

## Antwort

### der Bundesregierung

**auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Thomas Seitz, Tobias Matthias Peterka und der Fraktion der AfD  
– Drucksache 20/4841 –**

### **Vergaberechtliche Fragen im Zusammenhang mit der Impfkampagne „Ich schütze mich“**

#### Vorbemerkung der Fragesteller

Die aktuelle Impfkampagne „Ich schütze mich“ wird nach Angaben des Bundesministers für Gesundheit, Dr. Karl Lauterbach, in der Pressekonferenz vom 14. Oktober 2022 von der Agentur brinkertlück gestaltet (<https://www.youtube.com/watch?v=IzpaQKihHOI>). Nach Presseberichten soll das Bundesministerium für Gesundheit an die Agentur brinkertlück für deren Leistungen im Zusammenhang mit der Kampagne 700 000 Euro gezahlt haben (<https://www.welt.de/politik/deutschland/plus242405871/Karl-Lauterbach-Verdacht-der-Vetternwirtschaft-Aerger-ueber-Impfkampagne-waechst.html>). Der Auftragsvergabe ist keine gesonderte Ausschreibung vorausgegangen. In der Antwort auf die Schriftliche Frage 136 des Abgeordneten Tino Sorge auf Bundestagsdrucksache 20/4434 teilt die Bundesregierung vielmehr mit, die Agentur brinkertlück sei „zusätzlich für den Zeitraum vom 1. August 2022 bis zum 31. Dezember 2022 auf der Basis des genannten Rahmenvertrags als Subunternehmer hinzugezogen“ worden. Gemeint ist „der nach vorangegangener europaweiter Ausschreibung geschlossene Rahmenvertrag ‚Konzeption und Durchführung von Kommunikationsdienstleistungen (FullService)‘ vom 31. März 2020“ mit der Agentur Scholz & Friends (vgl. Bundestagsdrucksache 20/4434).

#### Vorbemerkung der Bundesregierung

In der Kampagne „Ich schütze mich“, die Bundesgesundheitsminister Prof. Karl Lauterbach am 14. Oktober 2022 in der Bundespressekonferenz vorgestellt hat, stellen 84 Personen, die repräsentativ für die Bevölkerung von 84 Millionen Menschen in Deutschland stehen, bis zum 6. Januar 2023 dar, warum sie sich mit der Corona-Impfung schützen.

Die als „Mut- und Mitmach-Impfkampagne“ konzipierte Kampagne ist eine von zwei Kommunikationslinien, die im Rahmen der Informations- und Aufklärungsmaßnahmen zum Coronavirus und zur Corona-Schutzimpfung im zweiten Halbjahr 2022 realisiert werden. Wie bereits in den Jahren zuvor soll

sie die Menschen in Deutschland dafür sensibilisieren, sich im Hinblick auf das erhöhte Infektionsrisiko in der kalten Jahreszeit wirksam zu schützen.

Die 84 in der Kampagne mitwirkenden Personen sollen die Gesamtbevölkerung in Deutschland möglichst wirklichkeitsgetreu abbilden. Grundlage dafür ist die statistische Verteilung, u. a. hinsichtlich der Geschlechter und Altersgruppen, der Herkunft, dem Bestehen von persönlichen Handikaps und dem Bildungsniveau. Die Personen, die sich dazu entschieden haben, in der Kampagne mitzuwirken, sind nicht angetreten, um eine Rolle darzustellen. Sie geben vielmehr ihre authentischen Gründe für die eigene, persönliche Impfentscheidung wieder. Dabei wirken sie gleichsam als Vorbilder und Mutmacher und auch beispielhaft für die vielen einzelnen Schicksale, die die Corona-Pandemie im Verlauf der letzten drei Jahre beeinflusst hat. Da die Mitwirkenden aus rein persönlichem Engagement handeln, besteht auch keine rechtliche Grundlage für die Zahlung von Gagen oder Vergütungen. Ihnen werden lediglich die aufgrund der Mitwirkung entstandenen Aufwände erstattet.

Die Kampagne „Ich schütze mich“ wurde durch die Hamburger Werbeagentur BrinkertLück Creatives konzipiert und wird auch von ihr gemeinsam mit den anderen Rahmenvertragsagenturen des Bundes realisiert. Diese Einbeziehung der Agentur BrinkertLück Creatives hat ungeachtet der rechtskonformen formalen Ausgestaltung zu teilweise verzerrenden Verlautbarungen in der Öffentlichkeit geführt. Die Bundesregierung hat die Hintergründe in ihren Antworten auf mehrere parlamentarische Anfragen sowie in zahlreichen Stellungnahmen auf Presseanfragen umfassend dargelegt.

