



Schriftliche Anfrage

der Abgeordneten **Stefan Löw, Richard Graupner, Christoph Maier AfD**
vom 11.10.2022

Umfang und Kosten der Tätigkeit der Bayerischen Polizei in den sozialen Medien

Die Staatsregierung wird gefragt:

- | | | |
|-----|--|---|
| 1.1 | Welche Kanäle betreibt die Bayerische Polizei mit Stichtag 01.09.2022 in sozialen Netzwerken (bitte einzeln auflisten und nach Plattform aufschlüsseln)? | 3 |
| 1.2 | Welche Kanäle werden durch externe Anbieter betreut? | 3 |
| 1.3 | Wie viele Personen beschäftigt die Bayerische Polizei im Rahmen ihrer Aktivitäten in den sozialen Netzwerken insgesamt (bitte auch nach Frauen und Männern aufschlüsseln)? | 3 |
| 2.1 | Wie viele Planstellen sind für die Aktivitäten in den sozialen Medien vorgesehen (bitte nach jeweiligem Kanal aufschlüsseln und bitte unbesetzte Planstellen extra ausweisen)? | 4 |
| 2.2 | Wie viele zivile Beschäftigte beschäftigt die Bayerische Polizei im Rahmen dieser Aktivitäten (bitte nach jeweiligem Kanal aufschlüsseln)? | 3 |
| 2.3 | Wie hoch ist das Gesamtbudget der Aktivitäten der Bayerischen Polizei in sozialen Netzwerken? | 4 |
| 3.1 | Welche tatsächlichen Kosten sind im Haushaltsjahr 2021 für die Aktivitäten der Bayerischen Polizei in den sozialen Netzwerken angefallen? | 5 |
| 3.2 | Wie hoch beziffert die Staatsregierung die Personalkosten, einschließlich der dazu abgeordneten Beamten? | 5 |
| 3.3 | Wurden für die Betreuung der Kanäle in den sozialen Medien in den Haushaltsjahren 2018 bis 2022 externe Berater hinzugezogen (bitte einzeln aufschlüsseln)? | 5 |
| 4.1 | Falls ja: Wie hoch waren die Kosten für externe Berater? | 5 |
| 4.2 | Fanden für die entsprechenden Aktivitäten der Bayerischen Polizei in den Haushaltsjahren 2018 bis 2022 interne und externe Schulungen statt? | 6 |

4.3	Falls ja: Welche Schulungen wurden hierzu durchgeführt (bitte detailliert darlegen)?	6
5.1	Falls ja: Bei welchen Einrichtungen oder Dritten wurden diese Schulungen durchgeführt (bitte ausführlich darlegen und insbesondere auf die Kosten eingehen)?	6
5.2	Nach welchen gesetzlichen und untergesetzlichen Regelungen gestaltet sich die Tätigkeit der Bayerischen Polizei in sozialen Netzwerken?	7
5.3	Hat die Staatsregierung Handlungsanweisungen (z. B. in Form von Verordnungen, Dienstanweisungen etc.) zu dieser Arbeit erlassen (bitte ausführlich darlegen)?	7
6.1	Falls ja: Was ist der wesentliche Regelungsgehalt dieser Handlungsanweisungen?	7
6.2	Nach welchen Kriterien wird zwischen neutraler Öffentlichkeitsarbeit und unzulässiger Verbreitung (partei-)politischer Inhalte unterschieden (bitte konkret darlegen)?	8
6.3	Welche Dienststellen führen die fachliche und formale Dienstaufsicht über die jeweiligen Kanäle nach 1.1 durch (bitte ausführlich darlegen)?	8
7.1	Fanden im Rahmen der Dienstaufsicht über die Aktivitäten in den sozialen Medien Korrekturen, disziplinare (Vor-)Ermittlungen gegen Beamte oder arbeitsrechtliche Maßnahmen gegen zivile Beschäftigte statt?	8
7.2	Falls ja: Welche Folgen hatte dies (bitte genau darlegen)?	8
7.3	Werden in den Kanälen der Bayerischen Polizei Restriktionen gegen Nutzer der Plattformen angewandt?	8
8.1	Falls ja: In welcher Form werden diese durchgeführt (bitte auch auf die ungefähre Anzahl der jeweiligen Restriktion eingehen)?	8
8.2	Beabsichtigt die Staatsregierung, die Tätigkeiten der Bayerischen Polizei in den sozialen Netzwerken in den kommenden Jahren zu erweitern oder zu reduzieren (bitte ausführlich darlegen)?	9
	Hinweise des Landtagsamts	10

