Deutscher Bundestag **Drucksache 20/1453**

20. Wahlperiode 19.04.2022

Kleine Anfrage

der Abgeordneten Tobias Matthias Peterka, Kay-Uwe Ziegler, Nicole Höchst, Martin Hess, Edgar Naujok, Dirk Brandes, Dr. Malte Kaufmann, Klaus Stöber, Albrecht Glaser, Petr Bystron, René Springer, Gereon Bollmann, Thomas Seitz, Eugen Schmidt, Joana Cotar, Dietmar Friedhoff, Jan Wenzel Schmidt, Stefan Keuter, Norbert Kleinwächter und der Fraktion der AfD

Einhaltung verfassungsmäßiger Grenzen der Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung bei der Nutzung von Online-Medien im Bundestagswahljahr 2021

Im Jahr 2022 nimmt die Nutzung von Online-Medien im Leben der deutschen Bevölkerung weiterhin einen zunehmenden Stellenwert ein (https://www.ard-zdf-onlinestudie.de/ardzdf-onlinestudie/pressemitteilung). Die weltweite Nutzung von sozialen Netzwerken ist im Januar 2022 um ca. 10 Prozent angestiegen (https://de.statista.com/statistik/daten/studie/739881/umfrage/monatlich-aktive-social-media-nutzer-weltweit/).

Die Bundesregierung räumte bereits in der Vergangenheit ein, sich im Rahmen ihres verfassungsgemäßen Informationsauftrages sozialer Medien und Online-Medien zu bedienen (so beispielsweise zu der Antwort auf Bundestagsdrucksache 19/21271 für die Jahre 2012 bis Mitte 2020). Dem Jahr 2021 kommt nach Auffassung der Fragesteller in diesem Zusammenhang als Bundestagswahljahr eine besondere Bedeutung zu, weil mit Blick auf die Vorwahlzeit eine besondere Zurückhaltung geboten ist. Grundlegend führte das Bundesverfassungsgericht in seinem Urteil vom 9. September 1976 hierzu aus:

„Als Anzeichen für eine Grenzüberschreitung zur unzulässigen Wahlwerbung kommt weiterhin ein Anwachsen der Öffentlichkeitsarbeit in Wahlkampfnähe in Betracht, das sowohl in der größeren Zahl von Einzelmaßnahmen ohne akuten Anlass, wie in deren Ausmaß und dem gesteigerten Einsatz öffentlicher Mittel für derartige Maßnahmen zum Ausdruck kommen kann. Aus der Verpflichtung der Bundesregierung, sich jeder parteiergreifenden Einwirkung auf die Wahl zu enthalten, folgt schließlich für die Vorwahlzeit das Gebot äußerster Zurückhaltung und das Verbot jeglicher mit Haushaltsmitteln betriebener Öffentlichkeitsarbeit in Form von sogenannten Arbeitsberichten, Leistungsberichten und Erfolgsberichten.“ (https://www.servat.unibe.ch/dfr/bv044125.html).

Wir fragen die Bundesregierung:

1. Wie viele finanzielle Mittel hat die Bundesregierung in den nachfolgenden Zeiträumen für Anzeigen, Sponsoring und sonstige Werbemaßnahmen in den jeweils genutzten Netzwerken bzw. in sonstigen Online-Medien

   a) in der zweiten Hälfte des Jahres 2020,

   b) in der ersten Hälfte des Jahres 2021 und

   c) in der zweiten Hälfte des Jahres 2021

   aufgewendet (bitte die Zahlen nach Jahr und Monat gegliedert angeben)?

2. Welche konkreten Kampagnen wurden in den genannten Zeiträumen im Sinne der Frage 1 in welchem Umfang beworben (bitte, sofern möglich, mit Link zu weiterführenden Informations- und Kampagnenseiten angeben)?

3. Wie viele finanzielle Mittel hat die Bundesregierung im laufenden Jahr 2022 bislang für Anzeigen, Sponsoring und sonstige Werbemaßnahmen in den jeweils genutzten Netzwerken bzw. in sonstigen Online-Medien aufgewendet?

4. Welche konkreten Kampagnen wurden im genannten Zeitraum im Sinne der Frage 3 in welchem Umfang beworben (bitte sofern möglich mit Link zu weiterführenden Informations- und Kampagnenseiten angeben)?

5. Wurden neben den herkömmlichen Anzeigen, dem Sponsoring und sonstigen Werbemaßnahmen auch sogenannte Influencer mit Kommunikationsmaßnahmen für die vorgenannten Zeiträume (Fragen 1 und 3) beauftragt?

   Wenn ja, wie viele finanzielle Mittel wurden hierbei konkret für die Kooperation aufgewendet?

6. Wenn die Frage 5 bejaht wurde, welche konkreten Kampagnen wurden im genannten Zeitraum im Sinne von Frage 5 in welchem Umfang beworben (bitte, sofern möglich, mit Link zu weiterführenden Informations- und Kampagnenseiten angeben)?

Berlin, den 11. April 2022

Dr. Alice Weidel, Tino Chrupalla und Fraktion

Gesamtherstellung: H. Heenemann GmbH & Co. KG, Buch- und Offsetdruckerei, Bessemerstraße 83–91, 12103 Berlin, www.heenemann-druck.de
Vertrieb: Bundesanzeiger Verlag GmbH, Postfach 10 05 34, 50445 Köln, Telefon (02 21) 97 66 83 40, Fax (02 21) 97 66 83 44, www.betrifft-gesetze.de
ISSN 0722-8333