

Kleine Anfrage

der Abgeordneten Martin E. Renner, Dr. Marc Jongen, Dr. Götz Frömming, Thomas Ehrhorn, Stephan Brandner und der Fraktion der AfD

Mögliche indirekte Förderung von Medien durch die Bundesregierung

Laut der Antwort der Bundesregierung auf die Schriftliche Frage Nummer 1 auf Bundestagsdrucksache 19/19651 hat die Bundesregierung in den Jahren 2015 bis 2019 insgesamt 184.702.989,50 Euro eingesetzt, um Anzeigen in den Bereichen Print, Online und TV zu schalten.

Darüber hinaus hat der Haushaltsausschuss des Deutschen Bundestages in einer Bereinigungssitzung die Subvention für die Zustellung von Tageszeitungen und Anzeigenblättern in Höhe von 40 Mio. Euro ab 2020 beschlossen (vgl. <https://meedia.de/2019/11/28/40-millionen-euro-fuer-zeitungsverlage-das-sagen-die-parteien-zur-debatte-um-staatshilfe-fuer-zeitungen/>). Ebenfalls stehen im Haushalt der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM) für das Jahr 2020 zusätzliche Mittel in Höhe von einer Mio. Euro für „Schutz und strukturelle Förderung der journalistischen Arbeit“ zur Verfügung (Bundestagsdrucksache 19/16690).

Angesichts der Höhe der verschiedenen Ausgaben und Förderinstrumente der Bundesregierung für Medien stellt sich nach Ansicht der Fragesteller die Frage, wie die vom Grundgesetz geforderte politische Unabhängigkeit der Medien und journalistische Objektivität überhaupt gewahrt werden kann. Verstärkt wird dieser Effekt nach Eindruck der Fragesteller noch dadurch, dass viele Leitmedien sich ganz oder teilweise in parteinahen Beteiligungsstrukturen wiederfinden (vgl. <https://www.bundestag.de/resource/blob/554984/ffea43629aa38e144815ef28b807f27/WD-10-021-18-pdf-data.pdf>).

Wir fragen die Bundesregierung:

1. Auf welche Summe belaufen sich die jährlichen Aufwendungen der Bundesregierung für Anzeigen und Werbung im Zeitraum 2013 bis 2020 (bitte pro Jahr aufschlüsseln)?
2. In welchen Medien (Printmedien, Onlinemedien, Radio, TV, sonstige) hat die Bundesregierung in welcher Höhe in den Jahren 2013 bis 2020 Anzeigen und Werbung geschaltet (bitte jeweils einzeln nach Summe, Medium und Jahr aufschlüsseln)?
3. Welche Unternehmen haben im Zeitraum 2013 bis 2020, aufgeschlüsselt nach Sparte (Printmedien, Onlinemedien, Radio, TV, sonstige) und Jahr in jeweils welcher Höhe von den geschalteten Anzeigen profitiert?
4. Welche Kriterien legt die Bundesregierung bei der Auswahl des jeweiligen Mediums und des jeweiligen Medienunternehmens bei der Schaltung von Werbung und Anzeigen zugrunde, und wo sind diese definiert?

5. Nutzte die Bundesregierung für die Verbreitung ihrer Informationen im vorgenannten Zeitraum auch die Unterstützung von sogenannten Youtubern beziehungsweise Influencern?
 - a) Wenn ja, um welche Youtuber beziehungsweise Influencer handelt es sich hierbei, und welche Kriterien legt die Bundesregierung für eine etwaige Zusammenarbeit mit Youtubern beziehungsweise Influencern zugrunde?
 - b) Wenn ja, welche Beträge wurden im genannten Zeitraum für welche Leistungen gezahlt (bitte pro Jahr, Namen und Thema beziehungsweise Kampagne aufschlüsseln)?
 - c) Wenn nein, warum nicht?
6. Wie wirkt die Bundesregierung dem möglichen Eindruck entgegen, dass ihre Werbung und Anzeigenschaltung die notwendige kritische Distanz von Medien zur Regierungspolitik beeinträchtigen könnte (vgl. Vorbemerkung der Fragesteller)?
7. Weiß die Bundesregierung, wie hoch jeweils der prozentuale Anteil der durch sie bezahlten Werbungsschaltungen und Anzeigenschaltungen am Gesamtumsatz der Werbeerlöse und Anzeigenerlöse des auftragnehmenden Unternehmens ist?
 - a) Wenn ja, welches sind pro Sparte die jeweils fünf höchsten und die fünf niedrigsten Werte in Prozent und die dazugehörigen Unternehmen?
 - b) Wenn nein, sieht die Bundesregierung die Notwendigkeit, eine finanzielle Grenze zu definieren, bis zu der durch sie bezahlte Werbeeinnahmen und Anzeigeneinnahmen in den jeweiligen Medienunternehmen als unproblematisch betrachtet werden können?
8. Welches waren die durch die Bundesregierung beworbenen Themen beziehungsweise Kampagnen im Zeitraum 2013 bis 2020 (bitte pro Jahr nach Höhe des finanziellen Aufwandes und des auftraggebenden Ministeriums beziehungsweise Bundesbehörde aufschlüsseln)?
9. Wie sieht die Bundesregierung in diesem Zusammenhang die zusätzlich zu den nach Ansicht der Fragesteller nicht unbeträchtlichen Ausgaben für Werbeschaltungen und Anzeigenschaltungen beschlossene Zustellförderung in Höhe von 40 Millionen Euro (alleine für Printmedien, vgl. Vorbemerkung der Fragesteller) für das Jahr 2020, beziehungsweise wie verhindert die Bundesregierung, dass durch die Gesamthöhe der finanziellen Förderungen eine nicht gewünschte Staatsnähe im Mediensektor entsteht?

Berlin, den 18. Juni 2020

Dr. Alice Weidel, Dr. Alexander Gauland und Fraktion