Antwort

des Staatsministeriums des Innern, für Sport und Integration
vom 08.11.2022

1.1 Welche Kanäle betreibt die Bayerische Polizei mit Stichtag 01.09.2022 in sozialen Netzwerken (bitte einzeln auflisten und nach Plattform aufschlüsseln)?

Verband	Kanäle/Plattformen
Polizeipräsidium Oberbayern Nord	Twitter, Facebook und Instagram
Polizeipräsidium Oberbayern Süd	Twitter, Facebook und Instagram
Polizeipräsidium München <i>mit Verfahrenskoordination Social Media (VK SM)</i>	- Polizei München: Twitter, Instagram, Facebook, Jodel und TikTok (Probetrieb) - Bayernweiter Kanal: Twitter
Polizeipräsidium Niederbayern	Twitter, Facebook und Instagram
Polizeipräsidium Oberpfalz	Twitter, Facebook und Instagram
Polizeipräsidium Oberfranken	Twitter, Facebook und Instagram (2x)
Polizeipräsidium Mittelfranken	Twitter, Facebook und Instagram
Polizeipräsidium Unterfranken	Twitter, Facebook und Instagram
Polizeipräsidium Schwaben Nord	Twitter, Facebook und Instagram
Polizeipräsidium Schwaben Süd/West	Twitter, Facebook und Instagram
Präsidium der Bayerischen Bereitschaftspolizei	Facebook und Instagram sowie YouTube (nicht öffentlich betrieben; lediglich technische Lösung zum Einbinden von Videostreams von z. B. Vereidigungen)
Landeskriminalamt	Twitter, Facebook und Instagram

1.2 Welche Kanäle werden durch externe Anbieter betreut?

Die Kanäle werden ausschließlich durch Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Social Media-Teams (SMT) der jeweiligen Präsidien betreut. Externe Anbieter werden hierzu nicht herangezogen.

1.3 Wie viele Personen beschäftigt die Bayerische Polizei im Rahmen ihrer Aktivitäten in den sozialen Netzwerken insgesamt (bitte auch nach Frauen und Männern aufschlüsseln)?

2.2 Wie viele zivile Beschäftigte beschäftigt die Bayerische Polizei im Rahmen dieser Aktivitäten (bitte nach jeweiligem Kanal aufschlüsseln)?

Die Fragen 1.3 und 2.2 werden aufgrund des Sachzusammenhangs gemeinsam beantwortet.

Für die Betreuung der unter Frage 1.1 aufgeschlüsselten Social Media-Accounts steht der Bayerischen Polizei die nachfolgend dargestellte Anzahl an Mitarbeiterinnen und

Mitarbeitern zur Verfügung. Die Betreuung findet plattformübergreifend, sowohl durch Polizeivollzugsbeamte als auch Verwaltungsbeamte und Tarifbeschäftigte¹ statt.

Verband	Polizeivollzugsbeamte	Tarifbeschäftigte, Verwaltungsbeamte
Polizeipräsidium Oberbayern Nord	1 Frau, 2 Männer	
Polizeipräsidium Oberbayern Süd	3 Frauen	
Polizeipräsidium München	- SMT: 2 Frauen, 3 Männer - VK SM: 2 Männer	
Polizeipräsidium Niederbayern	1 Mann	1 Mann
Polizeipräsidium Oberpfalz	1 Frau, 1 Mann	
Polizeipräsidium Oberfranken	1 Frau, 1 Mann	
Polizeipräsidium Mittelfranken	4 Männer	1 Mann
Polizeipräsidium Unterfranken	2 Männer	
Polizeipräsidium Schwaben Nord	1 Frau, 2 Männer	
Polizeipräsidium Schwaben Süd/West	3 Männer	
Präsidium der Bayerischen Bereitschaftspolizei	1 Frau, 2 Männer	
Landeskriminalamt	1 Frau	1 Frau

2.1 Wie viele Planstellen sind für die Aktivitäten in den sozialen Medien vorgesehen (bitte nach jeweiligem Kanal aufschlüsseln und bitte unbesetzte Planstellen extra ausweisen)?

