

A n t w o r t

des Chefs der Staatskanzlei

auf die Kleine Anfrage des Abgeordneten Martin Brandl (CDU)
– Drucksache 17/9516 –

Erfolg von Facebook-Posts der Landesregierung

Die **Kleine Anfrage – Drucksache 17/9516** – vom 2. Juli 2019 hat folgenden Wortlaut:

Ich frage die Landesregierung:

1. Wie viele Beiträge wurden in den letzten zwölf Monaten monatlich auf dem Facebook-Account der Landesregierung gepostet (bitte aufschlüsseln nach Medieninhalt des Posts: reiner Text, Text mit Link, Text mit Bild, Text mit Video)?
2. Welche Reichweite erzielen die Beiträge durchschnittlich (bitte nach organischer und bezahlter Reichweite aufschlüsseln)?
3. Welche Gesamtreichweite erzielen die Beiträge des Facebook-Accounts der Landesregierung durchschnittlich pro Monat in den letzten 12 Monaten (bitte nach organischer und bezahlter Reichweite sowie nach Demografie der erreichten Personen aufschlüsseln)?
4. Welche Reichweiten haben die Facebook-Posts „#Kitazukunftsgesetz“ vom 9. April 2019, „Ministerpräsidentin Malu Dreyer zum Kita-Zukunftsgesetz“ vom 10. April 2019, „Bundesweit Platz 3 beim Betreuungsschlüssel von Krippenkindern“ vom 24. April 2019 und „Erziehung – Rückenwind für Hubigs Kita-Gesetz“ vom 20. April 2019 erzielt (bitte nach organischer und bezahlter Reichweite aufschlüsseln)?
5. Wie viele Interaktionen hatten die Facebook-Posts „#Kitazukunftsgesetz“ vom 9. April 2019, „Ministerpräsidentin Malu Dreyer zum Kita-Zukunftsgesetz“ vom 10. April 2019, „Bundesweit Platz 3 beim Betreuungsschlüssel von Krippenkindern“ vom 24. April 2019 und „Erziehung – Rückenwind für Hubigs Kita-Gesetz“ vom 20. April 2019 erzielt (bitte nach Likes, Kommentaren und Shares aufschlüsseln)?

Der **Chef der Staatskanzlei** hat die Kleine Anfrage namens der Landesregierung mit Schreiben vom 23. Juli 2019 wie folgt beantwortet:

Vorbemerkung:

Die Landesregierung hat die Aufgabe, über ihre Arbeit zu informieren. Über ihre Politik, über Maßnahmen, Gesetze, Strategien und Hintergründe. Denn Meinungsfreiheit und Urteilsfähigkeit setzen Information und Sachkenntnis voraus – wer sich politisch beteiligen oder entscheiden möchte, muss über die Politik Bescheid wissen.

Zur Information nutzt die Landesregierung verschiedene Wege, etwa Interviews und Hintergrundgespräche mit den Medien, Pressemitteilungen, Broschüren, Ratgeber, Faltblätter sowie soziale Medien. Letztere nutzen immer mehr Bürgerinnen und Bürger. Bestandteil der Kommunikation ist auch, zielgruppenorientiert zu informieren, beispielsweise Familien, Jugendliche, Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer, Rentnerinnen und Rentner, Schülerinnen und Schüler, Eltern, Lehrerinnen und Lehrer sowie Erzieherinnen und Erzieher zu Themen, die speziell für sie relevant sind.

Bei der Social-Media-Plattform Facebook entscheidet grundsätzlich ein Algorithmus, was jede Nutzerin und jeder Nutzer in seinem Newsfeed zu sehen bekommt – orientiert an Präferenzen und Online-Verhalten der Nutzer. Die Plattform bietet Fanpage-Betreibern zudem die Möglichkeit, einen gezielten Personenkreis ansprechen zu können, indem einzelne Beiträge beworben werden.

Vor diesem Hintergrund beantworte ich die Anfrage wie folgt:

Zu Frage 1:

Im gesamten Betrachtungszeitraum vom 1. Juli 2018 bis 30. Juni 2019 wurden 494 Beiträge auf dem Facebook-Account der Landesregierung gepostet. Darunter befinden sich 408 Bild-Beiträge, 74 Video-Beiträge, 11 Link-Beiträge und 1 Status-Beitrag.

