

**Antwort
der Bundesregierung**

**auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Ulla Jelpke und der Fraktion der PDS
– Drucksache 14/9923 –**

Werbekampagne der Bundesregierung für das Zuwanderungsgesetz**Vorbemerkung der Fragesteller**

In einer groß angelegten Werbekampagne unter dem Titel „Im deutschen Interesse“ wirbt die Bundesregierung seit einigen Wochen für das von ihr erarbeitete Zuwanderungsgesetz. Dabei handelt es sich sowohl um ganzseitige Anzeigen in überregionalen Zeitungen als auch um Faltblätter. In den Werbextexten finden sich Formulierungen, die fremdenfeindlichen Vorurteilen Vorschub leisten können.

1. In welchen Zeitungen sind im Rahmen der in der Vorbemerkung genannten Werbekampagne Anzeigen wie häufig geschaltet worden?
2. In welcher Auflage ist im Rahmen der Werbekampagne das Faltblatt erstellt und verbreitet worden?

Wie bereits auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Eckart von Klaeden, Dr. Peter Ramsauer, Steffen Kampeter, Sylvia Bonitz, Manfred Grund, Hans-Peter Repnik und der Fraktion der CDU/CSU (Bundestagsdrucksache 14/9774) in den Antworten zu den Fragen 21 ff. mitgeteilt wurde, hat das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (BPA) am 24. Juni 2002 ganzseitige Anzeigen in den überregionalen Tageszeitungen zum neuen Zuwanderungsgesetz geschaltet.

Titel und Kosten sind in der Antwort zu Frage 23 der o. g. Kleinen Anfrage dargestellt: Anzeigen in Printmedien wurden in folgendem Umfang geschaltet (jeweils Ausgabe vom 24. Juni 2002):

Medium	Schaltungsbrutto in Euro
Frankfurter Allgemeine Zeitung	53 833,56
Süddeutsche Zeitung	41 109,26
Frankfurter Rundschau	21 889,35
DIE WELT	22 556,71
taz	8 705,99
Neues Deutschland	10 174,68
Handelsblatt	41 990,18
Financial Times Deutschland	18 801,05
Gesamt	219 060,78

Darüber hinaus wurde, wie ebenfalls bereits in der Antwort zu der o. g. Kleinen Anfrage (Frage 22) angekündigt, in den regionalen Abo-Tageszeitungen eine Informationsbeilage zum Zuwanderungsgesetz geschaltet. Diese erschien am 21. bzw. 22. August 2002 unter dem Titel „Im deutschen Interesse: Öffnen Sie die Zukunft“. Die Beilage wurde in einer Auflage von 17 871 600 Exemplaren produziert. Sämtliche Schaltungen sind jeweils einmal erfolgt.

3. Wie hoch waren die Kosten

- a) für die Erstellung der Texte und ihre graphische Aufbereitung
- b) für das Schalten der Anzeigen
- c) für den Druck und den Versand der Faltblätter und der Umschläge
- d) die Gesamtkosten der Werbekampagne?

Die Kosten für die Gesamtkampagne belaufen sich auf maximal 2 850 000 Euro. Durch Rabatte und Skonti kann sich dieser Betrag noch reduzieren. Insofern schlüsseln sich die Gesamtkosten wie folgt auf: Schaltkosten für die überregionalen Tageszeitungen: 219 060,78 Euro, Schaltkosten für die Beilage: 1 602 216,19 Euro zuzüglich Druckkosten ca. 860 000 Euro und Versandkosten ca. 30 000 Euro. Gesonderte Kosten für Texte und graphische Aufbereitung sind nicht angefallen. Die Kosten für die Kreativleistungen sind im jeweiligen Schaltungsbrutto enthalten, da sie mit der Agentur zustehenden AE-Provision verrechnet werden.

4. Aus welchem Haushaltstitel sind die Mittel für die unter Frage 3 aufgeführten Kosten verbucht worden?

Siehe auch Antwort zu Frage 24 der o. g. Kleinen Anfrage:

„Aus welchem Haushaltstitel werden diese Anzeigen bezahlt?

