

## Antwort

### der Bundesregierung

**auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Martin Sichert, Joana Cotar, Jörn König  
und der Fraktion der AfD  
– Drucksache 19/24565 –**

### **Außenkommunikation und Nutzen von sozialen Medien innerhalb der Bundesregierung**

#### Vorbemerkung der Fragesteller

Soziale Medien haben sich zu einem der wichtigsten Mittel der politischen Willensbildung entwickelt. Laut einer YouGov-Umfrage unter Personen, die sich über das Internet zum politischen Geschehen informieren, gaben 31 Prozent der Befragten in Deutschland an, sich über soziale Medien zu politischen Themen zu informieren (<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/digital-news-report-2018.pdf>, Seite 10 ff.).

Innerhalb der Bundesregierung, d. h. bei den Bundesministerien, dem Bundeskanzleramt sowie bei den der Bundesregierung unmittelbar unterstellten obersten Bundesbehörden, werden soziale Medien unterschiedlich stark eingesetzt bzw. generell gehandhabt. Alle Bundesministerien betreiben aktiv den Kurznachrichtendienst Twitter in Form eines offiziellen „Amtskontos“ (Beispiel: Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat unter dem Kürzel @BMI\_Bund – so ähnlich auch andere Bundesministerien). Zwölf Bundesministerien betreiben einen YouTube-Kanal, etwas weniger Bundesministerien benutzen die Onlinedienste von Facebook (zehn) und Instagram (sechs) (eigene Recherche, Stand 1. Oktober 2020).

Viele Bundesminister der Bundesregierung, wie beispielsweise Peter Altmaier (@peteraltmaier), Heiko Maas (@HeikoMaas) oder Hubertus Heil (@hubertus\_heil) usw., sind selbst stark aktiv auf dem Kurznachrichtendienst Twitter. Darüber hinaus sind viele Sprecher der Bundesministerien (beispielsweise Steve Alter – @BMISprecher), deutsche Botschafter (@GermanAmbUK), Beauftragte der Bundesregierung (beispielsweise Marko Wanderwitz unter @wanderwitz) oder leitende Angestellte innerhalb der Bundesregierung (so z. B. Dirk Messner @DirkMessner, der Präsident des Umweltbundesamtes – UBA) im Kurznachrichtendienst Twitter aktiv tätig. Einige dieser Amtsträger versehen dabei ihr Konto mit den Worten: „Alle Tweets von mir und meine Meinung“ (so z. B. der Bundesminister für Wirtschaft und Energie Peter Altmaier; <https://twitter.com/peteraltmaier>, abgerufen am 17. September 2020) und verweisen auf eine persönliche Internetseite (ähnlich der Bundesminister des Auswärtigen Heiko Maas, <https://twitter.com/HeikoMaas>, abgerufen am 17. September 2020).

Die Fragesteller sehen diese „persönliche“ Abgrenzung der Twitter- bzw. anderen Konten auf sozialen Medien jedoch als ein Feigenblatt, da mehr als 95 Prozent der dort verbreiteten Botschaften ausdrücklich in amtlicher Eigenschaft erfolgen und nicht als Privatperson, bzw. nur ein Amtsträger kann diese Aussagen tätigen – so beispielsweise der Tweet von Bundesaußenminister Heiko Maas vom 6. September 2020 („Wir erkennen als Europäische Union die Wahl in #Belarus nicht an und haben Sanktionen beschlossen. Diese setzen wir jetzt um. Wenn #Lukaschenko nicht reagiert, wird es weitere Sanktionen geben.“; <https://twitter.com/HeikoMaas/status/1302569646944645121>, abgerufen am 17. September 2020). Ähnlich ist dies der Fall auch beim Parlamentarischen Staatssekretär (PStS) im Auswärtigen Amt Michael Roth (auf Twitter unter dem Kürzel @Miro\_SPD). Zwar nicht als Privatprofil deklariert, berichtet der PStS hier fast ausschließlich über seine Amtstätigkeit und verlinkt überwiegend seine Pressestatements (Augenschein des Twitter-Kontos). Zwischendurch werden stark parteipolitische und sehr persönliche Tweets verfasst, wie z. B. die Gratulation an die „sozialdemokratischen Mittstreiter“ in Wien in einem Tweet am 11. Oktober 2020. Das heißt, es kommt nach Ansicht der Fragesteller zu einer sehr starken Vermischung zwischen privaten, parteipolitischen Äußerungen und amtlichen Äußerungen. Eine klare Abgrenzung zwischen Amt und Privatperson ist nahezu unmöglich. So wird die Reichweite, die amtsbedingt ist, für parteipolitische Zwecke, nach Auffassung der Fragesteller, grob missbraucht.