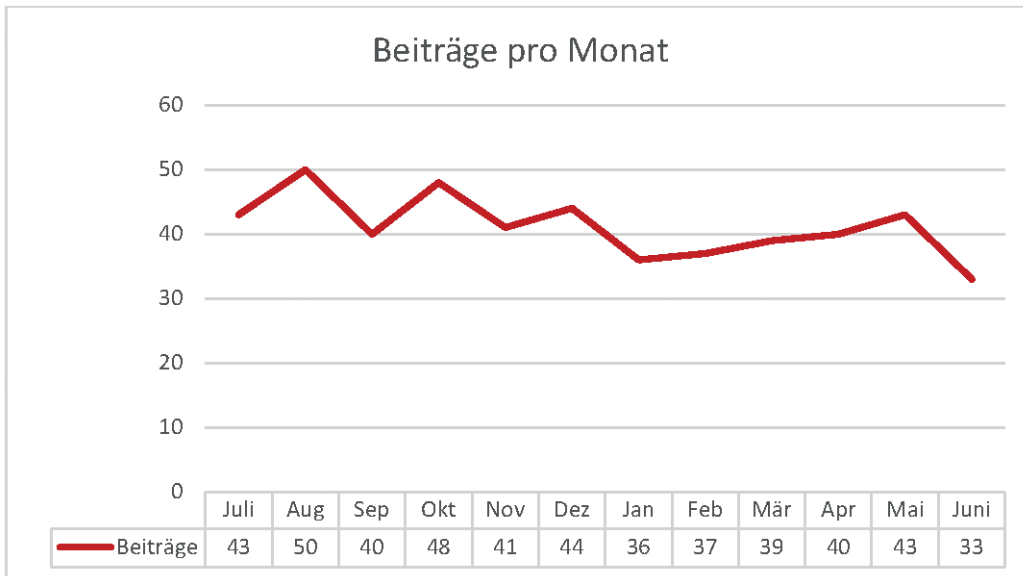


Abbildung 1: Die monatliche Anzahl der Facebook-Beiträge auf der Facebook-Fanpage der Landesregierung. Der Beobachtungszeitraum erstreckt sich vom 1. Juli 2018 bis zum 30. Juni 2019.

Der monatliche Durchschnittswert aller Posts beträgt 41 Beiträge. Schlüsselst man diese nach den Medieninhalten auf, werden durchschnittlich pro Monat rund 34 Bild-Beiträge, 6 Video-Beiträge, 1 Link-Beitrag, 0,1 Status-Beiträge und keine reinen Text-Beiträge veröffentlicht.

Zu Frage 2:

Die Beiträge erzielen laut Facebook eine durchschnittliche organische Reichweite von 5.750 Personen. Die bezahlte Reichweite beträgt 1.836 Personen pro Beitrag.

Zu Frage 3:

Die Gesamtreichweite der erzielten Beiträge variiert von Monat zu Monat (siehe Abb. 2).

