

Antwort

der Bundesregierung

**auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Stephan Brandner, Nicole Höchst,
Martin Reichardt und der Fraktion der AfD
– Drucksache 19/31383 –**

„schwarzrotgold“ – Das Magazin der Bundesregierung

Vorbemerkung der Fragesteller

Dem Internetauftritt der Bundesregierung zufolge wird seit dem 17. Dezember 2018 das Magazin „schwarzrotgold“ veröffentlicht (<https://www.bundesregierung.de/breg-de/suche/bundesregierung-startet-schwarzrotgold--1557000>). Hiernach wurde es in Zügen und Flughäfen ausgelegt und bis Mitte Januar 2019 Tageszeitungen und Zeitschriften beigelegt. Zudem wird angegeben, dass das Format „schwarzrotgold“ das frühere Magazin der Bundesregierung „Deutschland aktuell“ ersetzen soll. Außerdem soll laut einem Medienbericht das Magazin in seiner neuen Fassung in enger Zusammenarbeit zwischen der Agentur „Zum goldenen Hirschen Berlin“ und dem Bundespresseamt erarbeitet worden sein (<https://pr-journal.de/nachrichten/etats/22074-zum-goldenen-hirschen-berlin-relauncht-magazin-der-bundesregierung.html>).

Vorbemerkung der Bundesregierung

Mit ihrer Presse- und Öffentlichkeitsarbeit kommt die Bundesregierung ihrem verfassungsmäßigen Auftrag zur Information der Bürgerinnen und Bürger über ihre Tätigkeit, Vorhaben und Ziele nach. Das Bundesverfassungsgericht hat wiederholt deutlich gemacht, dass die Öffentlichkeitsarbeit der Regierung nicht nur zulässig, sondern auch notwendig ist. In seinem Urteil vom 9. Juni 2020 (Az. – 2 BvE 1/19 –) führte es diesbezüglich aus:

„Die der Bundesregierung gemeinsam mit den anderen dazu berufenen Verfassungsorganen obliegende Aufgabe der Staatsleitung schließt als integralen Bestandteil die Befugnis zur Informations- und Öffentlichkeitsarbeit ein. Diese ist nicht nur verfassungsrechtlich zulässig, sondern notwendig, um den Grundkonsens im demokratischen Gemeinwesen lebendig zu erhalten und die Bürgerinnen und Bürger zur eigenverantwortlichen Mitwirkung an der politischen Willensbildung sowie zur Bewältigung vorhandener Probleme zu befähigen. Sie umfasst die Darlegung und Erläuterung der Regierungspolitik hinsichtlich getroffener Maßnahmen und künftiger Vorhaben angesichts bestehender oder sich abzeichnender Probleme sowie die sachgerechte, objektiv gehaltene Information über die Bürgerinnen und Bürger unmittelbar betreffende Fragen und wich-

tige Vorgänge auch außerhalb oder weit im Vorfeld der eigenen gestaltenden politischen Tätigkeit.“

Zur Wahrnehmung dieses verfassungsrechtlichen Auftrags bedient sich die Bundesregierung unterschiedlicher Kanäle, so auch hier mit dem Magazin „schwarzrotgold“.

Die erste Ausgabe von „schwarzrotgold“ erschien im Dezember 2018 als Ausgabe 01/2019. Das Periodikum gilt als Nachfolger früherer Veröffentlichungen der Bundesregierung wie „Deutschland aktuell“.

Mit diesem Periodikum informiert die Bundesregierung bis zu viermal im Jahr die Bürgerinnen und Bürger über politische Schwerpunktthemen. Inhalt sind Reportagen, Grafiken und sachlich-informative Texte.

Vor jeder Ausgabe werden die Zielgruppen mit der thematischen Ausrichtung des Magazins abgeglichen und Formate sowie Distributionskanäle entsprechend angepasst. Das Magazin wird ebenfalls für die Homepage www.bundesregierung.de entsprechend aufbereitet.