Dass Tweets und andere Beiträge von Bundesministern und anderen Amtsträgern auf sozialen Medien nicht nur von den Fragestellern so verstanden werden, zeigen zahllose Beispiele, wenn Äußerungen in den sozialen Medien von Amtsträgern regelmäßig als offizielle Quelle für Regierungspositionen wiedergeben bzw. wortwörtlich zitiert werden – beispielsweise in der Berichterstattung (siehe am Beispiel des Tweets des Bundesministers für Gesundheit Jens Spahn in der Sendung Anne Will von 20. September 2020 [Zeitangabe ca. Minute 1:39] zu der Position der Bundesregierung bezüglich der weiteren Corona-Strategie der Bundesregierung). Auch offizielle Seiten greifen solche Äußerungen auf und verstehen diese als amtliche Aussagen. So hat am 10. September 2020 der deutsche Botschafter in Großbritannien, Andreas Michaelis ([https://twitter.com/GermanAmbUK/with\\_replies](https://twitter.com/GermanAmbUK/with_replies)) folgenden, inzwischen gelöschten, Beitrag auf der Plattform Twitter getätigt: „In more than 30 years as a diplomat I have not experienced such a fast, intentional and profound deterioration of a negotiation. If you believe in partnership between the UK and the EU like I do then don't accept it.“ (<https://twitter.com/GermanAmbUK/status/1304133428397445122>; zu Deutsch: „In mehr als 30 Jahren als Diplomat habe ich noch nie eine so umfassende und absichtliche Zerstörung von Verhandlungen erlebt. Wenn Sie wie ich an eine Partnerschaft zwischen der EU und Großbritannien glauben, dann akzeptieren Sie das nicht.“). Dieser Tweet führte dazu, dass der Botschafter vom britischen Außenministerium zu einem „Gespräch ohne Kaffee“ zitiert wurde, um sich zu erklären (<http://a.ms.n.com/01/de-de/BB18XJFn>).

Beispiele wie oben gibt es viele, sie alle aufzulisten würde den Rahmen der Kleinen Anfrage sprengen. Die Beispiele zeigen nach Ansicht der Fragesteller und nach praktischer Handhabung im öffentlichen Diskurs, dass die Akteure – obwohl sie formal eine Distanzierung von ihrem Amt deklarieren und sich auf die persönliche Meinungsfreiheit berufen, diese de facto selber nicht einhalten – sehr wohl amtlich auftreten oder zumindest durch ihre Äußerungen den Amtsbezug herstellen und somit direkt die Bundesregierung vertreten – manche Amtsträger deklarieren dies sogar ganz bewusst bei ihrem Auftreten in den sozialen Medien (siehe Beispiel des Pressesprechers des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung [BMZ] Dr. Olaf Deutschbein, @OlafDeutschbein, der in seinem Konto explizit schreibt, dass er „hier dienstlich und privat“ sei (<https://twitter.com/OlafDeutschbein>)).

Darüber hinaus werfen bestimmte Beiträge in den sozialen Medien nach Auffassung der Fragesteller viele Fragen auf zu der Professionalität und Amtswürde, wenn z. B. zum „Weltkatzentag“ gratuliert wird (siehe den Beitrag des Bundesministeriums der Finanzen [BMF] vom 8. August 2020 auf dem On-

linedienst Instagram, <https://www.instagram.com/bundesfinanzministerium/?hl=de>, abgerufen am 17. September 2020) oder wenn bestimmte Werbekampagnen lanciert werden (siehe die am 12. Oktober 2020 vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend [BMFSFJ] veröffentlichte Serie von Kurzvideos auf der Plattform YouTube unter dem Titel „Ehrenpflegas“, [https://www.youtube.com/watch?v=UTfzX03z4r4&ab\\_channel=BMFSFJ](https://www.youtube.com/watch?v=UTfzX03z4r4&ab_channel=BMFSFJ)). In den veröffentlichten Kurzvideos sollen junge Menschen animiert werden, den Pflegeberuf auszuwählen. Wie die Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend Dr. Franziska Giffey es selbst beschreibt, geht es hierbei um „unkonventionelle Wege der Ansprache“ (<https://www.rtl.de/cms/ehrenpflegas-soll-junge-erwachsene-fuer-den-pflegeberuf-motivieren-4629763.html>).

### Vorbemerkung der Bundesregierung

Die Bundesministerien und die obersten Bundesbehörden betreiben ihre Auftritte im Internet oder den Sozialen Medien in eigener Verantwortung und bezogen auf die jeweils verschiedenen Schwerpunkte und Zielgruppen. Das ist Ausdruck des grundgesetzlich verankerten Ressortprinzips, das auch für die Öffentlichkeitsarbeit gilt. Darüber hinaus sind von den offiziellen Angeboten der einzelnen Ministerien grundsätzlich die Auftritte der handelnden Akteure zu unterscheiden. Durch Übernahme eines Regierungsamtes geben die jeweiligen Amtsinhaber ihre verfassungsrechtlich garantierten Grundrechte nicht auf. Ihnen bleibt es weiterhin unbenommen, sich – gedeckt durch die Meinungsfreiheit – auch privat zu äußern und so weiter am politischen Meinungsaustausch teilzunehmen. Das hat auch das Bundesverfassungsgericht in seiner jüngsten Entscheidung bestätigt. Alleine durch die bloße Nennung des Amtes in der jeweiligen Bezeichnung wird der Account des Amtsinhabers nicht automatisch zu einem offiziellen Angebot des jeweiligen Ressorts.

