

Antwort

der Bundesregierung

**auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Sandra Weeser, Michael Theurer, Grigorios Aggelidis, weiterer Abgeordneter und der Fraktion der FDP
– Drucksache 19/31349 –**

Ausgaben der Bundesregierung für die Bewerbung von Gesetzen II

Vorbemerkung der Fragesteller

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.

Vorbemerkung der Bundesregierung

Die Bundesregierung weist darauf hin, dass sie den hier verwendeten Begriff der Werbung als Information der Bürgerinnen und Bürger versteht und nicht als Werbung im klassischen Sinne.

Die Antwort der Bundesregierung zu den Fragen der Kleinen Anfrage der Fraktion der FDP auf Bundestagsdrucksache 19/30126 – und die darin enthaltenen

Angaben der Ressorts zur Information der Öffentlichkeit über Gesetzesvorhaben sind vollständig. Alle Bundesministerien, die nicht aufgeführt wurden, hatten keine Werbemaßnahmen im Sinne der Fragestellung.

Die Bundesregierung kommt ihrer Informationspflicht gegenüber den Bürgerinnen und Bürgern im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit bzw. Fachinformation mit den aus dem Bundeshaushalt zugewiesenen Mitteln nach. In einigen Fällen geschieht dies auf explizite Aufforderung des Deutschen Bundestages.

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)?

Die Fragen 1 und 1a werden gemeinsam beantwortet.

Die genannten Ressorts haben in der zurückliegenden Legislaturperiode keine Gesetzesinitiativen beworben.

2. Welche sonstigen Kommunikationsmaßnahmen in Zusammenhang mit Gesetzesvorhaben haben die in Frage 1 genannten Bundesministerien in der 19. Legislaturperiode zu welchen Kosten unternommen?

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie hat folgende sonstige Kommunikationsmaßnahmen durchgeführt:

- Wiedereinführung der Meisterpflicht, Social-Media-Kommunikation für 77.251 Euro;
- Smart Meter (Messstellenbetriebsgesetz), Social-Media-Kommunikation für 50.633 Euro;
- Fachkräfteeinwanderungsgesetz, Informationsmaterial zum Download für 17.373 Euro.

Die anderen in Frage 1 genannten Ministerien haben keine sonstigen Kommunikationsmaßnahmen im Sinne der Fragestellung durchgeführt.

Entsprechend dem Beschluss der Bundesregierung vom 15. November 2018 zur Erhöhung der Transparenz im Gesetzgebungsvorhaben werden Gesetz- und Verordnungsentwürfe sowie die damit in Zusammenhang stehenden Verbändestellungnahmen im Internet veröffentlicht. Sofern für die Aufarbeitung auf weiteren themenbezogenen Webseiten, wie zum Beispiel dem Personalausweisportal oder auf der Onlinezugangsgesetz-Website, einzelne Meldungen zu Gesetzgebungsverfahren eingestellt werden, werden diese Kosten nicht getrennt von den allgemeinen Pflege- und Betriebskosten der Portale ausgewiesen. Sie sind daher nicht im Detail bezifferbar.

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)?

Es sind lediglich Produktionskosten für Social-Media-Inhalte entstanden. Schaltungen sind nicht erfolgt und daher auch keine Kosten für die Bewerbung angefallen.

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)?

Die Frage wird in der beigefügten Tabelle (Anlage 1) beantwortet.

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?

Über die in der Antwort zu Frage 4 benannten Kosten hinaus wurden von der Bundesregierung in der laufenden Legislaturperiode weitere 516.733 Euro an die jeweiligen Agenturen in Zusammenhang mit Werbemaßnahmen für Gesetzesvorhaben gezahlt. In dieser Summe nicht enthalten sind Honorare in Bezug auf das Deutschlandstipendium; neben den bereits in der Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage der Fraktion der FDP auf Bundestagsdrucksache 19/30126 genannten Schaltkosten konnten diese Informationen aufgrund der Unwettersituation in NRW und der Corona-Lage in der zur Verfügung stehenden Bearbeitungszeit nicht erfasst werden. Ebenfalls nicht enthalten sind Beträge in Bezug auf das Sorgfaltspflichtengesetz, da die Schlussrechnungen noch nicht vorliegen.

