

Kleine Anfrage

des Abg. Dr. Reinhard Löffler CDU

und

Antwort

des Ministeriums für Finanzen

Kosten, Zielsetzung und rechtliche Rahmenbedingungen des TikTok-Kanals des Finanzministeriums Baden-Württemberg

Kleine Anfrage

Ich frage die Landesregierung:

1. Welche Gesamtkosten sind seit der Einführung des TikTok-Kanals „finanzenbw“ entstanden, einschließlich Personalaufwand, technischer Ausstattung, externer Dienstleistungen und Werbeanzeigen?
2. Wie setzen sich diese Kosten im Einzelnen zusammen, insbesondere im Hinblick auf Entwicklungskosten, laufende Betriebskosten und Honorare für externe Dienstleister?
3. Wie hoch sind die Personalkosten, die für Erstellung, Pflege und Überwachung des TikTok-Kanals angefallen sind?
4. Wie viele Mitarbeitende des Finanzministeriums sind in welchem zeitlichen Umfang (Vollzeitäquivalente) mit dem TikTok-Kanal befasst?
5. Welche Zielsetzungen verfolgt das Finanzministerium mit der Nutzung des TikTok-Kanals?
6. Auf welche Weise werden diese Zielsetzungen regelmäßig evaluiert, beispielsweise durch Reichweitenanalysen, Interaktionsraten oder qualitative Rückmeldungen?
7. Welche rechtlichen und datenschutzrechtlichen Prüfungen hat das Ministerium vor Einführung des Kanals durchgeführt, insbesondere im Hinblick auf die Datenschutz-Grundverordnung und die Eigentümerschaft der Plattform durch ByteDance?
8. Welche Maßnahmen wurden getroffen, um sicherzustellen, dass die Inhalte des Kanals den Anforderungen an Neutralität und Seriosität staatlicher Kommunikation entsprechen?

Eingegangen: 5.6.2025 / Ausgegeben: 8.7.2025

Drucksachen und Plenarprotokolle sind im Internet
abrufbar unter: www.landtag-bw.de/Dokumente

Der Landtag druckt auf Recyclingpapier, ausgezeichnet mit dem Umweltzeichen „Der Blaue Engel“.

9. Welche Alternativen zu TikTok wurden im Vorfeld geprüft, mit der Bitte um Darlegung, aus welchen Gründen sich das Finanzministerium für TikTok entschieden hat?
10. Falls ein Konzeptpapier zur Einführung und Betriebsstrategie des TikTok-Kanals existiert – ist dieses öffentlich einsehbar?

5.6.2025

Dr. Löffler CDU

Antwort^{*)}

Mit Schreiben vom 3. Juli 2025 Nr. FMPOE-0223-1/1/2 beantwortet das Ministerium für Finanzen die Kleine Anfrage wie folgt:

1. *Welche Gesamtkosten sind seit der Einführung des TikTok-Kanals „finanzenbw“ entstanden, einschließlich Personalaufwand, technischer Ausstattung, externer Dienstleistungen und Werbeanzeigen?*
2. *Wie setzen sich diese Kosten im Einzelnen zusammen, insbesondere im Hinblick auf Entwicklungskosten, laufende Betriebskosten und Honorare für externe Dienstleister?*

Zu 1. und 2.:

Für den TikTok-Kanal fallen derzeit keine laufenden Kosten an. Ebenso wurde dafür kein technisches Equipment zusätzlich erworben.

Der TikTok-Kanal wird vom Onlineteam innerhalb des Teams Kommunikation des Ministeriums für Finanzen betreut.

Für die Unterstützung durch eine externe Agentur sind seit Einführung insgesamt Kosten von 11 781 Euro angefallen.

3. *Wie hoch sind die Personalkosten, die für Erstellung, Pflege und Überwachung des TikTok-Kanals angefallen sind?*
4. *Wie viele Mitarbeitende des Finanzministeriums sind in welchem zeitlichen Umfang (Vollzeitäquivalente) mit dem TikTok-Kanal befasst?*

Zu 3. und 4.:

Für den TikTok-Kanal wurde keine zusätzliche Stelle geschaffen. Die Pflege des Kanals ist Teil der Aufgabe des bestehenden Onlineteams, das die gesamte Onlinekommunikation inklusive aller Social Media Kanäle sowie der Website verantwortet. Das Onlineteam besteht aus drei Personen.

5. *Welche Zielsetzungen verfolgt das Finanzministerium mit der Nutzung des TikTok-Kanals?*

Zu 5.:

Das Ministerium für Finanzen verfolgt eine Mehrkanalstrategie, um unterschiedliche Zielgruppen auf unterschiedlichen Kanälen zu erreichen.

TikTok ist mittlerweile der wichtigste Kanal, um die junge Zielgruppen zu erreichen: 41% aller Menschen in Deutschland zwischen 14 und 29 Jahren nutzen laut der ARD/ZDF-Onlinestudie regelmäßig TikTok.

^{*)} Nach Ablauf der Drei-Wochenfrist eingegangen.

