

Kleine Anfrage

der Abgeordneten Sandra Weeser, Michael Theurer, Grigorios Aggelidis, Renata Alt, Jens Beeck, Dr. Jens Brandenburg (Rhein-Neckar), Mario Brandenburg (Südpfalz), Carl-Julius Cronenberg, Dr. Marcus Faber, Dr. Christopher Gohl, Thomas Hacker, Reginald Hanke, Peter Heidt, Katrin Helling-Plahr, Markus Herbrand, Torsten Herbst, Katja Hessel, Dr. Gero Clemens Hocker, Manuel Höferlin, Reinhard Houben, Ulla Ihnen, Konstantin Kuhle, Alexander Kulitz, Ulrich Lechte, Michael Georg Link, Alexander Müller, Dr. Martin Neumann, Christian Sauter, Frank Sitta, Judith Skudelny, Dr. Hermann Otto Solms, Bettina Stark-Watzinger, Dr. Marie-Agnes Strack-Zimmermann, Benjamin Strasser, Katja Suding, Stephan Thomae, Manfred Todtenhausen, Gerald Ullrich, Nicole Westig und der Fraktion der FDP

Ausgaben der Bundesregierung für die Bewerbung von Gesetzen II

Die Bundesregierung hat in ihrer Antwort auf die Schriftliche Frage 84 auf Bundestagsdrucksache 19/28193 mitgeteilt, dass sie für die Kommunikation des Sorgfaltspflichtengesetzes (sog. Lieferkettengesetz) über 1,1 Mio. Euro ausgegeben bzw. in Auftrag gegeben hat. Aus Sicht der Fragesteller ist es äußerst fraglich, warum die Werbekampagne für das Gesetz bereits in Auftrag gegeben und öffentlich gemacht wurde, bevor der Gesetzentwurf überhaupt vom Gesetzgeber, dem Deutschen Bundestag, beraten wurde. Auch in der öffentlichen Berichterstattung ist dieser Vorgang kritisch beleuchtet worden (<https://www.welt.de/politik/deutschland/article229601733/Hubertus-Heil-Hunderttausende-Euro-fuer-Gesetz-das-es-noch-nicht-gibt.html>). Da die Mittel zur Finanzierung einer solchen Bewerbung von Gesetzen aus dem Budget des jeweiligen Bundesministeriums stammen, das sich wiederum aus dem größtenteils steuerfinanzierten Bundeshaushalt speist, ist der Vorgang aus Sicht der Fragesteller auch vor diesem Hintergrund bemerkenswert.

Eine Kleine Anfrage (Bundestagsdrucksache 19/29512) zum Vorgehen bei diesem und weiteren Gesetzen der laufenden Legislaturperiode wurde aus Sicht der Fragesteller von der Bundesregierung nur unzureichend und unvollständig beantwortet, da manche Bundesministerien nur vereinzelt, andere wiederum gar keine Angaben zu Werbekosten von Gesetzen gemacht haben (<https://www.welt.de/politik/deutschland/article231429301/Steuergeld-Heil-Schulze-und-Karliczek-bringen-besonders-viel-unters-Volk.html>). Die steuerfinanzierte Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung sollte aus Sicht der Fragesteller jedoch für alle Steuerzahlerinnen und Steuerzahler transparent und vollständig einsehbar sein.

Wir fragen die Bundesregierung:

1. Haben die in der Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage auf Bundestagsdrucksache 19/30126 bei den Angaben über die Schaltkosten für Werbung zu Gesetzesinitiativen nicht aufgeführten Bundesministerien (Bundesministerium für Wirtschaft und Energie; Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz; Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur; Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat; Bundesministerium für Verteidigung; Auswärtiges Amt) keine Anzeigen bzw. Werbeschaltungen in den letzten vier Jahren unternommen?
 - a) Und falls doch, für welche Gesetze wurde mit welchen Anzeigenkosten zu welchem Zeitpunkt geworben (bitte nach Gesetz und beteiligten Ministerien aufschlüsseln sowie ob vor erster oder zweiter Lesung im Deutschen Bundestag beworben)?
2. Welche sonstigen Kommunikationsmaßnahmen in Zusammenhang mit Gesetzesvorhaben haben die in Frage 1 genannten Bundesministerien in der 19. Legislaturperiode zu welchen Kosten unternommen?
3. Welche Kosten sind für die Bewerbung der in der Anlage 2 in der Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage auf Bundestagsdrucksache 19/30126 genannten 24 weiteren Gesetzesinitiativen des Bundesministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz entstanden, für die laut Anlage Werbeagenturen tätig waren (bitte nach Gesetz aufschlüsseln)?
4. Was ist die in der Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage auf Bundestagsdrucksache 19/30126 nicht genannte Summe der Werbekosten, die nicht nur aus den in Anlage 1 aufgeführten Schaltkosten für die Bewerbung der Gesetze, sondern auch aus den jeweiligen Produktionskosten besteht (bitte in Gänze sowie nach Bundesministerium und Gesetz aufschlüsseln)?
5. Welche weiteren Honorare wurden von der Bundesregierung in der laufenden Legislaturperiode an die jeweiligen Agenturen für Beratung, Begleitung und sonstige Umsetzung in Zusammenhang mit Werbemaßnahmen für Gesetzesvorhaben gezahlt?
6. Wie kommt die Zusammenarbeit der Bundesministerien mit den Werbeagenturen zustande (bitte Angaben zu dem Ausschreibungsverfahren und weiteren eingeholten Angeboten von anderen Agenturanbietern in der laufenden Legislaturperiode nach Bundesministerien aufschlüsseln)?
7. Welche Kosten sind in der laufenden Legislaturperiode je Bundesministerium für Informationsveranstaltungen ausgegeben worden?
8. Welche Kosten sind in der laufenden Legislaturperiode je Bundesministerium für Printprodukte ausgegeben worden?
9. Welche Kosten sind in der laufenden Legislaturperiode je Bundesministerium für die Erstellung von Videomaterial ausgegeben worden?
10. Welche Kosten sind in der laufenden Legislaturperiode je Bundesministerium für digitale Kampagnen entstanden?
11. Hat die Bundesregierung in der laufenden Legislaturperiode Fernsehwerbung geschaltet, und wenn ja, in welcher Kostenhöhe?
12. Auf welchen TV-Sendern wurde in der laufenden Legislaturperiode Werbung geschaltet (bitte nach Bundesministerium und Sender aufschlüsseln)?
13. Hat die Bundesregierung in der laufenden Legislaturperiode Radiowerbung geschaltet, und wenn ja, in welcher Kostenhöhe?

14. Auf welchen Radiosendern wurde in der laufenden Legislaturperiode Werbung geschaltet (bitte nach Bundesministerium und Sender aufschlüsseln)?
15. Arbeitet die Bundesregierung mit Bloggern und Influencern zusammen, und wenn ja, mit welchen?
16. Welche Kosten sind in der laufenden Legislaturperiode für Blogartikel und Social-Media-Beiträge von Influencern entstanden?
17. Wie hoch waren in der laufenden Legislaturperiode die Ausgaben der Bundesregierung für Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit insgesamt?

Berlin, den 23. Juni 2021

Christian Lindner und Fraktion