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)?

Die Bundesministerien schließen Rahmenverträge zur Vergabe entsprechender Leistungen von Werbeagenturen im Rahmen von nationalen oder europaweiten Vergabeverfahren ab, die auf der Grundlage der UVgV bzw. europäischer Vergabebestimmungen der VgV durchgeführt werden. Auf der Grundlage dieser Rahmenverträge werden dann Einzelaufträge vergeben. Im Einzelfall ist auch die Vergabe von Einzelaufträgen unter Berücksichtigung entsprechender Vergabeverfahren nach UVgV oder europäischem Vergaberecht (VgV) möglich. Informationen zu Angeboten, die nicht zur Auftragsvergabe führten, können nicht offengelegt werden.

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?

Die Fragen 7 bis 10 werden in der beigelegten Tabelle (Anlage 2) gemeinsam beantwortet.

Das Bundesministerium der Verteidigung hat Fehlanzeige gemeldet; diese bezieht sich lediglich auf Maßnahmen im Zusammenhang mit der Bewerbung von Gesetzen.

11. Hat die Bundesregierung in der laufenden Legislaturperiode Fernsehwerbung geschaltet, und wenn ja, in welcher Kostenhöhe?

Die Bundesregierung hat in der laufenden Legislaturperiode Fernsehwerbung in Höhe von 21.222.173 Euro geschaltet. Auf den Hinweis zum Bundesministerium der Verteidigung in der Antwort zu den Fragen 7 bis 10 wird verwiesen.

12. Auf welchen TV-Sendern wurde in der laufenden Legislaturperiode Werbung geschaltet (bitte nach Bundesministerium und Sender aufschlüsseln)?

BMI: SAT.1, RTL, Kabel 1, VOX, ntv, Tele5, RTL plus, RTL Nitro, TLC, SAT. 1 Gold, Welt, Sky, KABEL 1 DOKU, DMAX, N24 Doku, Nitro, Pro7, ProSieben Maxx, RTL II, Servus TV, Sky 1, Sky 1+1 HD, Sky Arts HD, Sky Atlantic, Sky Cinema, Sky Cinema + 1, Sky Cinema + 24, Sky Cinema Hits, Sky Cinema Action, Sky Cinema Comedy, Sky Cinema Emotion, Sky Cinema Family HD, Sky Cinema Nostalgie, Sky Krimi, Sport 1, Super RTL;

BMBF: Comedy Central, DMAX, Kabel Eins, Kabel Eins Doku, NITRO, N-tv, ProSieben, ProSieben Maxx, RTL, RTL ZWEI, RTLplus, SAT.1, SAT.1 GOLD, Servus TV, Sixx, Sky 1+1 HD, Sky Atlantic HD, Sky Arts HD, Sky Cin+1, Sky Cinema Action, Sky Cinema Best of, Sky Cinema Classics, Sky Cinema Emotion, Sky Cinema Family HD, Sky Cinema Fun, Sky Cinema Premieren, Sky Cinema Premieren +24, Sky Krimi HD, Sky One HD, SkySpoBulMfG1, Sport 1, Super RTL, Tele 5, TLC, VOX, VOX up, WELT;

BMG: SAT 1, KABEL 1, VOX, RTL, N-TV, RTL PLUS, RTL II, WELT, TELE5, RTL NITRO, TLC, SAT 1 Gold, SUP RTL, SPORT1, DMAX, KABEL 1 DOKU, Sky Bundesliga, Sonnenklar TV und 85 Lokalsender (Z.B. Allgäu TV, Riesa TV, Friesischer Rundfunk).

Nicht aufgeführte Ministerien haben keine Fernsehwerbung geschaltet. Auf den Hinweis zum Bundesministerium der Verteidigung in der Antwort zu den Fragen 7 bis 10 wird verwiesen.

13. Hat die Bundesregierung in der laufenden Legislaturperiode Radiowerbung geschaltet, und wenn ja, in welcher Kostenhöhe?

Die Bundesregierung hat in der laufenden Legislaturperiode Radiowerbung in Höhe von 15.771.477 Euro geschaltet. Auf den Hinweis zum Bundesministerium der Verteidigung in der Antwort zu den Fragen 7 bis 10 wird verwiesen.