Über klassische Kommunikation abseits Social Media ist es nur schwer möglich, in der Lebenswelt junger Menschen vorzukommen. Deshalb ist es das primäre Ziel, bei den Jüngeren überhaupt als Finanz- und Steuerverwaltung wahrgenommen zu werden. Das ist die Voraussetzung dafür, um weitere kommunikative Ziele zu erreichen. Dazu gehören dann vertiefte Informationen und Orientierung bei Steuerthemen zu bieten, Regierungshandeln zu erklären, unsere Arbeit transparent zu machen und die Steuer- und Finanzverwaltung als potenziellen Arbeitgeber zu platzieren.

6. Auf welche Weise werden diese Zielsetzungen regelmäßig evaluiert, beispielsweise durch Reichweitenanalysen, Interaktionsraten oder qualitative Rückmeldungen?

Zu 6.:

Bei der Evaluation werden sowohl quantitative (Reichweitenanalyse, Interaktionsraten) als auch qualitative Methoden (Auswertung von Kommentaren, Trendanalysen, Benchmarking) einbezogen.

7. Welche rechtlichen und datenschutzrechtlichen Prüfungen hat das Ministerium vor Einführung des Kanals durchgeführt, insbesondere im Hinblick auf die Datenschutz-Grundverordnung und die Eigentümerschaft der Plattform durch ByteDance?

Zu 7.:

Die Nutzung und die mit ihr einhergehende Verarbeitung personenbezogener Daten durch das Ministerium für Finanzen erfolgt auf Grundlage des Artikel 6 Absatz 1 lit. e DSGVO und § 4 Landesdatenschutzgesetz Baden-Württemberg und dient der Wahrnehmung erforderlicher Aufgaben im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit. Das Onlineteam des Ministeriums für Finanzen nimmt diese Aufgabe als Verantwortlicher i. S. d. Artikel 4 Nr. 7 Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) wahr und stimmt sich mit dem Behördlichen Datenschutzbeauftragten ab.

Die Verantwortlichkeiten und der Umfang der vorgenommenen Verarbeitung personenbezogener Daten sind für die Nutzenden über die Datenschutzhinweise zur Nutzung der Sozialen Medien (hier: TikTok) auf der Webseite des Ministeriums für Finanzen klar erkennbar (vgl. Link: Datenschutzhinweis Social Media Finanzministerium: Ministerium für Finanzen Baden-Württemberg). Die Nutzerinnen und Nutzer werden konform zu den Vorgaben der DSGVO informiert.

Um beispielsweise die Risiken bei der Nutzung von Sozialen Medien auf ein Mindestmaß beschränken zu können, können die Nutzerinnen und Nutzer die Inhalte des Ministeriums für Finanzen in den Sozialen Medien auch dann verfolgen, wenn diese sich nicht bei diesen Netzwerken angemeldet haben. Die Beiträge werden auf der Social-Wall des Ministeriums für Finanzen umfassend („1:1“) gespiegelt.

8. Welche Maßnahmen wurden getroffen, um sicherzustellen, dass die Inhalte des Kanals den Anforderungen an Neutralität und Seriosität staatlicher Kommunikation entsprechen?

9. Welche Alternativen zu TikTok wurden im Vorfeld geprüft, mit der Bitte um Darlegung, aus welchen Gründen sich das Finanzministerium für TikTok entschieden hat?

Zu 8. und 9.:

Eine erfolgreiche und zielgruppengerechte Kommunikation setzt voraus, die Kommunikation dem jeweiligen Kanal anzupassen. Das Ministerium für Finanzen kommuniziert auf TikTok anders als auf Instagram oder anders als auf seiner Webseite.

Dabei ist entscheidend, die Logiken und Mechanismen eines Kanals und der jeweiligen Community zu berücksichtigen, andernfalls werden die kommunikativen Aktivitäten keine Beachtung finden.

Grundsätzlich ist es Ziel aller kommunikativen Aktivitäten, die Themen und die Arbeit des Ministeriums bekannt zu machen und darüber zu informieren.

Innerhalb der TikTok-Community ist der Kanal bislang auf überwiegend positive Resonanz gestoßen. Die Kritik an einem Video im Februar hat das Team Kommunikation zum Anlass genommen, die Content-Strategie zu prüfen und teilweise zu überarbeiten. Der Fokus soll noch mehr auf Erklärung und Orientierung gelegt werden, ohne die kanalspezifischen Besonderheiten zu ignorieren. Dafür war das Team Kommunikation auch im Austausch mit den Amtsleitungen der Finanzämter im Land und wird Mitte Juli einen TikTok-Workshop zusammen mit jüngeren Kolleginnen und Kollegen aus der Steuerverwaltung durchführen.

TikoTok ist ein zusätzlicher Kanal, den das Ministerium für Finanzen aus den unter Ziffer 5 genannten Gründen nutzt.

10. Falls ein Konzeptpapier zur Einführung und Betriebsstrategie des TikTok-Kanals existiert – ist dieses öffentlich einsehbar?

Zu 10.:

Eine solche Dokumentation bzw. ein solches Konzeptpapier in dieser Form gibt es nicht.

Dr. Bayaz

Minister für Finanzen