

Antwort

der Bundesregierung

**auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Frank Sitta, Renata Alt, Jens Beeck, weiterer Abgeordneter und der Fraktion der FDP
– Drucksache 19/27208 –**

Stand der Umsetzung der „Bundeszentrale für Digitale Aufklärung“

Vorbemerkung der Fragesteller

Die „Bundeszentrale für Digitale Aufklärung“ ist nach den Angaben der Bundesregierung eine Initiative der Staatsministerin für Digitalisierung, Dorothee Bär, die darauf abziele, „die Medienkompetenz der Bürgerinnen und Bürger (zu) stärken“ (vgl. <https://www.bundesregierung.de/breg-de/bundesregierung/staatsministerin-fuer-digitalisierung/bundeszentrale-fuer-digitale-aufklaerung>). Demnach würde sie „Aufklärungskampagnen durchführen und mit niederschwelligen, kostenfreien Angeboten alle interessierten Bürgerinnen und Bürger umfassend über Innovationen und Technologiefolgenabschätzungen informieren sowie spezielle Angebote zur Sensibilisierung und Aufklärung von Eltern, Lehrpersonal und Pädagogen über den Umgang mit Social Media, Datenschutz, Fake News, Hate Speech und Cybermobbing anbieten“. Der Podiumsdiskussion zum Start der Bundeszentrale zufolge (vgl. <https://www.bundesregierung.de/breg-de/bundesregierung/staatsministerin-fuer-digitalisierung/bundeszentrale-fuer-digitale-aufklaerung/fake-news-desinformation>) ist die „digitale Aufklärung in der Corona-Krise“ ein zentraler Aufhänger der Initiative.

Über ein halbes Jahr nach Ankündigung des Starts dieser „Bundeszentrale“ (30. Juli 2020) ist es Zeit für eine erste Bestandsaufnahme. Nachdem Bundesminister Jens Spahn am 10. Februar 2021 zudem qua einstweiliger Verfügung des Landgerichts München mit seiner Kooperation mit Google beim nationalen Gesundheitsportal gesund.bund.de aus kartellrechtlichen Gründen scheiterte (vgl. <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/it-medien/gesundheitsportal-jens-spahn-scheitert-mit-groessem-google-deal/26900988.html>), stellt sich die Frage, welche Ressorts sich der Aufgabe der „Digitalen Aufklärung“ in welchem Maße widmen. Auch Jens Spahns Initiative verschreibt sich schließlich „objektive(n) Gesundheitsinformationen aus bestimmten, klar definierten Quellen“ (vgl. die Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage der Fraktion der FDP „Suche nach verlässlichen Gesundheitsinformationen – Das Nationale Gesundheitsportal des Bundes kooperiert mit Google“ auf Bundestagsdrucksache 19/25171).

Vorbemerkung der Bundesregierung

Sofern sich aus den unten stehenden Antworten keine Abweichungen ergeben, wird auf die Antworten der Bundesregierung in den Kleinen Anfragen der FDP 19/22523, der AfD 19/21910 und der Die Linke 19/21884 sowie auf die Antworten auf die schriftlichen Fragen 7/452, 9/406 und 10/225 verwiesen.