14. Auf welchen Radiosendern wurde in der laufenden Legislaturperiode Werbung geschaltet (bitte nach Bundesministerium und Sender aufschlüsseln)?

BMF: Antenne Niedersachsen, Radio NRW, Antenne Thüringen, Radio Top 40;

BMWi: 100,6 FluxFM, 104,6 RTL, 105'5 Spreeradio, 106,9 Radio Gong (Würzburg), 89,0 RTL, 91,7 xfm, 94,3 rs2, 95,5 Charivari (München), 98,8 KISS FM, antenne 1 Neckarburg Rock & Pop, Antenne AC, Antenne Bad Kreuznach, ANTENNE BAYERN, ANTENNE DÜSSELDORF, Antenne Idar-Oberstein, Antenne Kaiserslautern, Antenne Koblenz, Antenne Landau, ANTENNE MÜNSTER, Antenne MV, Antenne Niederrhein, Antenne Niedersachsen, Antenne Pfalz, Antenne Pirmasens, ANTENNE THÜRINGEN, Antenne Thüringen, Antenne Unna, Antenne Zweibrücken, baden.fm, BAYERN FUNKPAKET, Bayernwelle SüdOst (Gesamt), BB RADIO, Berliner Rundfunk 91.4, bigFM DER NEUE BEAT, bigFM HOT MUSIC RADIO, bigFM Saarland, Charivari – Der bessere Musikmix (Regensburg), Charivari 98.6 Nürnberg, CityRadio Homburg, CityRadio Neunkirchen, CityRadio Saarbrücken, CityRadio Saarlouis, CityRadio St. Wendel, CityRadio Trier, DAS NEUE charivari, Das neue Radio Seefunk, delta radio, DIE NEUE 107.7, die neue welle, DONAU 3 FM (Bayern), DONAU 3 FM Ulm, egoFM Baden-Württemberg, egoFM Bayern, ENERGY Gebiet Stuttgart, ENERGY Sachsen, extra-radio, GONG 96.3 (München), gong fm (Regensburg), HAMBURG ZWEI, harmony.fm, Hellweg Radio Gesamt, HIT RADIO FFH, Hit Radio N1, Hit Radio Vest, Hitradio antenne 1, HITRADIO OHR, HITRADIO RTL SACHSEN, Hitradio SKW, hitradio.rt1, hitradio.RT1 Neuburg und Schrobenhausener Land, hitradio.rt1 nord-schwaben, hitradio.rt1 südschwaben, JAM FM, JAM FM Berlin, JAM FM Kabel, Landestelle Thüringen, LandesWelle Thüringen, Lausitzwelle, Life Radio (OÖ), Life Radio Tirol, Neckaralb Live, NE-WS 89,4, Osradio 104,8, Ostseewelle HIT-RADIO Mecklenburg-Vorpommern, planet radio, R.SA, R.SH Radio Schleswig-Holstein, RADIO 21, Radio 2DAY, Radio 7, Radio 8, Radio 90,1 Mönchengladbach, Radio 91.2, Radio Alpenwelle, Radio Arabella, Radio AWN, Radio Bamberg, Radio Berg, Radio Bielefeld, Radio BOB!, RADIO BOB! rockt Schleswig-Holstein, Radio Bochum, Radio Bonn/Rhein-Sieg, Radio Brocken, Radio Charivari, Rosenheim, Radio Chemnitz, Radio Dresden, Radio Duisburg, Radio eins, Radio EINS (Coburg), Radio Emscher Lippe (REL), Radio Ennepe Ruhr, Radio Erft, Radio Erzgebirge, Radio Essen, Radio Euroherz, Radio Euskirchen, Radio F Nürnberg, radio fantasy, Radio Frankfurt, RADIO GALAXY, Radio Gong 97.1 (Nürnberg), Radio Gütersloh, Radio , agen, Radio Hamburg, Radio Herford, Radio Herne, Radio Hochstift, Radio IN, Radio Inn-Salzach-Welle ISW, Radio K.W., Radio Kiepenkerl, Radio Köln, Radio KW, Radio Lausitz, Radio Leipzig, Radio Leverkusen, Radio Lippe, Radio Lippe Welle Hamm, Radio Mainwelle, Radio MK Gesamt, Radio Mülheim, Radio Neandertal, radio NRW, Radio Oberhausen, Radio Oberland, Radio Plasenburg, Radio Potsdam, RADIO PRIMATON, Radio Primavera, RADIO PSR, Radio Ramasuri, Radio Regenbogen, Radio RSG, Radio RST, Radio Rur, Radio Rur, Radio Saarschleifenland, Radio Sauerland, radio SAW, Radio Siegen, Radio TEDDY, Radio Ton, radio TOP 40, Radio Trausnitz, Radio WAF, Radio Westfalica, Radio Wismar, Radio WMW, Radio WSW, Radio Wuppertal, Radio Zwickau, Radio-Kombi Baden-Württemberg, rbb 88,8, Regenbogen Zwei Ge-