Innerhalb der Bundesregierung gibt es haushalts- und dienstrechtliche Vorgaben, die für jeden Bundesbediensteten gelten und auch auf das Verhalten in den Sozialen Medien anzuwenden sind. Darüber hinaus sind schriftlich keine gesonderten Richtlinien zum Verhalten von Ministerinnen und Ministern, Staatssekretärinnen und Staatssekretären in den Sozialen Medien fixiert. Wie die Bundesregierung jedoch bereits in ihren Antworten auf die Kleinen Anfragen der Abg. Niema Movassat, Dr. André Hahn u. a. und der Fraktion DIE LINKE zum Thema „Neutralitätsgebot bei Twitter-Accounts von Ministern und Staatssekretären“ (Bundestagsdrucksache 19/19117) und der entsprechenden Nachfrage dazu (Bundestagsdrucksache 19/21163) deutlich gemacht hat, besteht hier kein rechtsfreier Raum. Vielmehr müssen sich alle Ressorts und ihre Funktionsträger an die geltenden rechtlichen, insbesondere die genannten haushaltsrechtlichen und dienstrechtlichen Regelungen halten. Diese allgemeinen Regelungen werden zudem spezifiziert durch die verfassungsrechtlichen Vorgaben zur Einhaltung des staatlichen Neutralitätsgebots für die jeweiligen Informationsangebote. Die Bundesregierung berücksichtigt bei ihrer Arbeit die genannten verfassungsrechtlichen Grundsätze, die durch das Bundesverfassungsgericht unlängst näher definiert wurden, so wie Recht und Gesetz grundsätzlich Maßstab ihres Handelns sind.

1. Welche grundsätzlichen Leitlinien bestehen innerhalb der Bundesregierung in Bezug auf die Nutzung von sozialen Medien im Allgemeinen (insbesondere in Verbindung mit § 12 der Geschäftsordnung der Bundesregierung – GOBReg – und § 25 der Gemeinsamen Geschäftsordnung der Bundesministerien – GGO)?

Innerhalb der Bundesregierung gibt es keine gesonderten Richtlinien zur Nutzung von Sozialen Medien im Allgemeinen und zum Verhalten von Ministerin-

nen und Ministern und Staatssekretärinnen und Staatssekretären in den Sozialen Medien. Es gelten die allgemeinen dienst- und haushaltsrechtlichen Vorschriften.

- a) Wenn keine Leitlinien bestehen, wie wird konkret in den jeweiligen Bundesministerien sowie höchsten Bundesbehörden entschieden, was geteilt wird, und wie?

Die Ministerien und Bundesbehörden entscheiden eigenverantwortlich anhand eigener Kriterien, welche Beiträge und Inhalte sie teilen.

- b) Wenn die Existenz von Leitlinien verneint wurde, gibt es welche, die derzeit erarbeitet werden oder Überlegungen diesbezüglich, welche zu verfassen (bitte konkret beantworten)?

Das ist derzeit nicht geplant. Im Übrigen wird auf die Vorbemerkung der Bundesregierung verwiesen.

2. Welche grundsätzlichen Leitlinien bestehen innerhalb der Bundesregierung in Bezug auf die Äußerungen der jeweiligen Bundesminister bzw. leitenden Angestellten der Bundesbehörden oder deren Außenstellen (z. B. Botschafter der Bundesrepublik Deutschland im Ausland usw.) in Verbindung mit dem § 12 GOBReg?

Auf die Antwort zu Frage 1 wird verwiesen.

- a) Wenn keine Leitlinien bestehen, wie wird konkret entschieden, was geteilt wird und wie?

Auf die Antwort zu Frage 1a wird verwiesen.

- b) Wenn die Existenz von Leitlinien verneint wurde, gibt es welche, die derzeit erarbeitet werden oder Überlegungen diesbezüglich (bitte konkret beantworten)?

Das ist derzeit nicht geplant. Im Übrigen wird auf die Vorbemerkung der Bundesregierung verwiesen.

- c) Wie werden private Äußerungen von Amtsträgern von den dienstlichen bzw. amtlichen getrennt (bitte konkret beschreiben zu den in der Vorbemerkung der Fragesteller beispielsweise genannten Bundesministern Peter Altmaier und Heiko Maas und wie dies mit § 12 GOBReg vereinbar ist)?

Die Einordnung des Accounts von Heiko Maas und einzelner Posts ergibt sich aus der Beschreibung des Accounts sowie den veröffentlichten Inhalten selbst. Im Übrigen wird auf die Vorbemerkung verwiesen.

