufwand ist nicht möglich.	keine	

YouTube/Kultur in Hessen	01.06.2017	2017: 10 2018: 17 2019: 22 2020: 35	2017: 10 2018: 23 2019: 0 2020: 2	Seit 2017: Betreut durch HA Hessen Agentur GmbH Globalbudget	keiner	keine	
YouTube/Hessen-schafft-Wissen	01.02.2014	2016: 793 2017: 2.172 2018: 4.522 2019: 5.927 2020: 7.160 (Follower)	2016: 37 2017: 7 2018: - 2019: 29 2020: 31	Seit 2012: Betreut durch HA Hessen Agentur GmbH Globalbudget	Betreut durch HA Hessen Agentur GmbH Globalbudget Zur Umsetzung der Kampagnen „Hessen schafft Wissen“ 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 verschiedenster Kanäle in den sozialen Netzwerken. Eine detaillierte Aufschlüsselung nach Kosten und Personalaufwand ist nicht möglich.	2016: Online Advertising YouTube 28.263 Euro 2017: Online Advertising YouTube 37.984 Euro 2018: Online Advertising YouTube 27.544 Euro 2019: Online Advertising YouTube 23.637 Euro 2020: Online Advertising YouTube 29.236 Euro	
Pinterest/Kultur in Hessen	01.02.2020	2020: 23	2020: 46	Seit 2020: Betreut durch HA Hessen Agentur GmbH Globalbudget	Betreut durch HA Hessen Agentur GmbH Globalbudget Zur Umsetzung der Kampagnen „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 verschiedenster Kanäle in den sozialen Netzwerken. Eine detaillierte Aufschlüsselung nach Kosten und Personalaufwand ist nicht möglich.	keine	

Anlage 1 - Kleine Anfrage 20/5075 - HMKLV

Zu Frage 1: Soziales Netzwerk	Zu Frage 1: Startdatum/ Aktivitätsdauer	Zu Frage 2: Likes, Follower, Abonnenten (Hinweis: Stand der Zahlen jeweils zum Jahresende 2015 bis 2020)	Zu Frage 3: Anzahl der Posts (inkludiert Beiträge und Videos), die seit 2015 bis 2020 jährlich abgesetzt wurden	Zu Frage 5: MitarbeiterInnen, die Netzwerke betreuen nach Jahren und Entgeltgruppen aufgeschlüsselt	Zu Frage 6: Externe Dienstleister (Jahr, Dienstleistung, Kosten)	Zu Frage 7: Bezahlte Werbung (für 2015 bis 2020 einzeln aufgeschlüsselt)	Zu Frage 8 und 10: Bezahlte Werbung für Facebook-Fansseiten (Page Like Ads und andere)
Twitter	seit März 2015						
Facebook	seit Juli 2019						
Instagram	seit Juli 2019	Jeweils zum Jahresende 2020*: Twitter: 3.163 Follower, Instagram: 6.294 Abonnenten, Facebook: 10.484 Likes und 11.158 Abonnements YouTube < 20 Abos (Kanal wird nicht aktiv beworben)	2015-2020 wurden auf Twitter ca. 4.000 Beiträge* 2019: Instagram (134), Facebook (208); 2020: Instagram (223), Facebook (299)	2015-2018: 0,5 Personen im höheren Dienst; seit 2019: Eine Person im gehobenen Dienst	Im Rahmen der Kampagne Sauberhaftes Hessen werden seit 2015 jedes Jahr 7.418 Euro für die Pflege der Homepage und Soziale Medien aufgewandt. Dieses Geld stammt jedoch nicht aus dem Haushalt des Umweltministeriums sondern wird vom Förderverein „Sauberhaftes Hessen“ e.V. bezahlt. Im Rahmen der Kommunikationskampagne zum Integrierten Klimaschutzplan wurden 2018 insgesamt 27.320,00 Euro, 2019 52.960,00 Euro und 2020 26.604,52 Euro für externe Dienstleistungen im Rahmen der Social-Media- Kommunikation aufgewendet.	2015: Keine bezahlte Werbung; 2016: keine bezahlte Werbung; 2017: Twitter 62,10 Euro; 2018: Facebook/Instagram: 3.023,22 Euro (über die Kanäle der Kreativagentur, da wir noch keine eigenen Kanäle hatten); 2019: Facebook und Instagram: 10.036,49 (davon 4145,97 Euro im ersten Halbjahr über die Kanäle der Kreativagentur, da unser Haus noch keine eigenen Auftritte hatte - diese wurden erst im Sommer gestartet), Twitter: Keine bezahlte Werbung; 2020: Facebook und Instagram: 17.733,46 Euro, Twitter: 1.645,69 Euro	Werbemaßnahmen wurden im abgefragten Zeitraum ausschließlich auf den Hauptkanälen des HMKLV geschaltet. Ehemalige Kampagnenseiten wurden zwischen 2019 und 2020 stillgelegt, sodass dort keine Werbung geschaltet wurde.
YouTube	seit Ende 2020						
	*die Kennzahlen der restlichen/einzelnen Jahre wurden nicht gespeichert						

