

## **Antwort**

### **der Bundesregierung**

**auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Markus Frohnmaier, Gerold Otten, Tobias Teich, weiterer Abgeordneter und der Fraktion der AfD  
– Drucksache 21/7606 –**

### **Social-Media-Kommunikation des Bundesministers des Auswärtigen**

#### Vorbemerkung der Fragesteller

Die öffentliche Kommunikation der Bundesregierung über soziale Medien ist ein legitimer Bestandteil moderner Regierungs- und Außenkommunikation. Digitale Formate können dazu beitragen, politische Entscheidungen, Reiseaktivitäten und außenpolitische Positionen einer breiteren Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Zugleich sollte die Kommunikation eines Bundesministeriums bzw. eines Mitglieds der Bundesregierung aus Sicht der Fragesteller dem Ernst, der Würde und der Sachlichkeit des jeweiligen Amtes gerecht werden.

Vor diesem Hintergrund besteht ein Interesse daran, welche Kommunikationsstrategie die Bundesregierung mit den Social-Media-Auftritten des Bundesministers des Auswärtigen verfolgt, welche personellen und finanziellen Ressourcen hierfür eingesetzt werden und in welchem Umfang hierfür interne oder externe Dienstleister herangezogen werden. Dies gilt insbesondere für Formate, die nicht allein der klassischen Presse- und Informationsarbeit dienen, sondern in stärkerem Maße personalisierte, inszenierte oder auf Reichweite ausgerichtete Inhalte umfassen.

1. Welche Kommunikationsstrategie verfolgt die Bundesregierung mit den Social-Media-Auftritten des Bundesministers des Auswärtigen?

Das Auswärtige Amt nutzt verschiedene Kanäle in den sozialen Medien, um außenpolitische Inhalte zielgruppen- und plattformspezifisch zu vermitteln und dabei dem Mediennutzungsverhalten unterschiedlicher Bevölkerungsgruppen gerecht zu werden. Die Ansprache einer möglichst breiten Öffentlichkeit dient der Erfüllung des verfassungsrechtlichen Auftrags, die Bürgerinnen und Bürger über die Tätigkeit, Vorhaben und Ziele der Bundesregierung zu informieren.

2. Welche Zielgruppen sollen mit den Social-Media-Auftritten des Bundesministers des Auswärtigen jeweils erreicht werden?

Das Auswärtige Amt verfolgt mit seinen Social-Media-Auftritten das Ziel, eine möglichst breite Öffentlichkeit zu erreichen und zu informieren. Bürgerinnen und Bürger erhalten dadurch einen zielgruppenspezifischeren Zugang zu Informationen über die deutsche Außenpolitik. Die Inhalte richten sich dabei grundsätzlich an alle Personen, die sich über außenpolitische Positionen, Entscheidungen und Aktivitäten der Bundesregierung sowie des Bundesministers des Auswärtigen informieren möchten.

3. Auf welchen Plattformen werden Inhalte veröffentlicht, die dem Bundesminister des Auswärtigen persönlich oder seinem Amt unmittelbar zuzurechnen sind?
4. Welche offiziellen Accounts des Auswärtigen Amts oder des Bundesministers des Auswärtigen werden derzeit für personalisierte oder bundesministerbezogene Social-Media-Kommunikation genutzt (bitte unter Angabe der Plattform und des Einrichtungsdatums auflisten sowie angeben, welche bundesministerbezogenen Accounts seit Mai 2025 neu eingerichtet oder eingestellt wurden)?

Die Fragen 3 und 4 werden gemeinsam beantwortet.

Instagram

@auszenminister, Einrichtung Mai 2025

@auswaertigesamt, Einrichtung März 2015

X

@auswaertigesamt, Einrichtung März 2011

@auszenminDE, Einrichtung Mai 2025

BlueSky

@auszenminister.diplo.de, Einrichtung Mai 2025

@diplo.de, Einrichtung Oktober 2023

@germany.diplo.de, Einrichtung Oktober 2023

YouTube

@auszenminister, Einrichtung November 2025

@auswaertigesamtDE, Einrichtung August 2012

LinkedIn

Auswärtiges Amt, Einrichtung August 2024

TikTok

@auszenpolitik, Einrichtung November 2025

5. Gibt es für die Social-Media-Kommunikation des Bundesministers des Auswärtigen ein schriftliches Konzept, eine Leitlinie oder eine vergleichbare Arbeitsgrundlage, und wenn ja, seit wann?

Nein.

Vorabfassung - wird durch die lektorierte Version ersetzt.

6. Welche Organisationseinheiten des Auswärtigen Amts sind mit der Planung, Erstellung, Abstimmung, Freigabe und Veröffentlichung der ministerbezogenen Social-Media-Inhalte befasst?

Die Planung, Koordinierung, Freigabe und Veröffentlichung der ministerbezogenen Social-Media-Inhalte obliegt dem Pressereferat des Auswärtigen Amts. Die inhaltliche Erstellung erfolgt durch das Pressereferat in enger Abstimmung mit den fachlich zuständigen Organisationseinheiten. Die abschließende redaktionelle Verantwortung sowie die Veröffentlichung liegen beim Pressereferat.