Aussagen von Bundesminister Peter Altmaier, die auf dem BMWi Bund Kanal (@BMW\_i\_Bund) ausgespielt werden, beziehen sich grundsätzlich nur auf die amtliche Funktion von Peter Altmaier als Bundesminister. Der Kanal von Peter Altmaier selbst (@peteraltmaier) ist privat und wird nicht durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie betreut. Bundesminister Altmaier hat den Kanal entsprechend gekennzeichnet. Im Übrigen wird auf die Vorbemerkung der Bundesregierung verwiesen.

- d) Sind Vermischungen wie beim Pressesprecher des Bundesentwicklungsministeriums (siehe Vorbemerkung der Fragesteller zu Dr. Olaf Deutschbein, vorletzter Absatz – „hier dienstlich und privat“) von der Bundesregierung autorisiert und gewünscht, und wie wird dies entschieden?

Es wird auf die Vorbemerkung der Bundesregierung zu den verfassungsrechtlich garantierten Grundrechten und der einschlägigen äußerungsrechtlichen Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts verwiesen. Die Einordnung des Accounts und einzelner Tweets ergibt sich aus der Beschreibung des Accounts sowie den veröffentlichten Inhalten selbst. Im Falle des Twitter-Accounts des Pressesprechers des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) steht dort: „Pressesprecher von Bundesminister Gerd Müller – hier dienstlich und privat“. Tweets des Pressesprechers erfolgen demnach nicht grundsätzlich als Teil der offiziellen Kommunikation des BMZ und auch nicht grundsätzlich in der Funktion als Pressesprecher. Im Übrigen wird auf die Antworten zu Frage 1a und 2c verwiesen.

3. Ist für die Bundesregierung das Teilen eines Beitrags zum Weltkatzentag (einschließend Video), in dem mit dem sogenannten Hashtag #Happycatday! geworben wird (siehe den Beitrag des Bundesfinanzministeriums vom 8. August 2020 auf dem Onlinedienst Instagram, <https://www.instagram.com/bundesfinanzministerium/?hl=de>, abgerufen am 17. September 2020) Teil der offiziellen Informations- und Kommunikationsstrategie der Bundesregierung?
  - a) Wie genau entspricht dies der Kommunikationsstrategie im Konkreten?
  - b) Welcher Informationsgehalt wird damit verbunden, und wieso sieht sich das Bundesfinanzministerium dazu berufen, diesen Beitrag zu teilen?

Die Fragen 3, 3a und 3b werden im Sachzusammenhang gemeinsam beantwortet.

Die Bundesministerien und die obersten Bundesbehörden betreiben ihre Auftritte im Internet oder den Sozialen Medien in eigener Verantwortung und bezogen auf die jeweils verschiedenen Schwerpunkte und Zielgruppen. Das ist Ausdruck des grundgesetzlich verankerten Ressortprinzips, das auch für die Öffentlichkeitsarbeit gilt.

Die Kommunikationsstrategie des Bundesfinanzministeriums (BMF) in Bezug auf die Sozialen Medien ist stark auf die Zielgruppen der jeweiligen Plattformen zugeschnitten. Der Instagram-Kanal des BMF richtet sich explizit an eine jüngere Zielgruppe, die mit kanaltypischen Formaten angesprochen wird. Der Weltkatzentag wurde, wie viele andere Welt- und Gedenktage auch, als Anlass genutzt, um in leicht verständlicher und humorvoller Bildsprache über die Inhalte des BMF und nachgeordneter Behörden zu kommunizieren. Das Kurzvideo von wenigen Sekunden wurde im zeitlichen Kontext des Sommers und des Kalendertages veröffentlicht und ist ein spielerischer und damit kanalgerechter Zugang zum Thema Zollhunde, die im Beitrag ebenfalls genannt werden.

4. Wie beurteilt die Bundesregierung die Aussagen des Botschafters der Bundesrepublik Deutschland (der auf dem Twitter-Konto mit dem offensichtlichen dienstlichen Kürzel @GermanAmbUK und mit dem Verweis auf das Impressum auf uk.diplo.de auftritt), der beispielsweise am 30. August 2020 im Zusammenhang mit einem von dem Konto namens „Antifa Zeckenbiss“ erstellten und geteilten Video Folgendes twitterte (übersetzt): „Schreckliche Szenen am Bundestag [gemeint Reichstagsgebäude]. Rechtsradikale und Feinde unserer Demokratie versuchen das [Flagge von Deutschland] Parlament zu stürmen. Nur 3 Polizisten verteidigen es. Komplette inakzeptabel. Wir müssen uns dem gemeinsam entgegenstellen.“ – im Original-Tweet: „Terrible scene at the Bundestag yesterday. Right wing radicals and enemies of our democracy trying to storm the [Flagge von Deutschland] parliament. Only 3 policemen defending it. Totally unacceptable. Need to push back together“ (<https://twitter.com/GermanAmbUK/status/1300124984279552000>)?
- Versteht die Bundesregierung diese Aussage als Teil der offiziellen Kommunikation der Bundesregierung?
  - Teilt die Bundesregierung die Aussage des Botschafters, der qua Amt die Bundesregierung vertritt, wenn nein, wieso nicht, und wie verträgt sich dies mit der Position des Botschafters?
  - Gab es diesbezüglich Rücksprache mit dem Dienstherrn, in diesem Fall dem Auswärtigen Amt?
  - Entspricht es den Leitlinien der Bundesregierung, dass deutsche Botschafter im Ausland über die innenpolitischen Ereignisse innerhalb der Bundesrepublik Deutschland kommentieren und ihre Meinungen abgeben?
  - Welche Konsequenzen zieht die Bundesregierung aus diesem Tweet?

