

19. Wahlperiode

Schriftliche Anfrage

des Abgeordneten Tobias Bauschke (FDP)

vom 04. Januar 2023 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 05. Januar 2023)

zum Thema:

**Öffentlichkeitsarbeit der Bürgermeisterin und Senatorin für Umwelt, Mobilität,
Verbraucher- und Klimaschutz**

und **Antwort** vom 18. Januar 2023 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 24. Jan. 2023)

Senatsverwaltung für
Umwelt, Mobilität, Verbraucher- und Klimaschutz

Herrn Abgeordneten Tobias Bauschke (FDP)
über
den Präsidenten des Abgeordnetenhauses von Berlin

über Senatskanzlei - G Sen -

A n t w o r t

auf die Schriftliche Anfrage Nr. 19/14449

vom 04. Januar 2023

**über Öffentlichkeitsarbeit der Bürgermeisterin und Senatorin für Umwelt, Mobilität,
Verbraucher- und Klimaschutz**

Im Namen des Senats von Berlin beantworte ich Ihre Schriftliche Anfrage wie folgt:

Vorbemerkung des Abgeordneten:

Der Begriff Senatsverwaltung in dieser Anfrage bezieht sich auf die Senatsverwaltung für Umwelt, Mobilität, Verbraucher- und Klimaschutz (SenUMVK).

Frage 1:

Wie viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Berliner Verwaltung sind unmittelbar oder mittelbar mit der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Bürgermeisterin und Senatorin betraut?

Antwort zu 1:

In der Senatsverwaltung für Umwelt, Mobilität, Verbraucher- und Klimaschutz (SenUMVK) arbeiten zwei Pressesprecher*innen, zwei Presse-Referent*innen und zwei Sachbearbeiter*innen in der Pressestelle zu allen sämtlichen Themen der SenUMVK. Dies umfasst auch Pressearbeit mit Bezug auf die Senatorin.

Im Referat Öffentlichkeitsarbeit arbeiten insgesamt zehn Personen (ca. 9 Vollzeitäquivalente) zu den Themen Internet, Social-Media, Printpublikationen, Veranstaltungen, Projektkommunikation und Redenschreiben. Eine direkte Zuordnung für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Senatorin besteht über die Stelle des Redenschreibers hinaus nicht.

Im Büro der Bürgermeisterin sind keine Beschäftigten mit Presse- und Öffentlichkeitsarbeit betraut.

Frage 2:

Wie viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Berliner Verwaltung sind unmittelbar oder mittelbar mit der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Senatsverwaltung betraut?

Antwort zu 2:

In der SenUMVK arbeiten zwei Pressesprecher*innen, zwei Presse-Referent*innen und zwei Sachbearbeiterinnen in der Pressestelle zu sämtlichen Themen der SenUMVK. Im Referat Öffentlichkeitsarbeit arbeiten insgesamt zehn Personen (ca. 9 Vollzeitäquivalente) zu den Themen Internet, Social-Media, Printpublikationen, Veranstaltungen, Projektkommunikation und Redenschreiben.

Frage 3:

Sind im Jahr 2022 für externe Dienstleistungen durch Make-Up Artist, Friseur oder sonstige körpernahe Dienstleistungserbringer an der Bürgermeisterin und Senatorin Kosten entstanden? Und wenn ja, in welcher Höhe?

Antwort zu 3:

Bei der Erstellung von Portraitfotos und im Rahmen der Erstellung von Informationsfilmen der SenUMVK sind im Jahr 2022 Kosten für Visagist*innen in Höhe von 1.256,80 Euro entstanden.

Frage 4:

Über welche Social-Media-Kanäle verfügt die Bürgermeisterin und Senatorin als Person? (Bitte mit Handles und Plattform angeben)

Antwort zu 4:

Der SenUMVK sind drei personenbezogene Social-Media-Kanäle der Senatorin bekannt: bei Instagram: @bettinajarasch, bei Twitter: @Bettina_Jarasch, bei Facebook <https://www.facebook.com/bettinafuerberlin>.

Frage 5:

Über welche Social-Media-Kanäle verfügt die Senatsverwaltung als Institution? (Bitte mit Handles und Plattform angeben)

Antwort zu 5:

Die SenUMVK verfügt über die folgenden Social-Media-Kanäle:

| Zentrale Social-Media-Kanäle | Fachspezifische Kanäle |
|--|--|
| www.instagramm.com/senumvkberlin www.twitter.com/senumvkberlin www.youtube.com/senumvkberlin www.facebook.com/senumvkberlin | www.twitter.com/fahrrad_berlin www.instagramm.vom/fahrrad_berlin www.facebook.com/vizberlin www.twitter.com/VIZ_Berlin www.instagram.com/viz_berlin/ www.facebook.com/ReUseBerlin www.instagram.com/berliner.ernaehrungsstrategie/ www.facebook.com/Berliner.Ernaehrungsstrategie www.instagram.com/yccbberlin/ |

Frage 6:

Wie viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Senatsverwaltung und der Senatskanzlei haben Zugriff auf die Social-Media-Kanäle der Bürgermeisterin und Senatorin und seit wann und auf welche der Accounts?