Die Anzeigen werden aus Kapitel 04 03, Titel 542 01, gezahlt. Für die gesamte Informationskampagne ... stehen dem Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (BPA) aus Kapitel 06 01, Titel 542 01, 200 000 Euro zur haushaltsmäßigen Bewirtschaftung zur Verfügung.“

5. Wie beurteilt die Bundesregierung den in der Presse (etwa dpa vom 21. August 2002) zitierten Vorwurf des Bundes der Steuerzahler, bei dieser Werbekampagne handele es sich um verdeckte Wahlkampfhilfe?

Es ist nicht Aufgabe der Bundesregierung, zu Auftrag, Umfang und Ausrichtung der Arbeit des „Bundes der Steuerzahler“ Stellung zu beziehen. Die Bundesregierung hat aber auf die schriftliche Frage 1 des Abgeordneten Thomas Dörflinger vom 22. August 2002 in Bundestagsdrucksache 14/9914 nochmals unter Bezug auf bisherige parlamentarische Anfragen der CDU/CSU zu diesem Thema deutlich gemacht, dass diese Informationsarbeit verfassungsrechtlich geboten war. Sie hat dort ausgeführt:

„Anzeigen und Beileger informieren aus dem akuten Anlass der Ausfertigung des Gesetzes über wesentliche Bestandteile der Neuregelungen. Umfassend und sachlich werden die einzelnen Bestimmungen des Gesetzes dargestellt, damit der einzelne Bürger „genügend weiß, um sie beurteilen, billigen oder verwerfen zu können“ (vgl. Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts vom

2. März 1977). Es handelt sich um eine umfangreiche Textanzeige, die eine Emotionalisierung des Themas vermeidet.“

6. Beabsichtigt die Bundesregierung in einer ähnlichen Auflage und mit ähnlichen Kosten eine Werbekampagne gegen Rechtsextremismus und Fremdenfeindlichkeit mit Zeitungsanzeigen und Faltblättern durchzuführen?

Wenn ja, wann ist mit dieser Kampagne zu rechnen?

Wenn nein, warum nicht?

Die Bundesregierung ist seit 1998 mit vielen politischen Institutionen gegen Rechtsextremismus und Fremdenfeindlichkeit vorgegangen.

Das BPA hat auf der Homepage der Bundesregierung unter www.bundesregierung.de und in der Broschüre „Für ein tolerantes und weltoffenes Deutschland“ eine Zusammenstellung der zahlreichen Projekte, Initiativen und Maßnahmen der Bundesregierung im Kampf gegen Fremdenhass und rechtsextremistische Gewalt veröffentlicht. Darüber hinaus finden sich dort auch eine argumentative Handreichung gegen rechtsextremistische Parolen, eine Vielzahl von Kontaktadressen von Kinder- und Jugendprojekten sowie von Initiativen und Vereinen, bei denen Interessierte sich zum Thema Rechtsextremismus informieren und engagieren können.

Ein zentrales Projekt der Bundesregierung ist das am 23. Mai 2000 gegründete Bündnis für Demokratie und Toleranz. Mehr als 900 Gruppen und Einzelpersonen haben sich seitdem zur Mitarbeit bereit erklärt. Die Arbeit des Bündnisses wird maßgeblich von einem Beirat gestaltet, dem nicht nur Regierungsvertreter, sondern auch Repräsentanten aus Wirtschaft, DGB, Wissenschaft, jüdischer Gemeinde und sozialen Organisationen angehören.

Das Bündnis sammelt und sichtet Vorhaben und Vorschläge. Jedes Jahr werden am Verfassungstag vier beispielhafte Initiativen als „Botschafter für Toleranz“ ausgezeichnet. Darüber hinaus initiiert das Bündnis auch selbst modellhafte Projekte, wie zum Beispiel den „Victor-Klemperer-Jugendwettbewerb“, ist mit dem Deutschen Volkshochschul-Verband eine Kooperation eingegangen, berät Gruppen vor Ort, fördert Zivilcourage und stärkt lokales Engagement.