Die Aussage in der Vorbemerkung der Fragesteller, wonach der zitierte Tweet von Botschafter Andreas Michaelis „inzwischen gelöscht“ sei, ist unzutreffend. Eine Löschung wurde nicht vorgenommen.

Die Fragen 4a bis 4d und 4f werden im Sachzusammenhang gemeinsam beantwortet.

Die deutschen Botschafterinnen und Botschafter im Ausland kommunizieren eigenverantwortlich für die Öffentlichkeit ihres Gastlandes.

- Inwiefern entspricht es dem modus operandi der Bundesregierung, Material von „Antifa Zeckenbiss“ zu nutzen und zu teilen?

Bei der Nutzung von Material von Dritten muss die Quelle aufgeführt werden. Das Copyright des Videos ist im vorliegenden Fall angegeben.

- Welche Konsequenzen wurden aus dem „Gespräch ohne Kaffee“ (<http://a.msn.com/01/de-de/BB18XJFn>) gezogen?

Aus vertraulichen Gesprächen berichtet die Bundesregierung grundsätzlich nicht.

- Werden Vertreter der Bundesregierung in derart hochrangigen Positionen wie beispielsweise einem Botschafter im Umgang mit sozialen Medien sensibilisiert, wenn ja, wie, und wenn nein, warum nicht?

Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Auswärtigen Amtes werden bezüglich ihrer Aussagen in den Sozialen Medien sensibilisiert.

5. Entspricht der Tweet des Bundesministers für Arbeit und Soziales Hubertus Heil vom 21. September 2020 („Mit #Kurzarbeit sichern wir Millionen von Arbeitsplätzen in der Corona-Krise und stabilisieren die gesamtwirtschaftliche Nachfrage. Und dieser Mann hat entweder ökonomisch keine Ahnung oder ist sozial zynisch. Oder beides.“ – der Tweet ist als Antwort auf ein Zitat von Friedrich Merz, dem CDU-Vorsitzskandidaten, versehen) nach Auffassung der Bundesregierung dem Gebot der Sachlichkeit und Neutralität ([https://twitter.com/hubertus\\_heil/status/1307937749572497409](https://twitter.com/hubertus_heil/status/1307937749572497409), abgerufen am 17. September 2020)?
- a) Versteht die Bundesregierung diese Aussage als Teil der offiziellen Kommunikationsstrategie der Bundesregierung?
- b) Entspricht es den Leitlinien der Bundesregierung, dass ein Bundesminister die ökonomischen Kompetenzen eines CDU-Politikers kommentiert („dieser Mann hat [...] ökonomisch keine Ahnung“) oder dessen Meinung als „sozial zynisch“ deklariert bzw. ihm beides gleichzeitig unterstellt (s. o.)?

Die Fragen 5, 5a und 5b werden im Sachzusammenhang gemeinsam beantwortet.

Der Account wird nicht durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) betrieben. Die Einordnung des Accounts und einzelner Tweets ergibt sich aus der Beschreibung des Accounts sowie den veröffentlichten Inhalten selbst. Im Falle des Twitter-Accounts von Bundesarbeitsminister Hubertus Heil steht dort: „Bundesminister für Arbeit und Soziales, MdB für den Wahlkreis Gifhorn/Peine. Stellvertretender Vorsitzender der SPD.“ Tweets des Ministers erfolgen demnach nicht grundsätzlich als Teil der offiziellen Kommunikationsstrategie des BMAS und auch nicht grundsätzlich in der Funktion des Bundesministers für Arbeit und Soziales. Im Übrigen wird auf die Vorbemerkung der Bundesregierung verwiesen.

6. Entspricht der Tweet von Bundesarbeitsminister Hubertus Heil vom 13. September 2020 („Lieber @BMZ\_Bund Gerd Müller, bevor Du die Brücke verlässt, haben wir beide noch was zu erledigen. Herzlichst Dein Arbeitsminister #Lieferkettengesetz“, [https://twitter.com/hubertus\\_heil/status/1305107421069815809](https://twitter.com/hubertus_heil/status/1305107421069815809), abgerufen am 17. September 2020) dem Kommunikationsstandard innerhalb der Bundesregierung, bzw. ist es für die Bundesregierung ein normaler Vorgang, dass sich zwei Bundesminister auf dem Kurznachrichtendienst Twitter gegenseitig in der Öffentlichkeit „ansprechen“ (vgl. die Antwort des Pressesprechers des @BMZ\_Bund auf den o. g. Tweet mit den Worten „Und zwar eine Menge! Deswegen hat Gerd Müller gesagt, dass er sein Bundestagsmandat und Amt als Entwicklungsminister mit vollem Einsatz bis zum Ende der Legislaturperiode weitergestalten wird... #Lieferkettengesetz @hubertus\_heil“)?