1. Welche Aufklärungskampagnen wurden durch die Bundeszentrale für Digitale Aufklärung wann durchgeführt (bitte nach Projekt, Projektträger, dafür vorgesehenen Mitteln im Haushalt und verausgabten Haushaltsmitteln angeben)?
2. Welche niederschweligen, kostenfreien Informationen über Innovationen und Technologiefolgenabschätzungen wurden interessierten Bürgerinnen und Bürgern durch die Bundeszentrale für Digitale Aufklärung wann bereitgestellt (bitte nach Projekt, Projektträger, dafür vorgesehenen Mitteln im Haushalt und verausgabten Haushaltsmitteln angeben)?
3. Welche speziellen Angebote zur Sensibilisierung und Aufklärung von Eltern, Lehrpersonal und Pädagogen über den Umgang mit Social Media, Datenschutz, Fake News, Hate Speech und Cybermobbing hat die Bundeszentrale für Digitale Aufklärung wann gemacht (bitte nach Projekt, Projektträger, dafür vorgesehenen Mitteln im Haushalt und verausgabten Haushaltsmitteln angeben)?
4. Welche weiteren Initiativen hat die Bundeszentrale für Digitale Aufklärung wann durchgeführt (bitte nach Projekt, Projektträger, dafür vorgesehenen Mitteln im Haushalt und verausgabten Haushaltsmitteln angeben)?
5. Wie viele Personen konnten durch Initiativen der Bundeszentrale für Digitale Aufklärung bislang erreicht werden?
Welche Zuschauer- bzw. Klickzahlen etc. liegen bezüglich der jeweiligen Projekte vor?
6. Welche Initiativen der Bundeszentrale für Digitale Aufklärung sind bis zum Ende dieser Legislaturperiode konkret und für welche Daten geplant (bitte nach Projekt, Projektträger, dafür vorgesehenen Mitteln im Haushalt angeben)?
7. Wie hoch waren die verausgabten Mittel des Bundeskanzleramtes im Rahmen dieser Initiative bislang?

Die Fragen 1 bis 7 werden gemeinsam wie folgt beantwortet:

Projekt	Zeitpunkt	Projektträger	Haushaltsmittel
Fake News – Desinformation und digitale Aufklärung in der Corona Krise (ca. 1.000 Zuschauer)	30. Juli 2020	Staatsministerin Bär und Universität Würzburg	7.215,20 EUR brutto (verausgabt)
Expertengespräch Digitale Bildungstransformation (nicht öffentliches Format)	15. September 2020	Staatsministerin Bär	11.051,45 EUR brutto (verausgabt)

Projekt	Zeitpunkt	Projektträger	Haushaltsmittel
Audio-Format mit Expertinnen und Experten zur Digitalisierung (Stand 26. März: 499 Zuhörer)	Ab März 2021	Staatsministerin Bär	4.312,52 EUR brutto (verausgabt), weitere 3.160,00 EUR brutto (vorgesehen)
#Lehren 21 Virtuelle Aufklärungsveranstaltung „Lehrerausbildung“ (Die Veranstaltung findet erst am Nachmittag des 26. März statt, eine Ausstrahlung erfolgt später, so dass noch keine aussagekräftigen Zuschauer-/Klickzahlen vorliegen.)	26. März 2021	Staatsministerin Bär und Universität Bayreuth	9.000 EUR brutto (vorgesehen)
Machbarkeitsstudie zum Wissensportal für digitale Aufklärung namens „Netzwerk für Digitale Aufklärung“ (Hierzu liegen naturgemäß keine Zuschauer-/Klickzahlen vor.)	Voraussichtlich im Mai 2021	Staatsministerin Bär	20.000 EUR brutto (vorgesehen, weitere Ausgaben ggf. nach Abschluss der Machbarkeitsstudie)

8. Gab es Kooperationen mit anderen Behörden aus Bund, Ländern und Kommunen, Organisationen der Zivilgesellschaft wie Stiftungen und Verbände, und wie hoch waren die verausgabten Mittel bei diesen Projekten insgesamt (bitte nach Projekt, Projektträger, dafür vorgesehenen Mitteln im Bundeshaushalt und verausgabten Mitteln insgesamt angeben)?

Die Veranstaltung „Fake News – Desinformation und digitale Aufklärung in der Corona Krise“ wurde in Kooperation mit der Universität Würzburg durchgeführt. Das Bar Camp fand in Kooperation mit der Expertenkommission „Digitalität“ an der Ludwig-Maximilians-Universität, München, statt. Die Veranstaltung „#Lehren21“ wird in Kooperation mit der Universität Bayreuth veranstaltet. Ansonsten wird auf die Antwort zu den Fragen 1-7 verwiesen.