samt, RMN Radio, ROCK ANTENNE, ROCK ANTENNE Hamburg, ROCKLAND, Rockland City Kombi, Rockland Radio, RPR1, RSA Radio, RTL RADIO, SACHSEN FUNKPAKET, Schlagerparadies, Schwarzwaldradio, STAR FM 87.9, STAR FM Nürnberg, sunshine live, TOP FM Region Ost, TOP FM Region West, unserRadio , Deggendorf/Passau), Vogtland Radio, Welle Niederrhein, Wismar FM;

BMG: Das Hitradio, Antenne Mainz, Antenne Sylt, CityCombi 3a (5 Sender), Klassik Radio, Radio Hannover, Radio Nienburg Mittelweser, Radio Cottbus, Radio ffn, Radio Lübeck, Radio Paloma, Radio Potsdam, Radio Salü, Classic Rock Radio, RMS Super Kombi (15 Sender), Radio B2 Gesamt und Webradio (Spotify, audio CC DE Online-Audio WTK, RMSI DE – RMS Online Audio);

BMBF: 95.5 Charivari (München), Antenne Düsseldorf, Antenne Koblenz, Antenne Mainz, Antenne Münster, Antenne Niedersachsen Region Hannover/Hameln, audimark TOP, Ballungsraum Hamburg-Kombi, Bremen NEXT, delta radio Kiel/Neumünster/Rendsburg, die neue Welle Radio 91,4 Pforzheim, ENERGY Bremen, ENERGY Dresden, ENERGY Gebiet Hamburg, ENERGY Gebiet München, ENERGY Gebiet Nürnberg, GONG 96.3 (München), Hamburg, Kombi, Hit Radio Vest, LandesWelle Thüringen Mitte, Niedersachsen Funpaket, Ostseewelle Hit-Radio Regionalstudio Nord, Radio 21 Hannover, Radio 91.2, Radio Arabella, Radio Essen, Radio ffn, Radio ffn Göttingen, Radio ffn Hannover, Radio ffn Osnabrück, Radio Frankfurt, Radio Hamburg, Radio Köln, Radio Kombi Stuttgart, radio NRW, Radio Saarbrücken, radio SAW regional Halle/Leipzig, radioeins, radio-Kombi Baden-Württemberg, radiokombi kompakt plus Dresden, radiokombi kompakt plus Leipzig, Regenbogen Zwei Rhein-Neckar/Odenwald, RMS BERLIN Kombi, RMS Super Kombi, RMS Webradio, Rock Antenne Hamburg, Rockland City Kombi, RPR1.

Nicht aufgeführte Bundesministerien haben keine Radiowerbung geschaltet. Auf den Hinweis zum Bundesministerium der Verteidigung in der Antwort zu den Fragen 7 bis 10 wird verwiesen.