Versteht die Bundesregierung diese Aussage als Teil der offiziellen Kommunikationsstrategie der Bundesregierung?

Auf die Antwort zu den Fragen 5, 5a und 5b wird verwiesen.

7. Entspricht der Tweet des Präsidenten des Umweltbundesamtes (dessen Twitter-Konto explizit auf das Impressum des Umweltbundesamtes verweist, einer Behörde, die dem Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit [BMU] untergeordnet ist) vom 16. September 2020, versehen als Anmerkung an die Bundesministerin für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit Svenja Schulze, @SvenjaSchulze68, (übersetzt aus dem Englischen: „Die Regierungen erfüllen nicht mal ein einziges (!!)) von den 20 AICHI-Zielen, um die Zerstörung der biologischen Vielfalt zu stoppen – Neue Anstrengungen sind dringend erforderlich. Wir untergraben die ökologische Basis der menschlichen Zivilisation.@SvenjaSchulze68; Wortlaut des Tweets auf Englisch: „Governments fail to meet a single (!!)) of 20 AICHI-Targets to stop destruction of biodiversity – New efforts urgently needed. We are undermining the ecological basis of human civilization. @SvenjaSchulze68 (<https://twitter.com/DirkMessner/status/1306197085046407168>) der offiziellen Kommunikation der Bundesregierung?
- a) Ist es für die Bundesregierung ein normaler Vorgang, dass Leiter von Bundesbehörden – so die Ansicht der Fragesteller – ihren Vorgesetzten in aller Öffentlichkeit und in internationalen Kreisen kritisieren?
- b) Wie positioniert sich das Bundesumweltministerium zu der geäußerten Kritik?
- c) Ist es für die Bundesregierung ein normaler Vorgang, dass Leiter von Bundesbehörden (hier: Dirk Messner, Präsident des UBA) in den sozialen Medien Aussagen tätigen, die eine beschlossene Positionierung der Bundesregierung (siehe <https://www.fr.de/politik/tempolimit-auf-autobahnen-bundesregierung-lehnt-ab-13368525.html>; insbesondere den dort verlinkten Beitrag des Bundesministeriums für Verkehr und digitale Infrastruktur [BMVI] auf der Plattform Twitter) nach Auffassung der Fragesteller indirekt hinterfragen oder zumindest den Anschein erwecken, dass die Positionierung der Bundesregierung inhaltlich nicht mitgetragen wird (vgl. Aussage unter <https://twitter.com/DirkMessner/status/1304117911708200960>)?
- Welche konkreten Konsequenzen zieht die Bundesregierung aus diesem Beispiel?

Die Fragen 7, 7a und 7b werden aufgrund ihres sachlichen Zusammenhangs gemeinsam beantwortet.

Das Umweltbundesamt setzt seine fachlichen Kommunikationserfordernisse in eigener Verantwortung um. Zudem wird auf die Vorbemerkung der Bundesregierung verwiesen.



8. Mit welcher Begründung hat das Bundesentwicklungsministerium den Tweet des Abgeordneten Dr. Wolfgang Stefinger vom 13. September 2020 retweetet (Wortlaut: „Das wäre ein großer Verlust für die Bundespolitik und die @CSU! Gerd Müller ist ein herausragender Entwicklungsminister mit Tatkraft, Leidenschaft und großem Einsatz! Es macht große Freude mit ihm zusammenarbeiten zu dürfen! @cdusubt @csu\_bt @MerkurStadt“), und sieht die Bundesregierung diesbezüglich keinen Konflikt der Interessen?
  - a) Welcher Informationsgehalt wird damit verbunden, und wieso sieht sich das Bundesentwicklungsministerium dazu berufen, diesen Beitrag zu teilen?
  - b) Gehört es zum modus operandi der Bundesregierung, einzelne Politiker zu bejubeln, und wie wird dies mit dem Neutralitäts- und Sachlichkeitsgebot vereinbart?

Die Fragen 8, 8a und 8b werden im Sachzusammenhang gemeinsam beantwortet.

Die Bundesregierung teilt regelmäßig Diskussionsbeiträge anderer Nutzer, die sich mit der Arbeit der Bundesregierung auseinandersetzen. Dies soll eine offene Diskussionskultur fördern. Bei dem angesprochenen kommentarlosen Retweet wurde entsprechend das Neutralitäts- und Sachlichkeitsgebot beachtet. Im Übrigen wird auf die Vorbemerkung der Bundesregierung zu den verfassungsrechtlichen Vorgaben der Informationsangebote verwiesen.

