

Kleine Anfrage

der Abgeordneten Markus Frohnmaier, Gerold Otten, Tobias Teich, Dr. Malte Kaufmann, Stefan Keuter, Uwe Schulz, Dr. Anna Rathert, Udo Theodor Hemmelgarn und der Fraktion der AfD

Social-Media-Kommunikation des Bundesministers des Auswärtigen

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.

Wir fragen die Bundesregierung:

1. Welche Kommunikationsstrategie verfolgt die Bundesregierung mit den Social-Media-Auftritten des Bundesministers des Auswärtigen?
2. Welche Zielgruppen sollen mit den Social-Media-Auftritten des Bundesministers des Auswärtigen jeweils erreicht werden?
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 Amtes 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)?
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?

6. Welche Organisationseinheiten des Auswärtigen Amts sind mit der Planung, Erstellung, Abstimmung, Freigabe und Veröffentlichung der ministerbezogenen Social-Media-Inhalte befasst?
7. Wie viele Mitarbeiterstellen bzw. Vollzeitäquivalente sind derzeit ganz oder teilweise mit der Social-Media-Kommunikation des Bundesministers des Auswärtigen befasst?
8. Wie viele dieser in Frage 7 genannten Stellen entfallen auf Beamte, Tarifbeschäftigte, abgeordnete Beschäftigte, befristet Beschäftigte oder sonstige Beschäftigungsformen?
9. In welche Besoldungs- bzw. Entgeltgruppen sind die mit der bundesministerbezogenen Social-Media-Kommunikation befassten Mitarbeiter jeweils eingruppiert (vgl. Vorfragen)?
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?
11. Wie viele Mitarbeiter sind dabei schwerpunktmäßig mit Redaktion, Text, Strategie, Community Management, Schnitt, Video, Foto, Grafik oder technischer Produktion befasst?
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?
 - a) Wenn ja, welche externen Leistungen wurden im Jahr 2025 jeweils beauftragt, und welche Leistungen sind für 2026 bislang beauftragt oder geplant?
 - 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, Kurations-, Produktions- und sonstigen Nebenkosten angeben; bei etwaigen Betriebs- und Geschäftsgeheimnissen hilfsweise Betragskorridore nennen)?
 - 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)?
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?
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)?
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?

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

Berlin, den 14. August 2026

Dr. Alice Weidel, Tino Chrupalla und Fraktion