15. Arbeitet die Bundesregierung mit Bloggern und Influencern zusammen, und wenn ja, mit welchen?

Die Bundesregierung arbeitete zum Stichtag 6. Juli 2021 mit den nachfolgend aufgeführten Bloggern und Influencern bzw. Persönlichkeiten, die auch digitale Kommunikationsmittel verwenden, zusammen:

Ninia LaGrande, Victoria Müller, Matthias Maurer, Jan Köppen, Natalie Horler, Marie-José van der Kolk (Loona), Jörg Knör, Christina Stürmer, Beatrice Egli, Barbara Meier, Vincent Damon Furnier (Alice Cooper), Pierre M. Krause, Janik Schmidt, Alexandra Popp, Svenja Huth, Kathrin Hendrich, Martina Voss-Tecklenburg, Bettina Tietjen, Reinhold Beckmann, László Mándoki (Leslie Mandoki), Stefan Wirths, Adrian Kuhn, Torben Höffgen, Henning Münch, Boris Alexander Stein (Bobby Lies), Xavier Schmid (XAVI), Thomas Schneider, Ralf Moeller, Eckart von Hirschhausen, Gaynor Hopkins (Bonnie Tyler), John Strelecky, Guido Canz, Raphael Vogt, Silva Gonzalez, Alexandra Lapp, Armin Rohde, Arne Stephan, Christian Bass, Doro Pesch, Evil Jared, Felix Jaehn, Franziska von Hardenberg, Inka Bause, Ingmar Stadelmann, Jonas Monar, Jutta Rump, Marianne und Michael, Matthias Killing, Heinrich Bedford-Strohm, Nelson Müller, Raul Krauthausen, Tarja Turunen, The Boss Hoss, Janina Usher, Eli, Deborah Rosenkranz, Peter Wittkamp, Thomas Röhler, Nina Ruge, Nico Rosberg, Michael Brandner, Max Giesinger, Hinnerk Schönemann, Katerina Jacob, Guido Maria Kretschmer, Atze Schröder, Anneke Kim Sarnau, Louis Klamroth, Ranga Yogeshwar, Jennifer Haben, Vianney Meister, Uschi Glas, Anne Menden, Steffen Hallaschka, Kerstin Ott, Thore Schöler-

mann, Kristina Lunz, Eko Fresh, Leon Goretzka, Kai Pflaume, Jürgen Vogel, Matthias Schweighöfer, Kida Khodr Ramadan, DJ Ötzi, Roland Kaiser, Johannes Oerding, Clueso, Ignacio Uriarte, Melodie Michelberger, David Garrett, Jeanette Biedermann, Micky Beisenherz, Maite Kelly, Reinhard Mey, Felix Magath, Düzen Tekkal, Laura Gehlhaar, Louisa Dellert, Sara Nuru, Diana zur Löwen, Madeline Juno, Joko Winterscheidt, Annemarie Carpendale, Wayne Carpendale, Silva Gonzalez mit Frau, Lena Gerecke, MC Fitti, Karoline Herfurth, Andrea Kiewel, Günther Jauch, Guido Cantz, LEA, „Evil“ Jared Hasselhoff, Katarina Witt, Janin Ullmann, Viktoria und Heiner Lauterbach, Günther Jauch, Olivia Jones, Dennesesch Zoudé, Marylyn Addo, Emre Can, Jasna Fritzi Bauer, Jill P., Ranga Yogeshwar, Reiner Calmund, Tugba Tekkal, Mike Singer, Alice Schwarzer, David Hasselhoff, Johanna Klum, Jan Hofer, Silvio Heinevetter, Sebastian Kienle, Sepp Maier, Anne-Sophie Mutter, Jill Perschke, Philipp Pflieger, Moritz Lang, Annika F. (@annika.about), Lara L. (@dielaraaaa), Björn K. (@timthaler_blnfm), Tara-Louise Wittwer (@wastarasagt), Rita Laschenko (@polizei.zpd.rl), Leah K. (@_.leah.k_), Netzlehrer (@netzlehrer), Suzy Lehle, Lydia (@lydiarhabarber), Alex (@alexsign), Anna (@anaraev), Isabell (@isa_digital_teacher), Tollabea, Fräulein Draußen, Berliner Speisemeisteri, Aaron Troschke, Cedric Engels (Kanal Doktor Watson), Jacob Beautemps (Kanal Breaking Lab), Sara Nuru, Toni Garrn.

Auf den Hinweis zum Bundesministerium der Verteidigung in der Antwort zu den Fragen 7 bis 10 wird verwiesen.