7. Wie viele Mitarbeiterstellen bzw. Vollzeitäquivalente sind derzeit ganz oder teilweise mit der Social-Media-Kommunikation des Bundesministers des Auswärtigen befasst?
9. In welche Besoldungs- bzw. Entgeltgruppen sind die mit der bundesministerbezogenen Social-Media-Kommunikation befassten Mitarbeiter jeweils eingruppiert (vgl. Vorfragen)?

Die Fragen 7 und 9 werden gemeinsam beantwortet.

Im Pressereferat der Zentrale des Auswärtigen Amts arbeiten derzeit 31 Personen, davon sieben teilweise im Bereich der Redaktion für soziale Medien. Eine Person ist für die Social-Media-Auftritte des Bundesministers zuständig. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gehören entweder dem vergleichbaren gehobenen oder höheren Dienst an.

8. Wie viele dieser in Frage 7 genannten Stellen entfallen auf Beamte, Tarifbeschäftigte, abgeordnete Beschäftigte, befristet Beschäftigte oder sonstige Beschäftigungsformen?

Bei den Beschäftigten handelt es sich um Beamtinnen und Beamte. Eine der in der Vorfrage genannten Stellen ist mit einem Tarifbeschäftigten besetzt. Andere Beschäftigungsformen im Sinne der Fragestellung liegen nicht vor.

10. Welche jährlichen Personalkosten sind dem Bund für die bundesministerbezogene Social-Media-Kommunikation im Jahr 2025 entstanden, und welche Kosten sind für 2026 bislang veranschlagt oder geplant?

Die Besetzung der (Plan-)Stellen im Auswärtigen Amt kann den Übersichten des Bundeshaushaltsplans des jeweiligen Jahres getrennt nach Besoldungs- bzw. Entgeltgruppen entnommen werden. Eine belastbare Bezifferung der jährlichen Personalkosten für ministerbezogene Social-Media-Kommunikation ist nicht möglich, eine gesonderte Zuordnung erfolgt nicht. Die damit befassten Beschäftigten nehmen ihre Aufgaben ganz oder teilweise im Pressereferat der Zentrale des Auswärtigen Amts wahr. Entsprechend können weder für das Jahr 2025 entstandene noch für das Jahr 2026 veranschlagte beziehungsweise geplante Personalkosten gesondert ausgewiesen werden.

11. Wie viele Mitarbeiter sind dabei schwerpunktmäßig mit Redaktion, Text, Strategie, Community Management, Schnitt, Video, Foto, Grafik oder technischer Produktion befasst?

Ein Mitarbeiter ist mit den Bereichen Community Management, Schnitt, Video, Grafik oder technischer Produktion befasst. Die Aufgabenbereiche Redaktion, Text und Strategie werden von unterschiedlichen Mitarbeitenden des Pressere-

ferates wahrgenommen, eine schwerpunktmäßige Zuordnung zu den Einzelbereichen erfolgt nicht.

12. Werden für die Social-Media-Kommunikation des Bundesministers des Auswärtigen externe Agenturen, Produktionsfirmen, Fotografen, Videografen, Social-Media-Berater, Redenschreiber, Stylisten, Maskenbildner, Friseure oder sonstige externe Dienstleister eingesetzt?

Für die fotografische Begleitung von Reisen des Bundesministers des Auswärtigen besteht ein Rahmenvertrag mit einer Fotoagentur. Das hierbei erstellte Bildmaterial wird nicht ausschließlich für die Social-Media-Kommunikation genutzt, sondern dient der Öffentlichkeitsarbeit des Auswärtigen Amts insgesamt, unter anderem für die Webseite und weitere Kommunikationsformate.

- a) Wenn ja, welche externen Leistungen wurden im Jahr 2025 jeweils beauftragt, und welche Leistungen sind für 2026 bislang beauftragt oder geplant?

Eine gesonderte Aufschlüsselung der ausschließlich auf die Social-Media-Kommunikation entfallenden Kosten ist nicht möglich, da das im Rahmen des Vertrags erstellte Bildmaterial medienübergreifend und für unterschiedliche Kommunikationszwecke verwendet und haushalterisch nicht nach einzelnen Positionen erfasst wird.

- b) Wenn ja, welche Ausgaben sind im Jahr 2025 für externe Agenturen oder sonstige externe Dienstleister im Zusammenhang mit der Social-Media-Kommunikation des Bundesministers des Auswärtigen entstanden, und welche Ausgaben sind für 2026 gegebenenfalls veranschlagt (bitte aufgeschlüsselt nach Schaltkosten, Agenturhonoraren, Kreative-, Produktions- und sonstigen Nebenkosten angeben; bei etwaigen Betriebs- und Geschäftsgeheimnissen hilfsweise Betragskorridore nennen)?

Auf die Antwort zu 12. a) wird verwiesen.

