

Kleine Anfrage

der Fraktion der CDU/CSU

Geschäftsgebaren der Bundesregierung bei der Auftragsvergabe und Umsetzung der Impfkampagne „Ich schütze mich“

Das Bundesministerium für Gesundheit (BMG) hat in seiner Pressekonferenz am 14. Oktober 2022 mitgeteilt, dass die Agentur brinkertlück creatives, die aktuell auch von der SPD beauftragt wird (<https://www.horizont.net/agenturen/nachrichten/parteienwerbung-spd-verlaengert-die-zusammenarbeit-mit-brinkert-lueck-199260>), für 700 000 Euro die aktuelle Impfkampagne „Ich schütze mich“ kreiert hat.

Gemäß der Antwort auf die Schriftliche Frage 136 des Abgeordneten Tino Sorge auf Bundestagsdrucksache 20/4434 wurde die Agentur brinkertlück creatives „zusätzlich (...) auf Basis des genannten Rahmenvertrages als Subunternehmer hinzugezogen“ (<https://dserver.bundestag.de/btd/20/044/2004434.pdf>).

In der „Bild“-Zeitung vom 31. Oktober 2022 heißt es: „Für alle Corona-Themen wurde ein Rahmenvertrag mit der Agentur „Scholz & Friends“ abgeschlossen. Die kam aber gar nicht zum Zug, die Agentur sei weder an der Beauftragung noch an der Umsetzung der Corona-Kampagne beteiligt gewesen“ (<https://www.bild.de/politik/inland/politik/lukrativer-auftrag-fuer-spd-werbeagentur-lauterbach-unter-kluengel-verdacht-81780976.bild.html>).

Bei der Vorstellung der Impfkampagne in der Bundespressekonferenz hat der Bundesminister für Gesundheit Dr. Karl Lauterbach weiter ausgeführt, „der weitere Teil der Impfkampagne bestehe aus 84 Menschen, die stellvertretend für die 84 Millionen Menschen in Deutschland täglich ihre Motivation vorstellen sollen, sich selbst zu schützen“ (<https://www.bundesgesundheitsministerium.de/presse/pressemitteilungen/neue-kampagne-gibt-84-gruende-fuer-corona-schutz.html>).

Diese Menschen seien – so Bundesgesundheitsminister Dr. Karl Lauterbach – keine bezahlten Schauspieler. „Jeder Mensch ist echt, keine Schauspieler, keine Modelle, niemand hat Geld bekommen“ (<https://www.berliner-zeitung.de/gesundheits-oekologie/wie-ein-berliner-rentner-die-impfkampagne-ad-absurdum-fuehrt-li.286874>).

Nach den jüngsten Berichterstattungen hat aber zumindest ein Teil der 84 beteiligten Personen eine finanzielle Entschädigung als Gage oder als Aufwandsentschädigung erhalten (<https://exxpress.at/von-wegen-keine-schauspieler-ministerium-macht-impf-werbung-mit-strip-opa/>).

Wir fragen daher die Bundesregierung:

1. Welche Aufträge – inklusive des in der Vorbemerkung der Fragesteller genannten – hat die Agentur brinkertlück creatives für die Jahre 2022, 2023 und 2024 vom BMG erhalten, und welche Vergütung wurde und wird ihr jeweils dafür aus welchem Haushaltstitel gezahlt?
2. Wurde für die in Frage 1 genannten Aufträge eine Ausschreibung vorgenommen?
Falls nein, warum nicht?
Falls ja, wie viele Gebote gab es, und aus welchem Grund wurde brinkertlück creatives ausgewählt?
3. Wenn die Agentur Scholz & Friends nach eigener Aussage nicht die Agentur brinkertlück creatives beauftragt hat (siehe Vorbemerkung der Fragesteller), wer hat diese dann beauftragt?
4. Wurde die Beauftragung von brinkertlück creatives als Subunternehmer des Rahmenvertrages mit Scholz & Friends durch das BMG vorgenommen?
Falls nein, wer ist Vertragspartner des Subunternehmervertrages für brinkertlück creatives?
5. Wusste die Rahmenvertragsagentur Scholz & Friends von der Beauftragung von brinkertlück creatives als Subunternehmer, wurde sie durch das Bundesministerium für Gesundheit eingebunden oder beteiligt?
6. Wer hat entschieden, die Kampagne an die Agentur brinkertlück creatives zu vergeben?
7. Mit welcher Begründung wurde entschieden, die Kampagne an die Agentur brinkertlück creatives zu vergeben?
8. War Bundesgesundheitsminister Dr. Karl Lauterbach persönlich an dieser Entscheidung beteiligt?
9. Wurde die Auftragssumme von 700 000 Euro (<https://www.kom.de/public-relations/327-millionen-euro-fuer-lauterbachs-angstkampagne/>) für den Subunternehmer aus der Vergütung für den Rahmenvertrag für Scholz & Friends gezahlt?
10. Falls die Summe, wie es für einen Subunternehmervertrag üblich sein dürfte, aus der Rahmenvertragsvergütung von Scholz & Friends zu zahlen ist, wie verhält sich Scholz & Friends zu dieser zu ihren Lasten vorgenommenen Subunternehmerbeauftragung, wenn sie gleichzeitig nach eigenem Bekunden (vgl. Vorbemerkung der Fragesteller) an der Beauftragung nicht beteiligt war?
11. Falls die Summe von 700 000 Euro zusätzlich zur Rahmenvereinbarung bereitgestellt worden ist, inwieweit handelt es sich dann um ein „Subunternehmen“ des Rahmenvertrages, bzw. handelt es sich dann vergaberechtlich nicht vielmehr um einen neuen Einzelauftrag?
12. In welche Positionen wie etwa Gagen, Kreativleistungen oder technische Umsetzung schlüsselt sich nach Kenntnis der Bundesregierung die Auftragssumme 700 000 Euro, die an brinkertlück creatives geleistet wurde, auf?
13. In welchen Medien und bei welchen Verlagen ist die Impfkampagne „Ich schütze mich“ platziert worden?

14. Für welche weiteren Bundesministerien oder Bundesbehörden ist die Agentur brinkertlück creatives für die Jahre 2022, 2023 und 2024 beauftragt worden, und welche Leistungen erbringt sie jeweils?
15. Welche Vergütung wurde und wird ihr jeweils dafür aus welchem Haushaltstitel gezahlt?
16. Wurden diese Aufträge jeweils ausgeschrieben?
Falls nein, warum nicht?
Falls ja, wie viele Gebote gab es, und aus welchem Grund wurde brinkertlück creatives ausgewählt?
17. Hat die Autorin Margarete Stokowski, die auf der Pressekonferenz vom 14. Oktober 2022 als ein Gesicht der Impfkampagne präsentiert wurde, vom BMG oder durch die beauftragte Agentur dafür oder für andere Dienstleistungen im Jahr 2022 eine Vergütung erhalten, und falls ja, in welcher Höhe?
18. Wie viele der 84 Personen, die Teil der Impfkampagne sind (vgl. Vorbemerkung der Fragesteller), haben Gagen oder Aufwandsentschädigungen erhalten, und wie hoch waren diese Gagen bzw. Entschädigungen?
19. Wie viele der 84 Personen wurden über Schauspieleragenturen vermittelt?

Berlin, den 25. November 2022

Friedrich Merz, Alexander Dobrindt und Fraktion