16. Welche Kosten sind in der laufenden Legislaturperiode für Blogartikel und Social-Media-Beiträge von Influencern entstanden?

Die Bundesregierung hat in der laufenden Legislaturperiode insgesamt 2.140.864 Euro für Blogartikel und Social Media-Beiträge aufgewendet.

Beträge des BMG sind in der oben genannten Summe nicht enthalten, da sich die Kosten für die Influencer-Kommunikation in Blogartikeln und Social Media-Beiträgen nicht eindeutig beziffern lassen. Influencer z. B. für die Kampagne zur Corona-Schutzimpfung werden sowohl für die Print- als auch die Online-Kommunikation eingesetzt.

Beträge des BMF sind in der oben genannten Summe nicht enthalten, da Influencer nur als Sprecherinnen und Sprecher für die Erklärungsfilm-Reihe „Erklär doch mal...“ gegen einmalige Honorarzahungen eingesetzt werden. Kooperationen bestehen nicht.

Auf den Hinweis zum Bundesministerium der Verteidigung in der Antwort zu den Fragen 7 bis 10 wird verwiesen.

17. Wie hoch waren in der laufenden Legislaturperiode die Ausgaben der Bundesregierung für Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit insgesamt?

Die Ausgaben der Bundesregierung für Öffentlichkeitsarbeit sind im Bundeshaushalt für die Haushaltsjahre 2017 bis 2021 ausgewiesen und frei verfügbar.

Kleine Anfrage der Abgeordneten Weeser u.a. und der Fraktion der FDP
(Übersicht zu Frage 4)

Ministerium	Gesetzesvorhaben nach Anlage 1 der Antwort auf die Kleine Anfrage (BT-Drs. 19/30126)	Gesamtkosten inkl. Mehrwertsteuer
BMF	Gesetzespaket zur Reform der Grundsteuer; konkret: Gesetz zur Reform des Grundsteuer- und Bewertungsrechts (Grundsteuer-Reformgesetz – GrStRefG)	218.384 €
	Gesetz gegen illegale Beschäftigung und Sozialleistungsmissbrauch, konkret: Neuregelung des Gesetzes zur Bekämpfung der Schwarzarbeit und illegalen Beschäftigung (Schwarzarbeitsbekämpfungsgesetzes – SchwarzArbG)	915.683 €
	Gesetz zur Rückführung des Solidaritätszuschlags 1995; konkret: Neuregelung des Solidaritätszuschlaggesetzes 1995*	1.115.726 €
BMJV	WEG-Reform	27.450 €
BMAS	Rentenpakt	1.241.529 €
	Brückenteilzeit	462.262 €
	EUTB	241.291 €
	JEK 2018 / 2019	749.939 €
	Rentenpakt	1.637.632 €
	Grundrente	889.814 €
	JEK 2020 / 2021	1.185.722 €
	Sozialschutzpaket	878.619 €
Sorgfaltspflichtengesetz	1.051.702 €	
BMFSFJ	Gute-KiTa-Gesetz	1.074.187 €
	Zweites Gesetz zur Änderung des Bundeselterngeld- und Elternzeitgesetzes	376.488 €