Als Folge mehrerer Programme der Staatsregierung zur personellen (und auch ausstattungsbezogenen) Stärkung soll die Bayerische Polizei 3 500 neue Stellen erhalten und 2023 über insgesamt rund 45 000 Stellen im Staatshaushalt verfügen. 3 000 zusätzliche Stellen hat der Haushaltsgesetzgeber bereits ausgebracht, davon rund 200 Spezialisten (vorwiegend IT-Fachkräfte).

Die Planstellen sind nicht an einen fachlichen Schwerpunkt gekoppelt; sie stehen für alle Aufgaben, welche die Bayerische Polizei bewältigen muss, zur Verfügung. Die Stellen- und Personalverteilung innerhalb eines Polizeipräsidiums ist Führungsaufgabe des jeweiligen Verbands, der eine angemessene Berücksichtigung aller nachgeordneten Dienststellen unter Einbeziehung belastungs- und lagerelevanter Aspekte zu gewährleisten hat. Mit derzeit mehr als 44 500 Stellen hat die Bayerische Polizei den bislang höchsten Stellenbestand aller Zeiten erreicht.

2.3 Wie hoch ist das Gesamtbudget der Aktivitäten der Bayerischen Polizei in sozialen Netzwerken?

Den Verbänden der Bayerischen Polizei steht für Social Media kein eigenes Budget zur Verfügung. Die anfallenden Kosten werden in der Regel aus den jeweiligen Dienststellenbudgets bestritten.

Für die bayernweit zuständige Verfahrenskoordination Social Media wird ein Budget aus Zentralmitteln zur Verfügung gestellt. Dies belief sich im Haushaltsjahr 2021 auf 21.000 Euro für den Betrieb von Anwendungen der Informations- und Kommunikationstechnik (IuK-Anwendungen).

¹ Der Begriff „zivile Beschäftigte“ wird bei der Bayerischen Polizei nicht verwendet. Der Begriff wurde im Sinne der Anfrage interpretiert und dargestellt.

3.1 Welche tatsächlichen Kosten sind im Haushaltsjahr 2021 für die Aktivitäten der Bayerischen Polizei in den sozialen Netzwerken angefallen?

Im Haushaltsjahr 2021 sind in den Verbänden durch die Nutzung der sozialen Netzwerke zur Öffentlichkeitsarbeit folgende Kosten angefallen (auf ganze Euro gerundet):

Verband	Kosten
Polizeipräsidium Oberbayern Nord	5.526
Polizeipräsidium Oberbayern Süd	8.284
Polizeipräsidium München	- SMT: 16.579 - VK SM: 16.221
Polizeipräsidium Niederbayern	9.305
Polizeipräsidium Oberpfalz	9.661
Polizeipräsidium Oberfranken	9.310
Polizeipräsidium Mittelfranken	16.370
Polizeipräsidium Unterfranken	5.526
Polizeipräsidium Schwaben Nord	8.120
Polizeipräsidium Schwaben Süd/West	9.800
Präsidium der Bayerischen Bereitschaftspolizei	8.125
Landeskriminalamt	5.500

3.2 Wie hoch beziffert die Staatsregierung die Personalkosten, einschließlich der dazu abgeordneten Beamten?

Die Möglichkeit der Aufgliederung der gesamten Personalkosten auf den Tätigkeitsschwerpunkt „Soziale Medien“ besteht nicht.

3.3 Wurden für die Betreuung der Kanäle in den sozialen Medien in den Haushaltsjahren 2018 bis 2022 externe Berater hinzugezogen (bitte einzeln aufschlüsseln)?

4.1 Falls ja: Wie hoch waren die Kosten für externe Berater?

Die Fragen 3.3 und 4.1 werden aufgrund des Sachzusammenhangs gemeinsam beantwortet.

Für die Betreuung der polizeilichen Kanäle der Bayerischen Polizei wurden keine externen Berater hinzugezogen.