9. Aus welchen Haushaltstiteln speist sich die Bundeszentrale für Digitale Aufklärung?

Der Staatsministerin für Digitalisierung stehen im Haushaltsjahr 2021 bei Kapitel 0410 Titel 53204 Ausgabemittel für Maßnahmen der Digitalpolitik zur Verfügung, davon sind Maßnahmen und Projekte zur Förderung der digitalen Mündigkeit umfasst. Die Finanzierung von Veranstaltungen erfolgt aus Kapitel 0411 Titel 545 01.

10. Wie viele Planstellen sind mit der Planung und Durchführung von Projekten im Rahmen dieser Initiative insgesamt innerhalb des Bundeskanzleramtes bzw. der Bundesregierung zusammen betraut?

In welchen Referaten, Stabstellen oder anderen Organisationseinheiten sind diese Stellen verankert?

Digitale Aufklärung ist eine Querschnittsmaterie, so dass sich Planstellen nicht gesondert ausweisen lassen. Das gilt auch im Stab der Staatsministerin für Digitalisierung.

11. Welche finanziellen und personellen Mittel stehen der Bundeszentrale für Digitale Aufklärung bis zum Ende dieser Legislaturperiode bzw. bis Ende 2021 zur Verfügung?

Es wird auf die Antwort zu Frage 9 und die Vorbemerkung verwiesen.

12. Ist eine eigene Geschäftsstelle für die Bundeszentrale für Digitale Aufklärung existent oder geplant?

Eine Geschäftsstelle ist nicht geplant.

13. Welche Projekte hat die Bundeszentrale für politische Bildung (BpB) im Rahmen der „digitalen Aufklärung“ im Sinne des oben genannten, auf den Seiten des Bundeskanzleramtes beschriebenen, Aufgabenspektrums der Bundeszentrale für Digitale Aufklärung in dieser Legislaturperiode bereits wann nach Kenntnis der Bundesregierung durchgeführt (bitte nach Projekt, Projektträger, dafür vorgesehenen Mitteln im Haushalt und verausgabten Haushaltsmitteln angeben)?

- a) Wie viele Personen welcher Zielgruppen konnten im Rahmen dieser Projekte in etwa nach Kenntnis der Bundesregierung erreicht werden?
- b) Welche Medien wurden hierfür nach Kenntnis der Bundesregierung genutzt?

Projekt	Zeitraum	Projektträger	Haushaltsmittel (brutto)
Space Net – Netzpolitik mit den Space Frogs	2018/2019	BpB	73.440,02 € (verausgabt)
Wahre Welle TV	2018	BpB	239.651,91 € (verausgabt)
FakeFilter – Dem Fake auf der Spur	2017	BpB	146.580,96 € (verausgabt)
Podcast „Die Wahrheit in Zeiten von Corona“	2020	BpB	8.678,26 € (verausgabt)
Online-Dossier „Digitale Desinformation“ zur Europa-Wahl 2019	2019	BpB	14.492,00 € (verausgabt)
Online-Leitfäden in einfacher Sprache	seit 2017	BpB	Je Leitfaden 5.000 € – 8.000 € verausgabt.
Medienkompetenz-Datenbank	seit 2014, laufend aktualisiert	BpB	6.089,07 € (verausgabt)
(K)ein Raum für Verschwörungstheorien	Finalisierung für 2021 geplant	Zuwendung: BAFF Filmproduktion GbR	60.541,25 € (bisher verausgabt), 108.885,00 € (vorgesehen)

Projekt	Zeitraum	Projektträger	Haushaltsmittel (brutto)
NPP-Weitwinkel – Medienpädagogische Demokratiebildung im Jugendstrafvollzug	Umsetzung im Laufe von 2021	Zuwendung: Wertzeug e.V.	0 € (bisher verausgabt), 49.962,56 € (vorgesehen)
Eltern-LAN	seit 2008 laufendes Format	BpB	Je Veranstaltungsreihe jährl. rund 30.000 € – 60.000 €
Schriftenreihe-Band „Medienkompetenz“	2017	BpB	46.770,00 € (verausgabt)
Ausgabe Aus Politik- und Zeitgeschichte (APuZ) „Wahrheit“	2017	BpB	17.610,12 € (verausgabt)

