

## **Kleine Anfrage**

**der Abgeordneten Prof. Dr. Axel Gehrke, Detlev Spangenberg, Dr. Robby Schlund, Uwe Witt, Paul Viktor Podolay, Jörg Schneider, Jürgen Braun, Ulrich Oehme, Dr. Heiko Wildberg, Dr. Christian Wirth und der Fraktion der AfD**

### **Beauftragung von Influencern auf Instagram durch die Bundesregierung**

Medizin-Influencer informieren jenseits der klassischen Medien über das Thema Gesundheit. Dafür bloggen sie, drehen Videos und sind auf Instagram aktiv. Influencer nutzen ihre Bekanntheit und Reichweite auf unterschiedlichen Social-Media-Plattformen, um über Themen zu sprechen und ggf. darüber zu informieren. Relativ neu ist dabei die Gruppe der Medizin-Influencer. Ihnen geht es primär um medizinische Aspekte, über die sie aufklären wollen, oder jedenfalls vorgeben, dies zu tun. Einige dieser Influencer geben an, Ärzte, Pfleger oder Menschen mit einem anderen medizinischen Hintergrund zu sein.

Mit einem erfolgreichen Influencer werden oft Eigenschaften wie Glaubwürdigkeit, Vertrauen, Authentizität und Ausstrahlung verbunden ([https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-658-22163-8\\_2](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-658-22163-8_2)). „Es gibt eine große Vielfalt an Influencer-Typen aus allen sozialen Strukturen und Schichten“ (ebd.).

42 Prozent der 18- bis 24-Jährigen geben an, manchmal oder häufig ihre Meinung zu Themen oder Produkten zu ändern, wenn diese durch einen Influencer beworben werden. Bei den 25- bis 43-Jährigen ist diese Zahl nicht ganz so hoch, aber höher als in anderen Altersklassen (<https://de.statista.com/infografik/18898/beeinflussung-durch-influencer/>). Bereits zur Markteinführung der Corona-Warn-App kooperierte die Bundesregierung mit Influencern. Diese wurden je nach Reichweite und Post entlohnt (<https://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/digitec/teure-werbekampagne-wie-die-corona-app-jetzt-populaer-werden-soll-16817510.html>). Zu den publizierten Inhalten äußerte sich ein Vertreter der Werbeagentur der Bundesregierung wie folgt: „Wir kuratieren das kaum. Wir haben Material zur Verfügung gestellt, mit dem die eigene Beiträge machen können“ (ebd.). Seit Beginn der Corona-Pandemie äußern sich unterschiedliche Instagram-Nutzer zur aktuellen Situation, und viele Profile fallen nach Auffassung der Fragesteller durch vermehrte Postings und Story-Beiträge dadurch auf, dass sie sich deutlich für sämtliche durch die Bundesregierung getroffenen Entscheidungen aussprechen wie beispielsweise: <https://www.instagram.com/uf.de.in.wohl/?hl=de>, [https://www.instagram.com/science\\_martin/?hl=de](https://www.instagram.com/science_martin/?hl=de), [https://www.instagram.com/annisbuntewelt\\_/?hl=de](https://www.instagram.com/annisbuntewelt_/?hl=de), <https://www.instagram.com/doktormami.de/?hl=de>, [https://www.instagram.com/marc\\_raschke/?hl=de](https://www.instagram.com/marc_raschke/?hl=de), <https://www.instagram.com/laraleoleben/?hl=de>, <https://www.instagram.com/fleurbardot/?hl=de>, [https://www.instagram.com/die\\_kinderherztin/?hl=de](https://www.instagram.com/die_kinderherztin/?hl=de), <https://www.instagram.com/richtigschwanger/?hl=de>, <https://www.instagram.com/doktorweigl/?hl=de>, [https://www.instagram.com/dr.med\\_muellner/?hl=de](https://www.instagram.com/dr.med_muellner/?hl=de), <https://www.instagram.com/diary.of.a.medical.mom/>, <https://www.instagram.com/bohemianfrankfurtsoul/?hl=de>.

Wir fragen die Bundesregierung:

1. Mit wie vielen Influencern auf Instagram arbeitet die Bundesregierung aktuell (vgl. Vorbemerkung der Fragesteller) zusammen?
  - a) Um welche Profile handelt es sich konkret?
  - b) Handelt es sich dabei um bezahlte Kooperationen?
  - c) Gehören die in der Vorbemerkung der Fragesteller genannten Influencer dazu?
2. Wurden seitens der Bundesregierung eine oder mehrere externe Agenturen beauftragt, welche sich um das Influencer-Marketing auf Instagram kümmern?
  - a) Wenn ja, um welche Agenturen handelt es sich?
  - b) Wenn ja, wie hoch sind die entstehenden Kosten (bitte nach Agentur und zu erbringender Leistung aufschlüsseln)?
3. Gibt es nach Kenntnis der Bundesregierung konkrete Vorgaben für den zu produzierenden Content der Influencer auf Instagram?
  - a) Wenn ja, wie genau lauten diese?
  - b) Wenn ja, wie und wer kontrolliert, ob diese eingehalten werden?
4. Stellt die Bundesregierung Influencern gezielt Material zur Veröffentlichung auf Instagram zur Verfügung?
  - a) Wenn ja, welches?
  - b) Wenn ja, wer oder welche Agentur ist für die Erstellung des Materials zuständig, und wie hoch sind die Kosten dafür?
5. Wie hoch waren nach Kenntnis der Bundesregierung die Gesamtkosten für Instagram-Influencer-Marketing im Jahre 2020, und aus welchen Haushaltsetats wurden diese finanziert (bitte nach Monaten aufschlüsseln)?
6. Wonach richtet sich nach Kenntnis der Bundesregierung die Auswahl der Influencer auf Instagram?
  - a) Wie hoch, falls sich die Auswahl nach der Reichweite der einzelnen Influencer richtet, muss diese mindestens sein?
  - b) Wie ist, falls sich die Auswahl nach der Zielgruppe der Influencer richtet, diese definiert?
  - c) Welche Altersgruppen, falls sich die Auswahl nach dem Alter der Zielgruppe richtet, werden präferiert?
  - d) Welches Geschlecht, falls sich die Auswahl nach dem Geschlecht der Zielgruppe richtet, wird präferiert?
7. Wie hoch war nach Kenntnis der Bundesregierung die Gesamtreichweite der von der Bundesregierung beauftragten Influencer-Kampagnen auf Instagram im Jahre 2020 (bitte nach Monaten, Kampagnen aufschlüsseln)?
8. Wie ist die Vergütung der Influencer (bezogen auf Frage 1) geregelt, werden sie nach Reichweite, Interaktionen, pauschal oder nach anderen Kriterien bezahlt?
9. Evaluiert die Bundesregierung den Erfolg oder Misserfolg der Influencer Kampagnen auf Instagram, und wenn ja, wie?
10. Werden nach Kenntnis der Bundesregierung, die auf den Instagram-Profilen angegebenen beruflichen Qualifikationen der Influencer auf ihre Korrektheit überprüft?

- a) Wenn ja, wie oft stimmen angegebene Qualifikationen und Angaben auf Social Media überein?
  - b) Wenn nein, warum nicht?
11. Werden nach Kenntnis der Bundesregierung Agenturen oder Instagram-Nutzer bezahlt, Kommentare unter kontroversen Postings zu veröffentlichen, um die Position der Bundesregierung zu untermauern?

Berlin, den 19. Januar 2021

**Dr. Alice Weidel, Dr. Alexander Gauland und Fraktion**