4.2 Fanden für die entsprechenden Aktivitäten der Bayerischen Polizei in den Haushaltsjahren 2018 bis 2022 interne und externe Schulungen statt?

4.3 Falls ja: Welche Schulungen wurden hierzu durchgeführt (bitte detailliert darlegen)?

5.1 Falls ja: Bei welchen Einrichtungen oder Dritten wurden diese Schulungen durchgeführt (bitte ausführlich darlegen und insbesondere auf die Kosten eingehen)?

Die Fragen 4.2, 4.3 und 5.1 werden aufgrund des Sachzusammenhangs gemeinsam beantwortet.

Zur Nutzung der sozialen Netzwerke durch die Bayerische Polizei zum Zwecke der Öffentlichkeitsarbeit fanden im abgefragten Zeitraum zahlreiche interne wie behördenübergreifende Fortbildungen (a) statt. In Einzelfällen wurden auch kostenpflichtige Fortbildungsangebote externer Anbieter (b) genutzt.

a. Intern/behördenübergreifend:

- intern bei der Bayerischen Polizei
 - baypocialMEDIA (bayernweite Social Media-Tagung)
 - Fortbildung „Grundlagen Medienarbeit für Social Media Teams“
 - Fortbildung „Digitale Bildbearbeitung“
 - Fortbildung „Videobearbeitung/Auswertung“
 - E-Learning „Grundlagen soziale Netzwerke“
- beim Bundeskriminalamt
 - Social Media-Lehrgang
- an der Deutschen Hochschule der Polizei
 - Barcamp
 - Social Media Manager Polizei
 - Online-Seminar „Verkehrssicherheitsarbeit und Social Media“

Eine Erhebung etwaiger Kosten war aufgrund der knapp bemessenen Frist und des umfangreichen abgefragten Zeitraums nicht möglich.

b. Extern:

- Polizeipräsidium München:
 - Fotokurs bei der Volkshochschule (VHS) München; ca. 160 Euro
- Polizeipräsidium Mittelfranken:
 - Instagram for Business (Unterlagen zum Anbieter lagen dem betroffenen Polizeipräsidium Mittelfranken nicht mehr vor); ca. 1.000 Euro
- Polizeipräsidium Schwaben Nord:
 - Fotokurs, Lighthouse Fotoschule Augsburg; 870 Euro
- Polizeipräsidium Schwaben Süd/West:
 - Adobe Photoshop CS5 Grundlagen der professionellen Bildbearbeitung, VHS Kempten; 702,32 Euro

- Präsidium der Bayerischen Bereitschaftspolizei:
 - Instagram for Business, Akademie der Deutschen Medien; 1.000 Euro
 - Instagram für Unternehmen, New Elements GmbH; 900 Euro
- Landeskriminalamt:
 - Beschulung auf Streamingequipment für Pressekonferenzen bei Firma Prankl Consulting GmbH; 856,80 Euro

5.2 Nach welchen gesetzlichen und untergesetzlichen Regelungen gestaltet sich die Tätigkeit der Bayerischen Polizei in sozialen Netzwerken?

Die Nutzung der sozialen Netzwerke ist ein wichtiger Baustein der polizeilichen Öffentlichkeitsarbeit und unterscheidet sich im Prinzip, in ihrem Wesen und in ihrer Zielrichtung nicht von der täglichen Pressearbeit. Grundlage der polizeilichen Öffentlichkeitsarbeit und mithin der Nutzung sozialer Netzwerke ist die gesetzliche Kompetenzzuweisung. Polizeiliche Öffentlichkeitsarbeit stellt eine Annexaufgabe zur polizeilichen Aufgabe dar, die bspw. eine gesetzliche Ausprägung in § 8 Allgemeine Geschäftsordnung für die Behörden des Freistaates Bayern (AGO) (Information, Medien- und Öffentlichkeitsarbeit) findet. Jedwede staatliche Öffentlichkeitsarbeit unterliegt dabei nach Art. 20 Abs. 3 Grundgesetz (GG) Recht und Gesetz. So finden die polizeiliche Öffentlichkeitsarbeit und die Nutzung sozialer Medien ihre Grenzen in der staatlichen Neutralität und dem Sachlichkeitsgebot.