Bundeskanzler Gerhard Schröder hat am 18. August 2000 in Eisenhüttenstadt erklärt: „Die Bundesregierung nutzt alle ihr zur Verfügung stehenden Mittel und Wege, um den Rechtsextremismus in die Schranken zu weisen. Es muss jedem klar sein, dass unser Staat und unsere Gesellschaft, jeder Einzelne nicht bereit ist, undemokratisches, intolerantes, extremistisches und fremdenfeindliches Verhalten hinzunehmen, zu dulden oder gar zu entschuldigen.“ Die Bundesregierung sieht keinen Anlass, diese gesamt-gesellschaftliche Daueraufgabe und die von der Bundesregierung in diesem Zusammenhang finanzierten flankierenden Maßnahmen zur Öffentlichkeitsarbeit zu beenden. Nach wie vor ist die Bundesregierung hier auf eine breite Unterstützung aller gesellschaftlichen Verantwortung tragenden Gruppen angewiesen.

7. Welche Stellen innerhalb der Bundesregierung waren

- a) für die Konzeption und die Durchführung der Werbekampagne federführend verantwortlich
- b) für den Text von Anzeige und Faltblatt verantwortlich?

8. Welche Stellen waren vor der Durchführung der Werbekampagne an der Entscheidungsfindung beteiligt?

Gehörte dazu auch die Beauftragte der Bundesregierung für Ausländerfragen?

Wenn nein, warum nicht?

Die Federführung für das Zuwanderungsgesetz lag beim Bundesminister des Innern. Der Inhalt des Gesetzes ist in enger Abstimmung mit der Ausländerbeauftragten erstellt worden. Die Informationsarbeit wurde vom BPA gemeinsam mit dem Bundesministerium des Innern durchgeführt.

9. Wie beurteilt die Bundesregierung den sich im Text für Anzeige und Faltblatt findenden Satz „Das Zusammenleben wurde zusätzlich erschwert, weil manche Familien mehrere Generationen lang in Deutschland leben konnten, ohne richtig Deutsch zu lernen oder sich mit unserer Rechtsordnung auszukennen“ vor dem Hintergrund, dass im Sechsten Familienbericht der Bundesregierung (Bundestagsdrucksache 14/4357) ausdrücklich auf die enormen Integrationsleistungen ausländischer Familien hingewiesen worden ist?

Beide Aussagen sind richtig, sie widersprechen sich nicht.

10. Wie beurteilt die Bundesregierung den Vorwurf, der Text für Anzeige und Faltblatt sei insgesamt von Passagen geprägt, die fremdenfeindlichen Vorurteilen Vorschub leisten könnten?

Diese Interpretation ist unzutreffend.

Die Modernisierung der rechtlichen Regelungen zur Zuwanderung war eines der zentralen Gesetzesvorhaben der Bundesregierung. Das Gesetz regelt Steuerung und Begrenzung des Zuzugs von Ausländerinnen und Ausländern in die Bundesrepublik Deutschland. Es ermöglicht und gestaltet Zuwanderung unter Berücksichtigung der Integrationsfähigkeit sowie der wirtschaftlichen und der arbeitsmarktpolitischen Interessen Deutschlands. Mit dem Gesetz erfüllt die Bundesrepublik Deutschland gleichzeitig ihre humanitären Verpflichtungen. Dazu werden die Einreise, der Aufenthalt, die Erwerbstätigkeit und die Förderung der Integration von Ausländerinnen und Ausländern geregelt.

Mit der umfangreichen Informationsanzeige und dem Beileger hat das BPA eine Emotionalisierung des Themas in jeder Hinsicht durch eine sachgerechte Unterrichtung vermieden.

Der Bundespräsident Johannes Rau hat anlässlich der Ausfertigung des Zuwanderungsgesetzes am 20. Juni 2002 erklärt: „Der Inhalt des Gesetzes ist hinter dem Streit um das Verfahren völlig in den Hintergrund geraten“. Dies erfolgreich zu ändern, war Ziel der Informationskampagne und entspricht dem verfassungsrechtlichen Auftrag des BPA.