9. Entspricht ein Werbevideo, in dem in Zeitlupe auf das Gesäß einer Lehrerin in einem Werbevideo zur Pflegeausbildung gezoomt wird („Ehrenpflegas“, Episode 1; Zeitindex 1:01) der offiziellen Kommunikationsstrategie der Bundesregierung (bitte im Detail erläutern, worin der Informationsgehalt diesbezüglich liegt, und wie genau soll nach Ansicht der Bundesregierung diese Passage dazu animieren, dass sich Jugendliche für eine Pflegeausbildung entscheiden)?
10. Inwiefern entspricht die Passage „Ausbildung heißt bei mir, ich mache die Probezeit, hab dann ’nen Vertrag, und sch\*\*\* dann drauf“ („Ehrenpflegas“, Episode 1; Zeitindex 1:12) der offiziellen Kommunikationsstrategie der Bundesregierung zur sogenannten Pflegeoffensive (<https://www.bundesregierung.de/breg-de/aktuelles/mehr-menschen-fuer-pflegeberuf-gewinnen-1574280>)?
  - a) Teilt die Bundesregierung die in dem Video getätigte Aussage, wenn nein, wieso wird diese in dem Werbevideo benutzt?
  - b) Gehört vulgäre und obszöne Sprache zum Sprachgebrauch der Bundesregierung, und wenn nein, wieso wird diese in einem offiziellen Werbevideo benutzt und als Teil der sogenannten Pflegeoffensive genutzt (bitte konkret antworten)?
  - c) Entspricht dieser Sprachgebrauch dem Verständnis der Bundesregierung in Bezug auf die Jugendsprache?
11. Entspricht das sogenannte generische Femininum, das im Werbevideo benutzt wird („Ehrenpflegas“, Episode 1; Zeitindex 1:24; wo der Schüler, der augenscheinlich männlich ist, sich als Tischlerin, als Friseurin und als Kraftfahrzeugmechatronikerin bezeichnet) dem offiziellen Sprachgebrauch der Bundesregierung?

12. Inwiefern entspricht der Satz, sterben sei „ein bisschen wie Game of Thrones“ („Ehrenpflegas“, Episode 2; Zeitindex 0:27), der Ansicht bzw. der Kommunikationsstrategie der Bundesregierung?
  - a) Wenn nein, wieso wird dies in einem offiziellen Werbevideo der Bundesregierung so genutzt?
  - b) Wie wird dieser Satz im Zusammenhang mit der Menschenwürde von der Bundesregierung gerechtfertigt?
13. Wie rechtfertigt das Bundesfamilienministerium die Aussage in seinem YouTube-Beitrag („Ehrenpflegas“, Episode 3, Zeitindex 3:30), die Erwägung, eine Karriere als Bürokaufmänner bzw. Bürokauffrauen zu machen wäre, wörtliches Zitat, „it’s boring“ (zu Deutsch: es ist langweilig)?

Entspricht dies der offiziellen Einschätzung der Bundesregierung zu dem besagten Beruf, und wenn nein, wieso wird dies in einem offiziellen Werbevideo so genutzt und vom Ministerium 11 weiterverbreitet?

Die Fragen 9 bis 13 werden wegen des Sachzusammenhangs gemeinsam beantwortet.

Die Miniserie „Ehrenpflegas“ ist ein Baustein der Informations- und Öffentlichkeitskampagne des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) „Mach Karriere als Mensch!“. Die Miniserie soll Jugendliche in der Berufsorientierungsphase auf unkonventionelle und unterhaltsame Weise anregen, sich mit den Möglichkeiten der neuen generalistischen Pflegeausbildung auseinanderzusetzen. Bei einer Webserie handelt es sich um ein bei Jugendlichen bekanntes und beliebtes Format. Für die Umsetzung der Miniserie konnten die Darstellerinnen und Darsteller Danilo Kamperidis, Lisa Vicari und Lena Klenke gewonnen werden, die der Zielgruppe aus aktuellen Serien bekannt sind.

Die Geschichte knüpft an die Lebenssituation von Jugendlichen an, die sich in der Berufsorientierungsphase befinden, aber ihren Weg unter Umständen noch nicht gefunden haben.

Bei einer Miniserie handelt es sich um ein fiktives Format. Die Verwendung von Elementen der Jugend- oder Umgangssprache sind gängige Stilmittel der fiktionalen Geschichte. In der Miniserie vorkommende Übertreibungen, Ironie oder Humor sind Bestandteile dieses Sprachgebrauchs. Referenzen zu anderen Serien („Games of Thrones“) unterstreichen den fiktionalen Charakter der Serie und nehmen Bezug auf bei Jugendlichen bekannte weitere fiktive Formate

14. Wieso verwendet die Bundesregierung englische Begriffe in einem offiziellen Werbevideo („Ehrenpflegas“, Episode 4, ganze Episode mit „That day“, mehrere Stellen)?