Sobald sich aufgrund des einzelfallbezogenen Verhaltens von Nutzerinnen und Nutzern auf den Präsenzen der Bayerischen Polizei in den sozialen Netzwerken konkrete Handlungszwänge für die Polizei ergeben, z. B. aufgrund strafrechtlicher oder gefahrenabwehrrechtlicher Relevanz, bedarf es hierfür stets einer konkreten Rechtsgrundlage.

5.3 Hat die Staatsregierung Handlungsanweisungen (z. B. in Form von Verordnungen, Dienstanweisungen etc.) zu dieser Arbeit erlassen (bitte ausführlich darlegen)?

6.1 Falls ja: Was ist der wesentliche Regelungsgehalt dieser Handlungsanweisungen?

Die Fragen 5.3 und 6.1 werden aufgrund des Sachzusammenhangs gemeinsam beantwortet.

Zur fachlichen und technischen Koordination der Nutzung der sozialen Medien durch die Bayerische Polizei mit dem Zwecke der Öffentlichkeitsarbeit beauftragte das Staatsministerium des Innern, für Sport und Integration das Polizeipräsidium München im Jahr 2017, eine Verfahrenskoordination Social Media zu errichten und zu betreiben. Diese hat einen mit den Verbänden der Bayerischen Polizei abgestimmten Handlungsleitfaden für die Nutzung der polizeilichen Social Media-Accounts erstellt.

Der Handlungsleitfaden behandelt u. a. folgende Themen:

- grafische wie plattformabhängige Standards,
- Grundsätze und Vorgaben für die Erstellung von Beiträgen u. a.,
- Grundsätze für das Community Management,

- Begleitung von Einsatzlagen,
- rechtliche Rahmenbedingungen,
- Vorgaben zur Informationssicherheit,
- innerorganisatorische Regelungen wie Melde- und Berichtspflichten.

6.2 Nach welchen Kriterien wird zwischen neutraler Öffentlichkeitsarbeit und unzulässiger Verbreitung (partei-)politischer Inhalte unterschieden (bitte konkret darlegen)?

Auf die Ausführungen unter Frage 5.2 und die diesbezügliche Auskunft der Staatsregierung in der Schriftlichen Anfrage vom 03.12.2021 (Drs. 18/18196) darf verwiesen werden. Diese Auskunft gilt für Behörden wie die Bayerische Polizei gleichermaßen.

6.3 Welche Dienststellen führen die fachliche und formale Dienstaufsicht über die jeweiligen Kanäle nach 1.1 durch (bitte ausführlich darlegen)?

Die Social Media-Teams der Verbände sind organisatorisch, personell und fachlich den Präsidialbüros des jeweiligen Polizeipräsidiums zugeordnet. Somit übt der jeweilige Präsidialbüroleiter bzw. die jeweilige Präsidialbüroleiterin die formale Dienstaufsicht über die Mitarbeitenden der Social Media-Teams aus.

7.1 Fanden im Rahmen der Dienstaufsicht über die Aktivitäten in den sozialen Medien Korrekturen, disziplinare (Vor-)Ermittlungen gegen Beamte oder arbeitsrechtliche Maßnahmen gegen zivile Beschäftigte statt?

7.2 Falls ja: Welche Folgen hatte dies (bitte genau darlegen)?

Die Fragen 7.1 und 7.2 werden aufgrund des Sachzusammenhangs gemeinsam beantwortet.

In einem Fall musste ein Beamter des Social Media-Teams eines Polizeipräsidiums von seinen Aufgaben entbunden und zu einer anderen Dienststelle umgesetzt werden. Darüber hinaus sind derzeit keine weiteren Vorfälle im Sinne der Anfrage bekannt.

7.3 Werden in den Kanälen der Bayerischen Polizei Restriktionen gegen Nutzer der Plattformen angewandt?

8.1 Falls ja: In welcher Form werden diese durchgeführt (bitte auch auf die ungefähre Anzahl der jeweiligen Restriktion eingehen)?

Die Fragen 7.3 und 8.1 werden aufgrund des Sachzusammenhangs gemeinsam beantwortet.