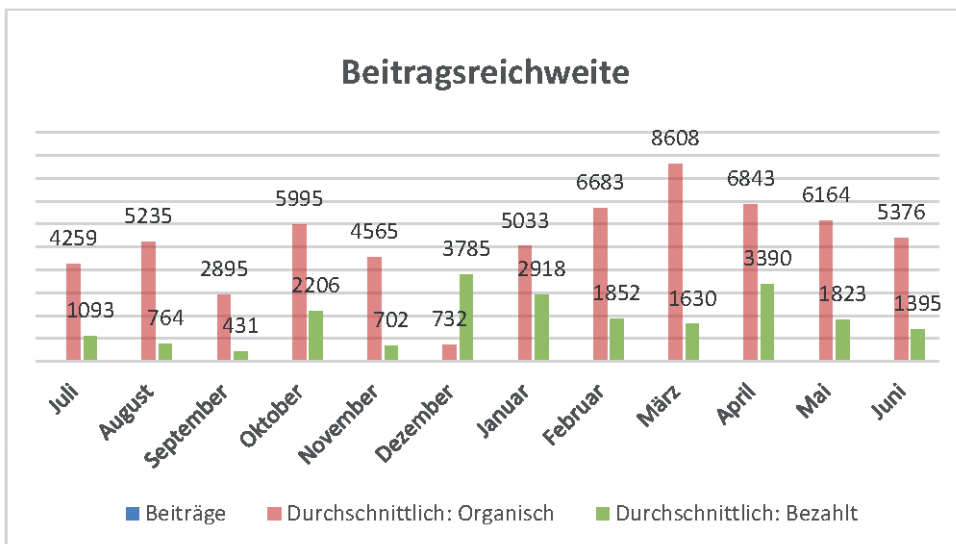


Abbildung 2: Die Reichweite der Facebook-Beiträge ist nach einem monatlichen Durchschnittswerten der Indikatoren „organisch“ und „bezahlt“ aufgeschlüsselt. Der Betrachtungszeitraum erstreckt sich vom 1. Juli 2018 bis zum 30. Juni 2019.

Die Demografie der erreichten Personen lässt sich anhand der Facebook-Insights für den Betrachtungszeitraum nicht monatlich darstellen: Die allgemeine Demografie der erreichten Personen zeigt, dass 51 Prozent der Personen weiblich und 48 Prozent männlich sind. Den größten erreichten Personenkreis machen die 35- bis 44-Jährigen (24 Prozent) sowie die 25- bis 34-Jährigen (24 Pro

zent) aus. 22 Prozent der erreichten Facebook-Nutzerinnen und -Nutzer sind zwischen 45 und 54 Jahre alt, 23 Prozent sind älter als 55 Jahre. Circa 7 Prozent der erreichten Personen sind junge Menschen zwischen 13 und 24 Jahren.

Die Facebookseite der Landesregierung erreicht primär Personen, die in Deutschland ansässig sind. Jedoch auch Facebook-Nutzerinnen und -Nutzer der Nachbarländer Luxemburg und Frankreich nehmen Inhalte der Fanpage wahr. Zu den Top 5 der durch die Beiträge erreichten Nutzerinnen und Nutzer gehören Bewohnerinnen und Bewohner der Städte Landau, Mainz, Kaiserslautern, Neustadt an der Weinstraße und Koblenz. Die gesprochene Sprache der erreichten Personen ist mit großem Abstand Deutsch.

Zu Frage 4:

- 9. April 2019 „#Kitazukunftsgesetz“
 - Organisch 37 459; Bezahlt 33 621
- 10. April 2019 „Ministerpräsidentin Malu Dreyer zum Kita-Zukunftsgesetz“
 - Organisch 12 599; Bezahlt 28 208
- 24. April 2019 „Bundesweit Platz 3 beim Betreuungsschlüssel von Krippenkindern“
 - Organisch 4 127; Bezahlt 0
- 20. Mai 2019 „Erziehung – Rückenwind für Hubigs Kita-Gesetz“
 - Organisch: 3 136; Bezahlt 0 (Dieser Beitrag wurde nicht, wie in der Kleinen Anfrage genannt, am 24. April 2019 veröffentlicht, sondern am 20. Mai 2019.)

Zu Frage 5:

Neben den „Likes“, gehören auch die Emotionen „Love“, „Haha“, „Wow“, „Traurig“ und „Wütend“ zu den bei Facebook markierbaren Reaktionen. Um ein vollständiges Bild der Reaktionen abbilden zu können, wird im Folgenden statt von „Likes“ (wie in der Anfrage genannt), von „Reaktionen“ gesprochen.

- 9. April 2019 „#Kitazukunftsgesetz“
 - Reaktionen: 642 ; Kommentare: 636 ; Shares: 170
- 10. April 2019 „Ministerpräsidentin Malu Dreyer zum Kita-Zukunftsgesetz“
 - Reaktionen: 289; Kommentare: 217; Shares: 55
- 24. April 2019 „Bundesweit Platz 3 beim Betreuungsschlüssel von Krippenkindern“
 - Reaktionen: 45; Kommentare: 7 ; Shares: 5
- 20. Mai 2019: „Erziehung – Rückenwind für Hubigs Kita-Gesetz“
 - Reaktionen: 8; Kommentare: 0; Shares: 1

Clemens Hoch
Staatssekretär