Frage 7:

Wie viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Senatsverwaltung und der Senatskanzlei posten und kommentieren regelmäßig auf den Social-Media-Kanälen der Bürgermeisterin und Senatorin in deren Namen und seit wann?

Antwort zu 6 und 7:

Beschäftigte der SenUMVK haben keinen Zugriff auf die o. g. personenbezogenen Social-Media-Accounts. Beschäftigte der Senatskanzlei haben keinen Zugriff auf die o. g. personenbezogenen Social-Media-Accounts.

Frage 8:

Wie viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Senatsverwaltung und der Senatskanzlei haben Zugriff auf die Social-Media-Kanäle der Senatsverwaltung und seit wann?

Antwort zu 8:

Sieben Beschäftigte der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit haben (teilweise) Zugang zu den zentralen Social-Media-Kanälen der SenUMVK. Projektspezifische Social-Media-Kanäle werden in den jeweiligen Fachbereichen verantwortet. Eine Dokumentation über den Zeitpunkt des

Zuganges besteht nicht. In der Regel bestehen die Zugänge entweder seit Gründung des jeweiligen Social-Media-Kanals oder mit dem Beschäftigungsbeginn.

Beschäftigte der Senatskanzlei haben keinen Zugriff auf die Social-Media-Kanäle der Senatsverwaltung.

Frage 9:

Wie viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Senatsverwaltung und der Senatskanzlei posten und kommentieren auf den Social-Media-Kanälen der Senatsverwaltung in deren Namen und seit wann?

Antwort zu 9:

Fünf Beschäftigte der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit nutzen (teilweise) ihren Zugang zu den zentralen Social-Media-Kanälen der SenUMVK für die Erstellung von Beiträgen und Kommentaren. Projektspezifische Social-Media-Kanäle werden in den jeweiligen Fachbereichen verantwortet. Eine Dokumentation über einzelne Posts und deren Einsteller*in auf den Social-Media-Kanälen besteht nicht. In der Regel bestehen die Zugänge entweder seit Gründung des jeweiligen Social-Media-Kanals oder mit dem Beschäftigungsbeginn.

Beschäftigte der Senatskanzlei haben keinen Zugriff auf die Social-Media-Kanäle der Senatsverwaltung.

Frage 10:

Wird auf den Social-Media-Kanälen der Bürgermeisterin und Senatorin bezahlte Werbung geschaltet? Wenn ja, wie hoch war das jeweilige Budget (monatsweise) seit Dezember 2021 bis heute und welche Posts wurden beworben?

Antwort zu 10:

Beschäftigte der SenUMVK und der Senatskanzlei haben keinen Zugriff auf die o. g. personenbezogenen Social-Media-Accounts der Bürgermeisterin und Senatorin und können dazu daher keine Angaben machen.

Frage 11:

Wird auf den Social-Media-Kanälen der Senatsverwaltung bezahlte Werbung geschaltet? Wenn ja, wie hoch war das jeweilige Budget (monatsweise) seit Dezember 2021 bis heute und welche Posts wurden beworben?

Antwort zu 11:

| | |
|----------------|----------------|
| Dezember 2021 | 10.989,40 Euro |
| Januar 2022 | - |
| Februar 2022 | - |
| März 2022 | 1.269,97 Euro |
| April 2022 | 2.023,08 Euro |
| Mai 2022 | 5.310,86 Euro |
| Juni 2022 | 2.511,64 Euro |
| Juli 2022 | 1.900,00 Euro |
| August 2022 | 300,00 Euro |
| September 2022 | 29.220,83 Euro |
| Oktober 2022 | 4.361,47 Euro |
| November 2022 | 4.133,00 Euro |
| Dezember 2022 | 8.833,00 Euro |

Die Themen der beworbenen Posts betreffen die Fachinformationsprojekte Re-Use, Zusammen sind wir Park, Stadtradeln, Berliner Mobilitätswende, Energieberatung. Eine Einzelaufistung der Posts existiert nicht.

Frage 12:

Welche Targeting Merkmale wurden für die bezahlte Werbung auf den Social-Media-Kanälen der Bürgermeisterin und Senatorin und auf welcher Plattform genutzt?

Antwort zu 12:

Beschäftigte der SenUMVK und der Senatskanzlei haben keinen Zugriff auf die o. g. personenbezogenen Social-Media-Accounts der Bürgermeisterin und Senatorin und können dazu keine Angaben machen.