1. Welches bzw. welche Unternehmen ist bzw. sind Vertragspartei des erwähnten Rahmenvertrags „Konzeption und Durchführung von Kommunikationsdienstleistungen (FullService)“ vom 31. März 2020?
2. Ist in dem erwähnten Rahmenvertrag die Möglichkeit zur Beauftragung von Subunternehmen ausdrücklich vorbehalten (sofern nach der Antwort zu Frage 1 neben der Agentur Scholz & Friends weitere Unternehmen Vertragspartei des Rahmenvertrags vom 31. März 2020 sein sollten, wird um Beantwortung der Fragen 2b bis 2f in Bezug auf diese Unternehmen gebeten), und wenn ja,
  - a) welchen Sinn hat dann die Bezeichnung des Rahmenvertrags als „Full Service“-Vereinbarung,
  - b) sind die infrage kommenden Subunternehmen in der Rahmenvereinbarung konkret benannt, waren diese in die damalige europaweite Ausschreibung einbezogen, und um welche Unternehmen handelt es sich dabei,
  - c) sind in der Rahmenvereinbarung die Bedingungen festgelegt, nach denen entschieden wird, ob auf der Rahmenvereinbarung beruhende Einzelaufträge an die Agentur Scholz & Friends oder an ein Subunternehmen vergeben werden, und um welche Bedingungen handelt es sich ggf. dabei, sind diese in der Auftragsbekanntmachung und in den Vergabeunterlagen für die Rahmenvereinbarung ausdrücklich genannt,
  - d) sind in der Rahmenvereinbarung die Bedingungen für die Agenturleistungen vollständig festgelegt, die im Zusammenhang mit der Impfkampagne „Ich schütze mich“ erbracht wurden, und um welche Bedingungen handelt es sich ggf. dabei,
  - e) durch wen erfolgt gemäß Rahmenvertrag die Einzelauftragsvergabe an das Subunternehmen,

- f) durch wen erfolgte im konkreten Fall die Beauftragung der Agentur brinkertlück mit der Konzeption der Werbekampagne „Ich schütze mich“?

Die Fragen 1 bis 2f werden aufgrund des Sachzusammenhangs gemeinsam beantwortet.

Die vertragliche Basis für die unter anderem im Zusammenhang mit den Informations- und Aufklärungsmaßnahmen zum Coronavirus und zur Corona-Schutzimpfung zu erbringenden externen Unterstützungsleistungen ist der mit der Agentur Scholz & Friends nach vorangegangener europaweiter Ausschreibung geschlossene Rahmenvertrag „Konzeption und Durchführung von Kommunikationsdienstleistungen (FullService)“ vom 31. März 2020 (Rahmenvertrag). Der Vertrag legt die Rahmenbedingungen für die Leistungserbringung fest. Der Zusatz „FullService“ verdeutlicht, dass er das gesamte Leistungsspektrum der Kommunikation zur Realisierung der Öffentlichkeitsarbeit umfasst.

Der Vertrag sieht vor, dass die konkret zu erbringenden Leistungen von der Auftraggeberin (Bundesministerium für Gesundheit) Maßnahme bezogen abgerufen werden (Leistungsabruf). Zur Erfüllung der abgerufenen Leistungen können auch Dritte (Unterauftragnehmer) in Anspruch genommen werden. Da im Rahmen des Vergabeverfahrens nicht verlangt wird, die Unternehmen zu benennen, die bei der späteren Auftrags Erfüllung als Unterauftragnehmer Leistungen erbringen sollen, legt der Rahmenvertrag fest, dass die Inanspruchnahme von Unterauftragnehmern stets mit der Auftraggeberin abzustimmen ist. Dabei können einzelne Aufgabenstellungen im Einvernehmen mit der Auftraggeberin auch unmittelbar von der Auftraggeberin mit einem Unterauftragnehmer abgestimmt werden (Konzeption und/oder Realisierung der abgerufenen Leistung).

Aufgrund der stetigen Veränderungen der Corona-Lage sind die Anforderungen an die COVID-19-Kommunikation heute wesentlich komplexer. Zwar ist die Informationsarbeit zur Corona-Schutzimpfung nach wie vor ein zentrales Element, aber gleichzeitig ist es wichtig, darauf hinzuweisen, dass auch die anderen Schutzmaßnahmen weiterhin erforderlich sind. Im dritten und vierten Quartal 2022 werden daher mit dem „Faktenbooster“ und der Kampagne „Ich schütze mich“ zwei Kommunikationslinien realisiert.

Die Leistungen zur Gewährleistung der Kommunikationsinfrastruktur, im Zusammenhang mit dem Betrieb der Website sowie zur Konzeption und Realisierung des „Faktenboosters“ erbringt die Agentur Scholz & Friends auf der Grundlage entsprechender Leistungsabrufe. Zur Erbringung der Leistungen für die Kommunikationslinie „Ich schütze mich“ wurde die Agentur BrinkertLück Creatives zusätzlich für den Zeitraum vom 1. August 2022 bis zum 31. Dezember 2022 als Unterauftragnehmerin hinzugezogen. Ein erstes Abstimmungsgespräch zur Realisierung der Kommunikationslinie „Ich schütze mich“ zwischen der Auftraggeberin und den beteiligten Agenturen fand bereits am 25. Juli 2022 statt.

Auf der Grundlage der erfolgten Abstimmung legte die Auftraggeberin gegenüber der Agentur BrinkertLück Creatives mit Schreiben vom 26. September 2022 die Einzelheiten zur Realisierung der Kommunikationslinie „Ich schütze mich“ fest.

*Vorabfassung - wird durch die lektorierte Version ersetzt.*