Anlage 1 - Kleine Anfrage 20/5075 - HMSI

Zu Frage 1: Soziales Netzwerk	Zu Frage 1: Startdatum/ Aktivitätsdauer	Zu Frage 2: Likes, Follower, Abonnenten (Hinweis: Stand der Zahlen jeweils zum Jahresende 2015 bis 2020)	Zu Frage 3: Anzahl der Posts (inkludiert Beiträge und Videos), die seit 2015 bis 2020 jährlich abgesetzt wurden	Zu Frage 5: MitarbeiterInnen, die Netzwerke betreuen nach Jahren und Entgeltgruppen aufgeschlüsselt	Zu Frage 6: Externe Dienstleister (Jahr, Dienstleistung, Kosten)	Zu Frage 7: Bezahlte Werbung (für 2015 bis 2020 einzeln aufgeschlüsselt)	Zu Frage 8 und 10: Bezahlte Werbung für Facebook-Fanseiten (Page Like Ads und andere)		
Facebook / sozialhessen	01.02.2018	31.12.2018: 611 Likes / 672 Abos 31.12.2019: 1.178 Likes / 1.244 Abos 31.12.2020: 8.421 Likes / 23.858 Abos	2018: 137 2019: 122 2020: 343	2018: Ein Referent, Höherer Dienst 2019: Ein Referent, Höherer Dienst 2020: Ein Referent, Höherer Dienst	2018: Fehlanzeige 2019: Impfkampagne Maederdesign - Infografik Mädchen: 280 Euro + 19% MwSt. auch auf Twitter veröffentlicht 2020: Impfkampagne Maederdesign - 4 Infografiken 1.261 Euro + 19% MwSt. auch auf Twitter veröffentlicht Preis für lesbische Sichtbarkeit 3 kurze Videos 11.083,80 € inkl. 16 % Mwst. auch auf Twitter veröffentlicht	2018: keine Werbung 2019: keine Werbung 2020: keine Werbung	2018: keine Werbung 2019: keine Werbung 2020: keine Werbung		
Twitter / sozialhessen		31.12.2018: 320 31.12.2019: 667 31.12.2020: 3.721	2018: 280 2019: 99 2020: 397		2018: Fehlanzeige 2019: Impfkampagne (siehe FB) 2020: Impfkampagne (siehe FB) Preis für lesbische Sichtbarkeit (siehe FB)			2018: keine Werbung 2019: keine Werbung 2020: keine Werbung	2018: keine Werbung 2019: keine Werbung 2020: keine Werbung
Instagram / sozialhessen		31.12.2018: 328 31.12.2019: 637 31.12.2020: 1.266	2018: 78 2019: 29 2020: 6		2018: Fehlanzeige 2019: Fehlanzeige 2020: Erzieher*innen Kampagne (siehe FB)			2018: keine Werbung 2019: keine Werbung 2020: keine Werbung	2018: keine Werbung 2019: keine Werbung 2020: keine Werbung
FB / Tausend Rollen Dein Job	01.10.2020	31.12.2020: 160 Likes /162 Abos	2020: 48	Externer Dienstleister // siehe Antwort auf Frage 6	Erzieher*innen Kampagne Agentur Mandelkern Aufbau und Betreuung der Social-Media-Kanäle Facebook und Instagram 9.583,00 € + 16 % Mwst.	keine Werbung	Werbekampagne zur Gewinnung von Fachkräften für die Kinder- und Jugendhilfe - 8 Anzeigen bei Facebook - 135 Euro (brutto)		
Insta / Tausend Rollen Dein Job	01.10.2020	31.12.2020: 68	2020: 41	Externer Dienstleister // siehe Antwort auf Frage 6	siehe FB	keine Werbung	keine Werbung		
FB / Inklusion erleben	Mai 2016 - Mai 2018	im Einzelnen unbekannt, zum Zeitpunkt der Abschaltung 137 Likes / 146 Abos	2016: 64 2017: 57 2018: 2	2016: Eine Person im gehobenen Dienst 2017: Eine Person im gehobenen Dienst 2018: Eine Person im höheren Dienst	Fehlanzeige	Fehlanzeige	Fehlanzeige		
FB / Löwen im Herz	16.11.2016	im Einzelnen unbekannt, aktuell 93 Likes / 98 Abos	2016: 0 2017: 28 2018: 88 2019: 19	2018: Ref. VI 4a, eine Person im gehobenen Dienst 2019: Ref. VI 4a, eine Person im gehobenen Dienst	Hier können die Kosten für Social Media nicht separat ausgewiesen werden - Social Media war Teil eines Gesamtpakets	Fehlanzeige	Fehlanzeige		

Anlage 2 - Kleine Anfrage 20/5075

Geschäftsbereich MP/Staatskanzlei	Frage1: Soziales Netzwerk			Frage 1: Startdatum/ Aktivitätsdauer	
					Start
einzelner nachgeordneter Bereich:					
HSL		Twitter		10.06.2009	
HSL		YouTube		27.04.2017	
HSL		Facebook		10.12.2018	
HLZ		Instagram		Mai 18	
		Facebook		Mai 18	
LV Berlin	Twitter/HE_in_Berlin			August 2019 bis 25.11.2020	