Das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (BPA) hat das Konzept für das Magazin „schwarzrotgold“ entwickelt und die Rahmenvertragsagentur für Kommunikation „Zum Goldenen Hirschen Berlin“ hat es technisch umgesetzt.

1. Wie hoch sind die Gesamtkosten, die für die Veröffentlichung des oben genannten Magazins bislang entstanden sind, und wie hoch sind die Kosten, die durchschnittlich pro veröffentlichter Ausgabe entstehen?

Die Gesamtkosten für „schwarzrotgold“ betragen bisher insgesamt 10 136 440 Euro. Dabei sind die letzten Ausgaben des laufenden Jahres noch nicht endgültig abgerechnet. Es ergeben sich durchschnittliche Kosten von 1 267 055 Euro pro Ausgabe.

2. In welcher Auflagenhöhe wurde das oben genannte Magazin veröffentlicht (bitte die Auflagenhöhe für jede veröffentlichte Ausgabe angeben)?

Ausgabe 1/2019 – 8 500 000 Exemplare

Ausgabe 2/2019 – 5 000 000 Exemplare

Ausgabe 3/2019 – 5 000 000 Exemplare

Ausgabe 4/2019 – 5 000 000 Exemplare

Ausgabe 1/2020 – 5 000 000 Exemplare

Ausgabe 2/2020 – 4 500 000 Exemplare

Ausgabe 1/2021 – 4 500 000 Exemplare

Ausgabe 2/2021 – 5 000 000 Exemplare.

3. Welchen Zweck verfolgt die Bundesregierung mit der Veröffentlichung des oben genannten Magazins, und woraus ergibt sich für die Bundesregierung der Bedarf nach dem oben genannten Magazin?

Es wird auf die Vorbemerkung der Bundesregierung verwiesen.

4. Wurde der Erfolg des oben genannten Magazins bereits evaluiert?
 - a) Wenn ja, durch wen, und mit welchem Ergebnis?
 - b) Wenn nein, warum erfolgte bislang keine Evaluation?

Die Fragen 4 bis 4b werden gemeinsam beantwortet.

Die für die Verteilung des Periodikums „schwarzrotgold“ genutzten Distributionskanäle wurden bei den Ausgaben 1/2019, 2/2019 und 4/2019 in enger Zusammenarbeit mit unserem Rahmenvertragspartner Info GmbH Markt- und Meinungsforschung evaluiert. Mit Hilfe der repräsentativen Posttests konnten die Distributionskanäle sukzessive optimiert werden. So wurden eine höhere Reichweite und eine zielgenauere Verteilung – also ein effizienterer Mitteleinsatz – erreicht.

5. Über welche Wege wird das oben genannte Magazin veröffentlicht?

Das Magazin steht als Download auf der Internetseite der Bundesregierung zur Verfügung. Weiterhin wird es als Hörversion sowie E-Paper veröffentlicht. Zudem wird es im Presse- und Besucherzentrum des BPA und gegebenenfalls bei Veranstaltungen ausgelegt. Neben diesen Distributionswegen wird „schwarzrotgold“ weiteren Medien beigelegt.

6. Wird das oben genannte Magazin gegenwärtig noch in Zügen und Flughäfen ausgelegt?

Wenn ja, auf welcher Rechtsgrundlage geschieht dies, mit welchen Zug- oder Flughafenbetreibern besteht diesbezüglich eine Vereinbarung, wird hierfür im Gegenzug von der Bundesregierung eine Leistung an die Zug- oder Flughafenbetreiber erbracht, und welche konkrete Leistung ist dies ggf.?