14. Welches Budget hatte die BpB insgesamt pro Jahr seit 2015 (bitte in Jahresscheiben darstellen), und welcher Teil des Budgets kann in etwa dem vorgenannten Aufgabenspektrum der „digitalen Aufklärung“ nach Kenntnis der Bundesregierung zugewiesen werden, und wie hat sich dieser Anteil in den letzten Jahren verändert?

Der BpB standen in den abgefragten Jahren gemäß Haushaltsgesetz (Kapitel 0635) Mittel in Höhe von (in Tausend Euro)

2015 42 395 T€

2016 49 875 T€

2017 54 325 T€

2018 58 495 T€

2019 64 710 T€

2020 82 139 T€

zur Verfügung. Im Jahr 2021 belaufen sich die durch den Gesetzgeber festgelegten Haushaltsmittel auf 97 515 T€.

Die Maßnahmen erstrecken sich dabei auf vielfältige Formate und Strategien und umfassen daher eine Vielzahl verschiedener Arbeitsbereiche. Eine eindeutige Abgrenzung zwischen Themen mit digitalem Bezug und weiteren Themenfeldern der BpB ist nicht immer möglich. Aufgrund dieser Verankerung dieses Aufgabenspektrums innerhalb der BpB ist eine genaue Aufschlüsselung der dafür zur Verfügung stehenden Mittel nicht möglich. Entsprechendes gilt für die Frage nach dem sich verändernden Anteil in den vergangenen Jahren.

15. Welche Projekte hat das Bundesministerium für Gesundheit insgesamt und im Besonderen die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) bzw. das „Nationale Gesundheitsportal“ im Rahmen der „digitalen Aufklärung“ im Sinne des oben genannten, auf den Seiten des Bundeskanzleramts beschriebenen Spektrums der Bundeszentrale für Digitale Aufklärung in dieser Legislaturperiode bereits wann durchgeführt (bitte nach Projekt, Projektträger, dafür vorgesehenen Mitteln im Haushalt und verausgabten Haushaltsmitteln angeben)?
- Welchen Anteil hatte dabei die digitale Aufklärung rund um die COVID-19-Pandemie?
 - Wie viele Personen konnten hier in etwa nach Kenntnis der Bundesregierung erreicht werden?
 - Welche Projekte, bei denen soziale Medien genutzt wurden, wurden hierfür ins Leben gerufen (bitte nach Projekt, Projektträger, dafür vorgesehenen Mitteln im Haushalt und verausgabten Haushaltsmitteln angeben)?

Das Bundesministerium für Gesundheit hat keine Projekte in Zusammenhang mit der Bundeszentrale für Digitale Aufklärung durchgeführt.

16. Welches Budget hat das Bundesministerium für Gesundheit bislang für die digitale Aufklärung rund um die COVID-19-Pandemie insgesamt verausgabt?

Die digitale Kommunikation des Bundesgesundheitsministeriums in Bezug auf COVID-19 verfolgt zum einem das Ziel, den Bürgerinnen und Bürgern konkrete Informationen zu übermitteln. Zum anderen soll die Kommunikation zu einem aufgeklärteren Umgang mit digitalen Informationen beitragen, so dass Bürgerinnen und Bürger besser in der Lage sind, geeignete Informationsplattformen zu finden und sich dort mit verlässlichen Informationen zu versorgen. In der Praxis gehen die Aufgaben ineinander über: Das digitale Bereitstellen von sachlichen Information und die Effekte für einen aufgeklärteren Umgang mit denselben lassen sich daher nicht klar trennen.

Vorabfassung - wird durch die lektorierte Version ersetzt.

Vorabfassung - wird durch die lektorierte Version ersetzt.