Frage 13:

Welche Targeting Merkmale wurden für die bezahlte Werbung auf den Social-Media-Kanälen der Senatsverwaltung und auf welcher Plattform genutzt?

Antwort zu 13:

Die zentralen Targetingkriterien auf den Kanälen der SenUMVK sind: Bundesland Berlin, Alter: 18+ Jahre. Thematische Keywords. Vereinzelt werden die Möglichkeiten der Custom-Audience und der Lookalike-Audience genutzt.

Bei der Custom-Audience wird auf Nutzer*innen rekuriert, die bisher mit den beworbenen Maßnahmen/Website interagiert haben, um über den Fortgang der Maßnahme zu informieren.

Bei der Lookalike-Audience werden thematisch passende institutionelle Accounts adressiert. Personen werden nicht adressiert.

Frage 14:

Wie viele angestellte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Berliner Verwaltung fertigen Fotos oder Videos von der Bürgermeisterin und Senatorin bei der Ausübung ihrer Amtsgeschäfte im Jahr 2022 an?

Antwort zu 14:

Grundsätzlich ist es möglich, dass alle Beschäftigten der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bzw. der Fachbereiche im Rahmen ihrer Tätigkeit auch Fotos von Veranstaltungen und Terminen anfertigen, auf denen die Senatorin anwesend ist.

Frage 15:

Wie oft beauftragt die Senatsverwaltung freiberufliche/ selbstständige Fotografen und Videografen für Aufnahmen von Veranstaltung mit Teilnahme der Bürgermeisterin und Senatorin im Jahr 2022 (nach Monat auflisten)?

Antwort zu 15:

Die SenUMVK beauftragte im Jahr 2022 insgesamt 68 Mal freiberufliche/ selbstständige Fotografen für professionelle Aufnahmen von Veranstaltungen mit Teilnahme der Senatorin.

| | | | |
|---------|---|-----------|----|
| Januar | 0 | Juli | 2 |
| Februar | 0 | August | 9 |
| März | 2 | September | 12 |
| April | 2 | Oktober | 7 |
| Mai | 5 | November | 11 |
| Juni | 8 | Dezember | 10 |

Frage 16:

Wie ist die Weitergabe der Bilder, nach Anfertigung durch Mitarbeiter der Berliner Verwaltung oder durch die Senatsverwaltung beauftragte Fotografen/Videografen an die Bürgermeisterin und Senatorin geregelt? Welche Kosten entstehen den privaten Profilen der Bürgermeisterin und Senatorin durch die Nutzung der angefertigten Bilder und Videos durch von der Senatsverwaltung mittelbar und unmittelbar bezahlte/entlohnte Arbeitskräfte und Dienstleister?

Antwort zu 16:

In der Regel werden keine Fotos, die durch die SenUMVK entstanden sind, auf den o. g. personenbezogenen Social-Media-Kanälen der Senatorin genutzt.

Seit Dezember 2021 gab es drei Posts der Senatorin, in der diese im Rahmen der Zweitverwertung Fotos von ihr besuchten Veranstaltungen genutzt hat (von insgesamt 68 professionell begleiteten Terminbegleitungen), die zuvor auf den Kanälen der SenUMVK genutzt wurden. In einem weiteren Fall wurden aus organisatorischen Gründen Fotos von einer Terminbegleitung nur auf den Kanälen der Senatorin genutzt. Diese Fotonutzungen fanden im Rahmen der Aufgaben als Senatorin statt und wurden nicht in Rechnung gestellt.

Grundsätzlich ist auch in vielen anderen Fällen die unentgeltliche Überlassung zur Zweitnutzung eine geübte Praxis im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der SenUMVK.

Frage 17:

Wie viel Geld wurde 2022 von der Senatsverwaltung für Fotografen, Videografen und sonstige Dienstleister im PR-Bereich ausgegeben?

- a. Welche Kosten entstanden durch interne Fotografen?
- b. Welche Kosten entstanden durch Werkverträge und Dienstleistungsverträge und sonstige Verträge mit externen Fotografen?
- c. Wie viele Verträge wurden im Jahr 2022 mit Fotografen und Videografen geschlossen?
- d. Was ist das durchschnittliche Entgelt eines Vertrags mit einem externen Dienstleister für Foto/ Video?
- e. Welche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Senatsverwaltung sind berechtigt, Medienbegleitungen für externe Termine anzufordern?

