

Kleine Anfrage

der Abgeordneten Renata Alt, Alexander Graf Lambsdorff, Grigorios Aggelidis, Jens Beeck, Mario Brandenburg (Südpfalz), Dr. Marco Buschmann, Britta Katharina Dassler, Hartmut Ebbing, Dr. Marcus Faber, Daniel Föst, Reginald Hanke, Markus Herbrand, Torsten Herbst, Reinhard Houben, Olaf in der Beek, Dr. Marcel Klinge, Alexander Müller, Dr. h. c. Thomas Sattelberger, Dr. Hermann Otto Solms, Dr. Marie-Agnes Strack-Zimmermann, Dr. Florian Toncar, Gerald Ullrich und der Fraktion der FDP

Digitalisierung trifft Diplomatie – Aktivitäten und Maßnahmen der Bundesregierung im Bereich Digitale Diplomatie

In der Corona-Krise hat sich gezeigt, welche Chancen die Digitalisierung auch auf der diplomatischen Ebene bieten kann: Auslandsvertretungen kommunizieren via Twitter, Außenministerien werten Daten aus und Staatsoberhäupter beraten per Video-Konferenz. Die „klassische“ Diplomatie zwischen Staaten verändert sich – die digitale Diplomatie, definiert als „Nutzung digitaler Werkzeuge zum Erreichen außenpolitischer Ziele“ (Ilan Manor/Elad Segev (2015): America’s selfie: How the US portrays itself on its social media accounts. Digital diplomacy: Theory and practice, 89-108), hat auch Eingang in die Vision der deutschen Bundesregierung für Europas Zukunft gefunden. Das Programm der Bundesregierung für die deutsche Ratspräsidentschaft, die am 1. Juli 2020 beginnt und für sechs Monate andauert, sieht u. a. den Aufbau einer „Europäischen Digitaldiplomatie“ in Form eines Netzwerks zwischen den Außenministerien („Digital Diplomacy Networks“) vor. Ziel sei es, die EU als „digitale Gestaltungsmacht neben den Technosphären USA und China“ zu positionieren (<https://www.euractiv.de/section/eu-aussenpolitik/news/digitale-diplomatie-staaten-gehen-online/>). Vor dem Hintergrund des Anspruchs, den die Bundesregierung an die deutsche EU-Ratspräsidentschaft stellt, werden mit dieser Kleinen Anfrage die eigenen Aktivitäten und Ziele der Bundesregierung im Bereich Digital Diplomacy abgefragt.

Wir fragen die Bundesregierung:

1. Welche Strategie verfolgt die Bundesregierung bei der Wahl ihrer Online-Aktivitäten,
 - a) welche Maßnahmen beinhaltet diese?
 - b) und nach welchen Kriterien werden diese Maßnahmen ausgewertet und auf ihre Effektivität überprüft?
2. Welche Pläne gibt es seitens der Bundesregierung, eine am Beispiel Großbritanniens orientierte und im Auswärtigen Amt angesiedelte Abteilung für Digitaldiplomatie zu schaffen?

3. Inwieweit nutzt das Auswärtige Amt „Big Data“, um Stimmungen in anderen Ländern zu erfassen?
4. Welche Ergebnisse hat nach Kenntnis der Bundesregierung der gemeinsame Workshop des Auswärtigen Amts mit der Oxford Digital Research Group zur Studie „Role and Functionality of Strategic Communication and Digital Diplomacy in Selected Foreign Services“ (<https://www.qeh.ox.ac.uk/content/oxford-digital-diplomacy-research-group>) gebracht und welche Schlüsse hat die Bundesregierung daraus für die Ausgestaltung ihrer eigenen Digitaldiplomatie gezogen?

Nimmt bzw. hat die Bundesregierung im Rahmen der Ausgestaltung und Optimierung ihrer eigenen Digitaldiplomatie externe Beratungs- und Unterstützungsleistungen in Anspruch genommen?