Auf den Accounts der Bayerischen Polizei gehen Kommentare ein, die ein Handeln durch das zuständige Social Media-Team erforderlich machen. So können Kommentare z.B. strafbare Inhalte aufweisen, Vorbereitungshandlungen für Straftaten darstellen (z.B. Kontaktanbahnung für Love-Scam), gewerbliche Werbung (z.B. Kredit-

angebote), Hate Speech unterhalb der Straftatenschwelle oder aber schlicht externe Links beinhalten. Einige User suchen sich für diese Inhalte zum Teil bewusst Polizeiaccounts aus, um so eine höhere Reichweite zu erzielen.

Geeignete Interventionsmöglichkeiten gegen entsprechende Kommentare bestehen dergestalt hingegen fast ausschließlich bei Facebook und Instagram. Nach ggf. erforderlichen polizeilichen Maßnahmen (wie z. B. Beweissicherung bei Verdacht einer Straftat) kann der Kommentar auf diesen Plattformen verborgen oder gelöscht werden. Hierzu führt die Bayerische Polizei jedoch keine Statistiken.

In Einzelfällen werden User zudem blockiert. Das Blockieren erfolgt nach dezidiertem Einzelfallprüfung, unter Berücksichtigung der Grundsätze der Verhältnismäßigkeit und ist stets zeitlich befristet.

Kritik an der Organisation ist erwünscht und ausdrücklich kein Grund, den jeweiligen Account zu blocken.

Übersicht über die Anzahl an blockierten Nutzern:

Verband	Blockierte Nutzer
Polizeipräsidium Oberbayern Nord	1
Polizeipräsidium Oberbayern Süd	43
Polizeipräsidium München	41
Polizeipräsidium Niederbayern	6
Polizeipräsidium Oberpfalz	keine
Polizeipräsidium Oberfranken	keine
Polizeipräsidium Mittelfranken	165
Polizeipräsidium Unterfranken	2
Polizeipräsidium Schwaben Nord	1
Polizeipräsidium Schwaben Süd/West	1
Präsidium der Bayerischen Bereitschaftspolizei	20
Landeskriminalamt	5

8.2 Beabsichtigt die Staatsregierung, die Tätigkeiten der Bayerischen Polizei in den sozialen Netzwerken in den kommenden Jahren zu erweitern oder zu reduzieren (bitte ausführlich darlegen)?

Die Social Media-Landschaft ist geprägt von einer hohen Dynamik durch sehr kurze Innovationszyklen und Trendveränderungen. Dies macht eine fortwährende Marktschau und -analyse sowie ein hohes Maß an Flexibilität und Innovationsbereitschaft aller dort tätigen Akteure erforderlich.

In diesem Kontext wird gegenwärtig eine mögliche Ausweitung der Nutzung der sozialen Netzwerke durch die Bayerische Polizei auf die Videoplattformen „YouTube“ und „TikTok“ geprüft. Gegenstand dieser Prüfung ist vor allem, ob diese Plattformen für eine Nutzung durch die Bayerische Polizei geeignet sind und einen Mehrwert für die polizeiliche Öffentlichkeitsarbeit und insbesondere für die ziel- bzw. altersgruppenorientierte Nachwuchswerbung haben.

Darüber hinaus sind derzeit keine Änderungen (Reduzierungen oder Erweiterungen) der Tätigkeiten der Bayerischen Polizei auf Social Media beabsichtigt.

Hinweise des Landtagsamts

Zitate werden weder inhaltlich noch formal überprüft. Die korrekte Zitierweise liegt in der Verantwortung der Fragestellerin bzw. des Fragestellers sowie der Staatsregierung.

—————

Zur Vereinfachung der Lesbarkeit können Internetadressen verkürzt dargestellt sein. Die vollständige Internetadresse ist als Hyperlink hinterlegt und in der digitalen Version des Dokuments direkt aufrufbar. Zusätzlich ist diese als Fußnote vollständig dargestellt.

Drucksachen, Plenarprotokolle sowie die Tagesordnungen der Vollversammlung und der Ausschüsse sind im Internet unter www.bayern.landtag.de/parlament/dokumente abrufbar.

Die aktuelle Sitzungsübersicht steht unter www.bayern.landtag.de/aktuelles/sitzungen zur Verfügung.