**Kleine Anfrage der Abgeordneten Weeser u.a. und der Fraktion der FDP
(Übersicht zu Frage 4)**

BMG	Terminservice- und Versorgungsgesetz (TSVG); GKV-Versichertenentlastungsgesetz (GKV-VEG); Hebammenreformgesetz; Psychotherapeutenausbildungsreformgesetz; PTA-Reformgesetz; ATA/OTA-Gesetz; Digitale-Versorgung-Gesetz-DVG; Implantateregister-Errichtungsgesetz; Masernschutzgesetz; MDK-Reformgesetz; Pflegeberufegesetz; Pflegepersonal-Stärkungsgesetz	3.554.745 €
BMU	Klimaschutzgesetz	334.837 €
	Plastiktütenverbot im Rahmen der Änderung des Verpackungsgesetzes**	1.188.109 €
	Insektenschutzgesetz	381.286 €
BMBF	Aufstiegsfortbildungsförderungsgesetz (AFBG)	1.575.884 €
	Bundesausbildungsförderungsgesetz (BAföG)	2.717.734 €
	Berufsbildungsgesetz (BBiG)	2.005.006 €
	Deutschlandstipendium***	1.506.174 €
BMZ	Sorgfaltspflichtengesetz	65.760 €
<p>* BMF hatte in der Antwort auf die Kleine Anfrage (BT-Drs. 19/30126) Schaltkosten i.H.v. 1.284.803 € gemeldet. Richtig sind 1.006.866 €. Die Differenz ergibt sich daraus, dass ein für die Kampagne produzierter Radiospot nur eine kurze Laufzeit hatte. Aufgrund dessen wurden bereits im Voraus bezahlte Schaltkosten im Nachgang erstattet. Die Erstattung erfolgte erst vor Kurzem.</p>		
<p>** BMU hatte in der Antwort auf die Kleine Anfrage (BT-Drs. 19/30126) Schaltkosten i.H.v. 1.275.400 € gemeldet. Dies war einem Fehler (Zahlendreher) bei der Summierung einzelner Maßnahmen geschuldet, richtig sind 1.175.400 €.</p>		
<p>*** Nur Schaltkosten; aufgrund der Unwettersituation in NRW und der Corona-Lage (Home-Office) konnten diese Informationen in der Kürze der Zeit leider nicht zusammengetragen werden.</p>		

Kleine Anfrage der Abgeordneten Weeser u.a. und der Fraktion der FDP
(Übersicht zu Fragen 7-10)

Ministerium	Kosten für Informationsveranstaltungen* inkl. Mehrwertsteuer	Kosten für Printprodukte inkl. Mehrwertsteuer	Kosten für Videomaterial inkl. Mehrwertsteuer	Kosten für digitale Kampagnen inkl. Mehrwertsteuer
BMF	1.348.479 €	1.171.782 €	665.780 €	1.123.736 €
BMI	2.211.412 €	1.013.318 €	1.929.303 €	3.261.975 €
AA**	3.693.331 €	3.022.905 €	1.575.692 €	486.516 €
BMWi	13.954.108 €	5.418.175 €	3.706.179 €	5.162.968 €
BMJV	585.542 €	1.304.761 €	503.458 €	1.042.997 €
BMAS	8.879.679 €	3.506.510 €	1.839.098 €	808.572 €
BMEL	20.576.702 €	5.275.572 €	777.634 €	184.715 €
BMFSFJ	2.281.904 €	4.290.136 €	698.312 €	3.054.609 €
BMG	2.492.730 €	6.236.553 €	1.457.502 €	3.150.510 €
BMVI	3.029.679 €	515.776 €	627.831 €	0 €
BMU***	2.986.430 €	1.992.660 €	1.342.000 €	426.584 €
BMBF****	9.464.952 €	6.940.521 €	3.344.211 €	1.317.434 €
BMZ	2.831.230 €	1.134.151 €	336.410 €	469.560 €

* Die Bundesregierung ist verpflichtet, sachgerecht und themenbezogen zu informieren. Das tut sie auch im direkten Bürgerkontakt – auch digital. In diesem Sinne verstehen wir Informationsveranstaltungen. Dazu zählen: Tag der Deutschen Einheit, Tag der offenen Tür, Messen, Bürgerdialoge, Informationstouren. Genannt werden die Veranstaltungen, die in der Legislaturperiode stattgefunden haben und vollständig abgerechnet wurden.

** Die Ausgaben für Printprodukte und Videomaterial des Auswärtigen Amtes enthalten zu einem großen Anteil Kosten für Produkte, die der Pflege des Deutschlandbildes im Ausland dienen.

**Kleine Anfrage der Abgeordneten Weeser u.a. und der Fraktion der FDP
(Übersicht zu Fragen 7-10)**

*** Es wurden weitere 300.186,84 € für Printprodukte und digitale Kampagnen ausgegeben, die nicht differenziert den abgefragten Kategorien zugewiesen werden können.

**** Es wird darauf hingewiesen, dass die überwiegende Anzahl der von BMBF erstellten Printprodukte Fachpublikationen sind, die der Information einer speziellen Fachcommunity/ Zielgruppe dienen.