Falls ja, in welchem Auftragsvolumen?

5. Welche konkreten Maßnahmen sieht die Bundesregierung im Rahmen des Aufbaus einer „Europäischen Digitaldiplomatie“, der im Programmtext für die deutsche Ratspräsidentschaft vorgesehen ist, vor?
6. In welchen sozialen Netzwerken sind Auslandsvertretungen der Bundesrepublik Deutschland vertreten?
 - a) Wie viele Auslandsvertretungen sind auf Facebook (facebook.com) vertreten?
Wie entwickelte sich diese Zahl in den Jahren 2015 bis heute (bitte nach Jahr aufschlüsseln)?
 - b) Wie viele Auslandsvertretungen sind auf Twitter (twitter.com) vertreten?
Wie entwickelte sich diese Zahl in den Jahren 2015 bis heute (bitte nach Jahr aufschlüsseln)?
 - c) Wie viele Auslandsvertretungen sind auf Instagram (instagram.com) vertreten?
Wie entwickelte sich diese Zahl in den Jahren 2015 bis heute (bitte nach Jahr aufschlüsseln)?
7. Wie viele Mitarbeiterstellen am Hauptsitz des Auswärtigen Amts sind durchschnittlich mit der Arbeit im Bereich der Digital Diplomacy betraut?
Wie hat sich diese Zahl in den Jahren 2015 bis heute entwickelt?
8. Wie viele Mitarbeiterstellen pro Auslandsvertretung sind durchschnittlich mit der Arbeit im Bereich der Digital Diplomacy betraut?
Wie hat sich diese Zahl in den Jahren 2015 bis heute entwickelt?
9. Gab es Auslandsvertretungen, die ihre Präsenz in den sozialen Netzwerken eingestellt haben?
Wenn ja, warum (bitte nach jeweiliger Auslandsvertretung, Datum und Grund der Einstellung aufschlüsseln)?
10. Welche Vertreter oder Vertretungen der Bundesrepublik Deutschland im Ausland sind darüber hinaus mit amtlich genutzten persönlichen oder institutionellen Accounts auf den sozialen Netzwerken Facebook, Twitter oder Instagram vertreten?

Wie entwickelte die Gesamtzahl von 2015 bis heute?

11. Wie hoch ist der Anteil der Accounts von Auslandsvertretungen oder sonstigen amtlich genutzten persönlichen oder institutionellen Accounts von Vertretern oder Vertretungen der Bundesrepublik Deutschland im Ausland in den sozialen Netzwerken, die vom jeweiligen sozialen Netzwerk verifiziert sind („blauer Haken“) (bitte aufschlüsseln nach sozialem Netzwerk)?
 - a) Wie hat sich der Anteil in den Jahren 2015 in den jeweiligen Netzwerken bis heute entwickelt?
 - b) Was tut die Bundesregierung, um den Anteil der verifizierten Accounts zu steigern?
12. Gibt es einen Leitfaden der Bundesregierung für die Nutzung dieser Accounts in den sozialen Medien bezüglich der sogenannten Corporate Identity (Namensgebung, Logo, verwendete Sprache, Art der Kommunikation)?
13. Bewirbt die Bundesregierung Postings von Accounts von Auslandsvertretungen oder sonstigen offiziellen persönlichen oder institutionellen Accounts von Vertretern oder Vertretungen der Bundesrepublik Deutschland im Ausland beziehungsweise die benannten Accounts direkt?

Wenn ja,

 - a) in welcher Höhe (bitte nach sozialem Netzwerk und ausgegebenem Werbebudget pro Jahr von 2015 bis heute aufschlüsseln)?
 - b) welche Zielgruppe wird dabei adressiert?
 - c) misst die Bundesregierung den Erfolg der bewerbenden Maßnahmen?

Wenn ja, wie?

Berlin, den 15. Juli 2020

Christian Lindner und Fraktion

Vorabfassung - wird durch die lektorierte Version ersetzt.