Anlage 2 - Kleine Anfrage 20/5075

Geschäftsbereich HMdIS	Frage1: Soziales Netzwerk			Frage 1: Startdatum/ Aktivitätsdauer		
				Angaben Start in Monat und Jahr 20../nur das Jahr		
einzelner nachgeordneter Bereich:						
Regierungspräsidium Kassel	Instagram	YouTube	Facebook (nur EDIC)	Sep 19	Aug 19	Aug 18
Regierungspräsidium Gießen	YouTube		Facebook	2015		Mrz 13
Hessisches Landeskriminalamt	Twitter		Facebook	Apr 15		Jul 11
HfPV	YouTube			2016		
Polizeipräsidium Frankfurt am Main	Twitter	Instagram	Facebook	Jan 14	Jan 16	Jan 15
Polizeipräsidium Frankfurt am Main	Giphy			Dez 18		
Polizeipräsidium Westhessen	Twitter	Instagram	Facebook	Jul 16	Dez 16	Jul 16
Polizeipräsidium Nordhessen	Twitter	Instagram	Facebook	Apr 15	Jun 20	Jun 17
Polizeipräsidium Mittelhessen	Twitter	Instagram	Facebook	Apr 16	Nov 18	Apr 16
Polizeipräsidium Osthessen	Twitter	Instagram		Jul 15	Sep 18	
Polizeipräsidium Südosthessen	Twitter	Instagram	Facebook	Sep 16	Dez 17	Sep 16
Polizeipräsidium Südhessen	Twitter		Facebook	Aug 16		Aug 16
Polizeiakademie Hessen	YouTube	Instagram	Facebook	Mrz 16	Jun 17	Feb 14
Personalbereich RP Darmstadt		Xing			2020	
EDIC Darmstadt im RP Darmstadt		Instagram	Facebook		Nov 18	Mai 11
Lagezentrum LPP	Twitter			Apr 18		

Anlage 2 - Kleine Anfrage 20/5075

Geschäftsbereich HMdF	Frage 1: Soziales Netzwerk	Frage 1: Startdatum/ Aktivitätsdauer
einzelner nachgeordneter Bereich:		
Oberfinanzdirektion Frankfurt	Instagram (karriere.steuern.hessen)	21.02.2019
Oberfinanzdirektion Frankfurt	YouTube (Hessische Finanzverwaltung)	28.06.2016
Landesbetrieb Bau und Immobilien Hessen	YouTube	01.06.2019

Anlage 2 - Kleine Anfrage 20/5075

Geschäftsbereich HMdJ	Frage1: Soziales Netzwerk	Frage 1: Startdatum/ Aktivitätsdauer
einzelner nachgeordneter Bereich:		
Generatstaatsanwaltschaft Frankfurt am Main Zentralstelle zur Bekämpfung der Internetkriminalität (ZIT)	Twitter	Oktober 2020
Oberlandesgericht Frankfurt am Main	Twitter	September 2018
	Facebook	ca. 2012
Amtsgericht Frankfurt	Facebook	Oktober 2017

Anlage 2 - Kleine Anfrage 20/5075

Geschäftsbereich HKM	Frage1: Soziales Netzwerk	Frage 1: Startdatum/ Aktivitätsdauer
einzelner nachgeordneter Bereich:		
Fehlanzeige	Fehlanzeige	

Anlage 2 - Kleine Anfrage 20/5075

Geschäftsbereich HMWK	Frage1: Soziales Netzwerk	Frage 1: Startdatum/ Aktivitätsdauer
einzelner nachgeordneter Bereich:		
LfDH (Landesbehörde d. HMWK)	Fehlanzeige	

Anlage 2 - Kleine Anfrage 20/5075

Geschäftsbereich HMWEVW	Frage1: Soziales Netzwerk	Frage 1: Startdatum/ Aktivitätsdauer
einzelner nachgeordneter Bereich:		
Hessen Mobil	Instagram	06.09.2019 bis heute
	YouTube	14.10.2013 bis heute
	LinkedIn	01.04.2020 bis heute
Hessisches Landesamt für Bodenmanagement und Geoinformation	Facebook	01.07.2017 bis heute
	YouTube	29.11.2018 bis heute
TÜH Staatliche Technische Überwachung Hessen	keine Social-Media-Accounts	
Hessische Eichdirektion	keine Social-Media-Accounts	

*Abonnentenzahlen Stand 03.03.2020

Anlage 2 - Kleine Anfrage 20/5075

Geschäftsbereich HMUKLV	Frage1: Soziales Netzwerk	Frage 1: Startdatum/ Aktivitätsdauer
einzelner nachgeordneter Bereich:		Start bis heute
Verbraucherfenster.de (Landesbetrieb Hessisches Landeslabor)	Twitter	Jun 11
	Facebook	Dez 15
Landesbetrieb Hessisches Landeslabor	Youtube	Sep 16
	Facebook	Mrz 13