- c) Wenn ja, haben externe Dienstleister oder eigens hierfür eingesetztes Personal des Auswärtigen Amts den Bundesminister des Auswärtigen zum Zweck der Social-Media-Berichterstattung auf Dienstreisen begleitet, und welche Reise- und Übernachtungskosten sind hierfür 2025 entstanden (bitte nach Reise aufschlüsseln)?

Eine Aufschlüsselung der Reise- und Übernachtungskosten nach einzelnen Reisen und dem jeweiligen Reisezweck ist nicht möglich. Reisekosten werden nicht danach erfasst, ob die Begleitung zum Zweck der Social-Media-Berichterstattung oder für andere Aufgaben der Öffentlichkeitsarbeit erfolgt. Auch Übernachtungskosten werden im Rahmen der Buchungs- und Abrechnungsverfahren nicht in einer Weise erfasst, die eine nachträgliche personenbezogene Zuordnung und entsprechende Aufschlüsselung ermöglicht.

13. Welche Ausgaben sind im Jahr 2025 für technische Ausstattung, Software, Lizenzen, mobiles Produktionsequipment oder sonstige Sachmittel im Zusammenhang mit der bundesministerbezogenen Social-Media-Kommunikation entstanden, und welche Ansätze bestehen für 2026?

Für die ministerbezogene Social-Media-Kommunikation entstand im Jahr 2025 Ausgaben in Höhe von ca. 9.000 Euro für technische Ausstattung und Lizenzen.

14. Werden Beiträge des Bundesministers des Auswärtigen oder entsprechende Inhalte des Auswärtigen Amts auf Social-Media-Plattformen bezahlt beworben und wenn ja, wie hoch waren die hierfür im Jahr 2025 entstandenen Ausgaben sowie die für 2026 veranschlagten Mittel (bitte nach Plattform und Kampagne bzw. Beitrag aufschlüsseln)?

Nein.

15. Wie hoch war das Gesamtbudget des Auswärtigen Amts für Social-Media-Kommunikation insgesamt im Jahr 2025, und wie hoch ist das hierfür vorgesehene Budget im Jahr 2026?

Für die Social-Media-Kommunikation des Auswärtigen Amts wird kein gesondertes Budget ausgewiesen. Sie ist organisatorisch Teil der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Auswärtigen Amts; die hierfür anfallenden Ausgaben werden daher nicht separat nach dem Bereich Social Media erfasst. Entsprechend können weder für das Jahr 2025 noch für das Jahr 2026 eigenständige Gesamtbudgets für die Social-Media-Kommunikation beziffert werden.

16. Wie grenzt die Bundesregierung allgemeine Behördenkommunikation des Auswärtigen Amts von personenzentrierter oder imagebezogener Kommunikation des Bundesministers des Auswärtigen ab?

Für die behördenbezogene Kommunikation auf Instagram, YouTube X, BlueSky und LinkedIn werden die Social-Media-Konten des Auswärtiges Amt genutzt, für die Kommunikation der Tätigkeit des Außenministers dessen Konten auf Instagram, YouTube, X und BlueSky. Auf Tiktok existiert ein gemeinsamer Account.

17. Sieht die Bundesregierung die Gefahr, dass eine stark personalisierte oder stilistisch informalisierte Social-Media-Kommunikation dem Ernst und der Würde des Amtes des Bundesministers des Auswärtigen nicht in jedem Fall gerecht wird?

Auf die Antwort zu Frage 1 wird verwiesen.

18. Welche internen Kontroll- oder Qualitätssicherungsmechanismen bestehen, um sicherzustellen, dass die Social-Media-Kommunikation des Bundesministers des Auswärtigen dem Amtscharakter, dem Sachlichkeitsgebot und dem Grundsatz sparsamer Mittelverwendung entspricht?

Die Social-Media-Inhalte des Auswärtigen Amts und des Außenministers durchlaufen vor ihrer Veröffentlichung festgelegte Abstimmungs- und Freigabeprozesse. Diese dienen der Sicherstellung der geltenden Qualitätsstandards sowie der Einhaltung der Anforderungen an Sachlichkeit, Amtsangemessenheit und einen wirtschaftlichen Mitteleinsatz.

19. Welche Schlussfolgerungen zieht die Bundesregierung aus der bisherigen Resonanz auf die Social-Media-Auftritte des Bundesministers des Auswärtigen für die weitere Kommunikationspraxis des Auswärtigen Amts?

Die Resonanz auf die Social-Media-Kommunikation bestätigt den bisherigen Ansatz, außenpolitische Inhalte zur Erfüllung des verfassungsrechtlichen Auftrags einer möglichst breiten Öffentlichkeit unmittelbar und verständlich zu-

gänglich zu machen. Dieser Ansatz wird fortgeführt und fortlaufend bedarfsgerecht weiterentwickelt.

*Vorabfassung - wird durch die lektorierte Version ersetzt.*

*Vorabfassung - wird durch die lektorierte Version ersetzt.*

*Vorabfassung - wird durch die lektorierte Version ersetzt.*