Derzeit wird „schwarzrotgold“ nicht in Zügen oder auf Flughäfen ausgelegt. Generell erfolgt der Einkauf der Medialeistungen über die jeweils für die Vermarktung zuständigen Dienstleister auf Basis vorliegender Preislisten beziehungsweise der für den Einkauf zuständigen Rahmenvertragsagentur verhandelten Konditionen. Weitergehende Vereinbarungen existieren nicht. Über die Schaltkosten hinaus erbringt die Bundesregierung keine Leistungen an die Zug- oder Flughafenbetreiber. Im Übrigen wird auf die Vorbemerkung der Bundesregierung und die Antwort zu Frage 5 verwiesen.

7. Wird das oben genannte Magazin gegenwärtig noch Tageszeitungen und Zeitschriften beigelegt?

Wenn ja, auf welcher Rechtsgrundlage geschieht dies, um welche Tageszeitungen und Zeitschriften handelt es sich hierbei, nach welchen Kriterien werden diese ausgewählt, wird hierfür im Gegenzug von der Bundesregierung eine Leistung an die Tageszeitungen und Zeitschriften erbracht, und welche konkrete Leistung ist dies ggf.?

Hierzu wird für jede Ausgabe je nach Themeninhalt des Magazins anhand mediaplannerischer Kriterien von der Mediaagentur ein Vorschlag entwickelt. Im Übrigen wird auf die Antworten zu den Fragen 5 und 6 verwiesen.

8. Ist oder war die Agentur „Zum goldenen Hirschen“ an der Erstellung des oben genannten Magazins beteiligt?

Wenn ja, in welchem Zeitraum ist oder war sie inwieweit genau an der Erstellung des oben genannten Magazins beteiligt, und wie hoch ist der Gesamtbetrag, der an diese Agentur für ihre Dienste bislang gezahlt wurde?

Die Rahmenvertragsagentur „Zum goldenen Hirschen Berlin“ war an der Erstellung aller genannten Ausgaben des Magazins „schwarzrotgold“ wie folgt beteiligt: Gestaltung und Layout (inklusive unterschiedlicher Illustrationen), Steuerung der gesamten Produktion (Druck, Handling, Versand) sowie Erstellung der unterschiedlichen digitalen Formate (E-Paper, barrierefreies PDF, Hörfassung). Insgesamt wurden dafür 3 774 000 Euro an die Agentur bezahlt, einschließlich der Kosten dort gesteuerter Unterauftragnehmer und Fremdleistungen.

9. Nach welchen Kriterien werden die Themen und die Personen, über die in dem oben genannten Magazin berichtet wird bzw. die darin zu Wort kommen, ausgewählt?

Die Auswahl der Inhalte und Gesprächspartner findet themenabhängig durch das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung statt. Dabei wird auf eine ausgewogene Auswahl bei den Gesprächspartnerinnen und Gesprächspartnern geachtet.

10. Aus welchem Grund wird in der aktuellen Ausgabe des oben genannten Magazins über den Jenaer Verein „Drudel 11“ berichtet (S. 14 bis 17)?

Über welche anderen Vereine wurde bereits in dem oben genannten Magazin berichtet?

Die letzte Ausgabe von „schwarzrotgold“ hatte das Thema „Demokratie“. Anliegen war u. a. Projekte in Deutschland vorzustellen, die sich mit der Bekämpfung extremistischer Tendenzen befassen. Das Thüringer Projekt „Drudel 11“ kümmert sich vor allem um den Ausstieg aus Gewalt und Rechtsextremismus und wird vom Bundesprogramm „Demokratie leben“ gefördert. Mit einer Ausstellung gehen die im Projekt tätigen Berater auch in Vereine und Schulen, um dort über Gefahren des Rechtsextremismus aufzuklären. Schwerpunkt des Projekts ist die Ausstiegsberatung. „Drudel 11“ greift bei seiner Arbeit auf ein breites Netzwerk zurück, dem zum Beispiel Jugendämter, Gefängnisleitungen und die Polizei angehören.

Berichte über andere Vereine, die Inhalt von „schwarzrotgold“ waren, können den einzelnen Ausgaben entnommen werden.