Antwort zu 17:

- a. Die SenUMVK beschäftigt keine hauseigenen Fotograf*innen.
- b. Im Jahr 2022 hat die SenUMVK externe Fotograf*innen in Höhe von 70.615,57 Euro beauftragt.
- c. Die SenUMVK beauftragte im Jahr 2022 ca. 83 Mal freiberufliche/ selbstständige Fotografen und Videografen.

d. Rechnerisch ergibt sich aus den Antworten zu den Fragen 17c. und d. ein Wert von 850,79 Euro.

e. Alle zur rechtsgeschäftlichen Vertretung ermächtigten Beschäftigten sind grundsätzlich berechtigt, im Rahmen ihrer Tätigkeit und der hierfür verfügbaren Mittel Dienstleistungen wie Fotograf*innen zu beauftragen. Eine Auflistung dieser Beschäftigten existiert nicht.

Frage 18:

Wie viel Geld wurde 2022 für eine Medienbegleitung (Fotografen etc.) bei Terminen der Bürgermeisterin und Senatorin ausgegeben?

a. Welche Kosten entstanden durch interne Fotografen?

b. Welche Kosten entstanden durch Werkverträge und Dienstleistungsverträge und sonstige Verträge mit externen Fotografen?

c. Wie viele Verträge wurden hierfür im Jahre 2022 geschlossen?

d. Was ist das durchschnittliche Entgelt eines Vertrags mit einem externen Dienstleister für Foto/Video?

e. Wie viele Fotografen begleiten die Bürgermeisterin und Senatorin durchschnittlich bei öffentlichen Terminen (öffentliche Reden, Besichtigungen, Eröffnungen etc.)?

Antwort zu 18:

a. Die SenUMVK beschäftigt keine hauseigenen Fotograf*innen.

b. Im Jahr 2022 hat die SenUMVK externe Fotograf*innen in Höhe von 21.178,20 Euro beauftragt.

c. Die SenUMVK beauftragte im Jahr 2022 insgesamt 68 Mal freiberufliche/ selbstständige Fotografen und Videografen.

d. Die Kosten für die fotografische Begleitung von Presse- und Öffentlichkeitsarbeitsterminen liegen bei durchschnittlich 311 Euro pro Termin.

e. Ein*e Fotograf*in bei - in Anbetracht der Termindichte der Senatorin - sorgfältig ausgewählten Terminen (vergleiche die Antwort zu c)

Frage 19:

Wie hoch war das Budget für Fotografen, Videografen und sonstige Dienstleister in diesem Bereich der Senatsverwaltung in den Jahren 2010, 2015, 2020 und 2022?

Antwort zu 19:

Ein gesondertes Budget für Fotograf*innen, Videograf*innen und sonstige Dienstleister*innen existiert nicht. Die Budgets für Kommunikationsmaßnahmen sind 2022 in den Haushaltstiteln der Fachprojekte sowie im Kopfkapitel der SenUMVK (0700-53101, 0700-54010, 0700-53316-) angesiedelt.

Frage 20:

Wie hoch war das Budget für Social-Media Werbung der Senatsverwaltung in den Jahren 2015, 2020 und 2022?

Antwort zu 20:

Ein gesondertes Budget für Social-Media-Werbung existiert nicht. Die Budgets für Kommunikationsmaßnahmen sind 2022 in den Haushaltstiteln der Fachprojekte sowie im Kopfkapitel der SenUMVK (0700-53101, 0700-54010, 0700-53316) angesiedelt.

Frage 21:

Wie hoch war das Budget für Fotografen, Videografen und sonstige Dienstleister in diesem Bereich der Bürgermeisterin und Senatorin/ bzw. des Senators für Mobilität/Verkehr in den Jahren 2010, 2015, 2020 und 2022?

Antwort zu 21:

Ein gesondertes Budget für Fotograf*innen, Videograf*innen und sonstige Dienstleister*innen existiert für die Hausleitung der SenUMVK nicht. Die Budgets für Kommunikationsmaßnahmen sind 2022 in den Haushaltstiteln der Fachprojekte sowie im Kopfkapitel der SenUMVK (0700-53101, 0700-54010, 0700-53316) angesiedelt.

Frage 22:

Wie hoch war das Budget für Social-Media Werbung der Bürgermeisterin und Senatorin/ bzw. des Senators für Mobilität/Verkehr in den Jahren 2010, 2015, 2020 und 2022?

Antwort zu 22:

Ein gesondertes Budget für Social-Media-Werbung für die Senatorin existiert in der SenUMVK nicht. Beschäftigte der SenUMVK haben keinen Zugriff auf die personenbezogenen Social Media-Accounts der Senatorin.

Frage 23:

Haben Beschäftigte/Angestellte der Senatskanzlei Zugriff auf die Social-Media-Kanäle der Bürgermeisterin und Senatorin? Wenn ja, wie viele?

Antwort zu 23:

Beschäftigte der Senatskanzlei haben keinen Zugriff auf die personenbezogenen Social-Media-Kanäle der Bürgermeisterin und Senatorin.

Berlin, den 18.01.2023

In Vertretung
Markus Kamrad
Senatsverwaltung für
Umwelt, Mobilität, Verbraucher- und Klimaschutz