Englische Begriffe sind insbesondere bei Jugendlichen Bestandteil des alltäglichen Sprachgebrauchs. Folglich finden sie Eingang in eine Erzählung, in der junge Menschen vorkommen und die in der heutigen Zeit spielt. Dies dient der zielgruppenadäquaten Ansprache.

15. Entspricht der Ausdruck „Kartoffel“ aus dem Werbevideo einer adäquaten und würdevollen Bezeichnung für ältere Menschen bzw. für deutsche Bürger („Ehrenpflegas“, Episode 4, Zeitindex: 2:19; der Satz „[...] sitz da die ganze Zeit blöd mit irgendwelchen Kartoffeln [gemeint sind die zu pflegenden Personen] [...]“)?

Wenn nein, wieso wurde dieser Begriff nicht entfernt (bitte konkret erläutern, wieso dieser Begriff als Teil der offiziellen Kampagne der Bundesregierung bzw. des zuständigen Bundesministeriums benutzt wird)?

Auf die Antwort zu den Fragen 9 bis 13 wird verwiesen.

16. Welche Schlussfolgerung für das eigene Handeln zieht die Bundesregierung aus der Äußerung der Sprecherin von Pflegebündnis Nordwest, die in ihrem Beitrag am 13. Oktober 2020 auf der sozialen Plattform Instagram zu der BMFSFJ-Serie „Ehrenpflegas“ gesagt hat, dass die Bundesregierung versucht, „mit Hängen und Würgen jeden Idioten [...] anzuwerben für die Pflege“ (<https://www.instagram.com/p/CGSGmpCiYGx/>)?

Die Miniserie soll die Botschaft transportieren, dass jeder Ausbildungsinteressierte eine Chance erhalten sollte, eine Ausbildung in der Pflege zu beginnen. Das entspricht der im Rahmen der Ausbildungsinitiative Pflege von allen Partnern getroffenen Vereinbarung, dass auch Jugendlichen mit Ausbildungshemmnissen bei entsprechender Eignung der Weg zu einer Ausbildung in der Pflege eröffnet werden soll.

17. Entspricht der Ausdruck „#nochnichtkomplettmarsch“ der offiziellen Kommunikationsstrategie der Bundesregierung (Beitrag des Bundesaußenministers Heiko Maas vom 24. August 2016 „Tolles Zeichen gg Fremdenhass u Rassismus. Danke #Anklam #Campino @marteria @feinesahne! #nochnichtkomplettmarsch“ (<https://twitter.com/HeikoMaas/status/768363525676957696>), bzw. wie verträgt sich diese Aussage des Bundesaußenministers in der Öffentlichkeit mit dem § 12 GOBReg?
  - a) Ist es für die Bundesregierung ein normaler Vorgang, ausgewählte Bands bzw. Veranstaltungen zu loben?
  - b) Wie ist dies nach Auffassung der Bundesregierung mit dem Sachlichkeits- bzw. dem Neutralitätsgebot vereinbar?
18. Worin liegt der Informationsgehalt von Lese- bzw. Buchempfehlungen von Mitgliedern der Bundesregierung in den sozialen Medien (Stichwort: „Lesestoff“, <https://twitter.com/HeikoMaas/status/1310567331647586305>) und ergänzt mit einer expliziten Nennung der Autoren mit „@HeikoMaas [Nach rechts zeigendes Dreieck] @anna\_prizkau @harari\_yuval @HorandKnaup @pdausend“ (<https://twitter.com/HeikoMaas/status/1310567331647586305>)?
  - a) Nach welchen Kriterien wird von Mitgliedern der Bundesregierung ihr Leseverhalten über die sozialen Medien weitergegeben (bitte konkret i. S. v. § 12 GOBReg auslegen)?
  - b) Gab es diesbezüglich Rückabsprache mit dem Bundeskanzleramt, wenn ja, inwiefern, und wenn nein, wieso nicht (i. S. v. § 12 GOBReg)?
  - c) Ist die „Lesestoff“-Empfehlung nach Ansicht der Bundesregierung vereinbar mit dem Neutralitätsgebot der Bundesregierung?
  - d) Liegen nach Ansicht der Bundesregierung Bedenken in diesem konkreten Fall und darüber hinaus bei ähnlichen Statements vor in Be-

zug auf unlauteren Wettbewerb bzw. Schleichwerbung, gibt es diesbezüglich Leitlinien innerhalb der Bundesregierung, und wenn ja, welche (bitte konkret mit Beispielen bzw. Erläuterungen antworten)?

Die Fragen 17 und 18 werden aufgrund des Sachzusammenhangs gemeinsam beantwortet.

Der Twitter-Account @HeikoMaas wird nicht durch das Auswärtige Amt betrieben. Die Einordnung des Accounts ergibt sich aus der Beschreibung des Accounts sowie den veröffentlichten Inhalten selbst.

Vorabfassung - wird durch die lektorierte Version ersetzt.