



Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, 11044 Berlin

Herrn  
Stephan Brandner, MdB  
Platz der Republik 1  
11011 Berlin

**Steffen Seibert**  
Staatssekretär  
Sprecher der Bundesregierung

Dorotheenstr. 84  
10117 Berlin

Postanschrift:  
11044 Berlin

Tel. +49 30 18 272-2000  
Fax +49 30 18 272-2150

sts@bpa.bund.de

www.bundesregierung.de

Berlin, *24.* April 2018  
Seite 1 von 3

Sehr geehrter Herr Abgeordneter,

Ihre Mündliche Frage Nummer 51 für die Fragestunde am 25. April 2018

*Schaltet die Bundesregierung trotz des Datenskandals bei Facebook weiterhin auf den Seiten von Facebook Werbung, wofür laut Auskunft der Bundesregierung im Jahr 2017 insgesamt 4.977.440 Euro aufgewandt wurden (vgl. BT Drs. 19/1556 S. 3), und wie begründet sie diese Entscheidung vor allem im Hinblick auf die vom Chef des Bundeskanzleramtes und Bundesminister für besondere Aufgaben, Prof. Dr. Helge Braun, angekündigten Daten-Ethikkommission (vgl. Handelsblatt online vom 22.03.2018)?*

beantworte ich wie folgt:

Lassen Sie mich zunächst klarstellen: Dass die Bundesregierung im Jahr 2017 im Umfang von 4.977.440 Euro „Werbung auf Facebook“ geschaltet haben soll, ist unzutreffend. Da Sie sich auf die Antwort der Bundesregierung auf die Schriftliche Frage 3/223 des Abgeordneten Holm beziehen, möchte ich auf folgendes hinweisen: Der Betrag, der dort genannt wird, bezieht sich auf Zahlungen aller Ressorts für das so genannte „Sponsoring“, also gesponserte Beiträge und herkömmliche Anzeigen, in allen sozialen Medien, nicht nur bei Facebook.

Wie wir in der Antwort der Bundesregierung klargestellt haben, ist der Begriff „Sponsoring“ dabei nicht im herkömmlichen Sinne also nicht als „monetäre Unterstützung zur Förderung eines Unternehmenszwecks“ zu verstehen.



Seite 2 von 3

Mit dem „Sponsoring“ eines Beitrags ist hier lediglich gemeint, dass ein Kommunikationsbeitrag, ein sog. Post, häufiger, beziehungsweise prominenter im sog. „Newsfeed“ dargestellt wird und auf diese Weise mehr Nutzer erreicht. Der Beitrag wird dabei durch einen kleinen Vermerk als „Gesponsert“ gekennzeichnet. Andere Kommunikations- und Informationsinhalte der Bundesregierung werden als Banner neben den Posts angezeigt.

Die Bundesregierung betreibt keine Werbung im allgemeinsprachlichen Sinne des Wortes. Sie nutzt die Sozialen Medien um ihren verfassungsmäßigen Auftrag zur Information der Bürgerinnen und Bürger über ihre Tätigkeit, Vorhaben und Ziele zu erfüllen. Es geht also um Information und „auch bezahlte“ Kommunikation der Bundesregierung mit den Bürgerinnen und Bürgern. Beides findet gegenwärtig und bis auf weiteres auch auf Facebook statt.

Dafür gibt es auch gute Gründe: Die Bundesregierung nutzt erfolgreich Social-Media-Angebote als zeitgemäße Erweiterung ihrer Kommunikation mit den Bürgern. Diese Angebote sind dialogorientiert und bürgernah. Sie ermöglichen einen unmittelbaren Einblick in das Regierungshandeln und sorgen damit für mehr Transparenz.

Übrigens, und auch das ist uns wichtig: Unsere Inhalte bei Facebook sind öffentlich einsehbar – auch für Nutzer, die keinen Account anlegen wollen.

Etwa 30 Mio. Menschen in Deutschland nutzen allein Facebook. Facebook und andere soziale Netzwerke sind damit Teil der Medien- und Kommunikationslandschaft in Deutschland.

Facebook wird von vielen Menschen auch zur politischen Information genutzt. Das ist eine Tatsache, die wir anerkennen müssen - bei aller berechtigten Kritik an Facebook, die auch wir immer wieder geäußert haben:

Deshalb ist und bleibt Facebook im Bundespresseamt – und auch für viele Bundesministerien und nachgeordnete Behörden – ein wichtiger Bestandteil der Öffentlichkeitsarbeit.

Man sollte zwei Dinge nicht miteinander verwechseln, nämlich zum einen die Kritik an Facebook und an dessen Umgang mit den Daten der Nutzer - eine Kritik, hinter der wir absolut stehen und die Facebook natürlich auffordert, erhebliche Veränderungen vorzunehmen - und zum anderen



Seite 3 von 3

den Auftrag der Bundesregierung, die Öffentlichkeitsarbeit so zu betreiben, dass sie auch wirklich die Bürgerinnen und Bürger erreicht und so der Einsatz finanzieller Mittel auch gerechtfertigt ist.

Daher bleibt der Facebook-Auftritt ein wichtiger Bestandteil unserer Öffentlichkeitsarbeit, an dem wir festhalten. Allerdings tut die Bundesregierung dies weder „trotz“ noch „ungeachtet“ des Datenskandals bei Facebook. Im Gegenteil: Die Bundesregierung erwartet von Facebook, die Vorwürfe des Datenmissbrauchs schnell und umfassend aufzuklären und Missstände zu beheben.

Die bereits im Koalitionsvertrag vereinbarte Einrichtung einer Daten-Ethikkommission steht dazu nicht im Widerspruch. Sie wird der Bundesregierung und dem Parlament innerhalb eines Jahres einen Entwicklungsrahmen für Datenpolitik und eine Grundlage für modernes Datenrecht vorschlagen. Die Entwicklung bei Facebook lassen wir dabei selbstverständlich nicht außer Acht.

Mit freundlichen Grüßen