

## **Kleine Anfrage**

**der Abgeordneten Martin Erwin Renner, Dr. Marc Jongen, Dr. Götz Frömming, Beatrix von Storch und der Fraktion der AfD**

### **Zahlungen der Bundesregierung an Medien und Influencer für Werbung, Anzeigen, Kampagnen und Informationsmaßnahmen**

Die Kleine Anfrage auf Bundestagsdrucksache 19/20417 thematisierte die jährlichen Aufwendungen, die die Bundesregierung für Werbung, Anzeigen, Kampagnen und Informationsmaßnahmen an Medien (Printmedien, Onlinemedien, Radio, TV, sonstige) oder Influencer in den sozialen Medien im Zeitraum von 2013 bis 2020 zahlte. Die Bundesregierung lieferte in ihrer Antwort auf die Kleine Anfrage auf Bundestagsdrucksache 19/21280 detaillierte Auflistungen zu den allgemeinen jährlichen Aufwendungen für Werbung und Anzeigen sowie zu den Kosten spezifischer Kampagnen in Kooperation mit Youtubern und Influencern (vgl. insbesondere die Antworten der Bundesregierung zu den Fragen 1, 2, 5 und 8 auf Bundestagsdrucksache 19/21280).

In einer weiteren Kleinen Anfrage auf Bundestagsdrucksache 19/21691 wurde explizit auf die Erkenntnisse der oben genannten Kleinen Anfrage eingegangen, mit besonderem Blick auf die Auftragsvergabepraxis und die Rolle von Mediaagenturen bei der Suche nach Kooperationspartnern mit Youtubern beziehungsweise weiteren Influencern für Informationsmaßnahmen oder Kampagnen der Bundesregierung. Auch hier antwortete die Bundesregierung in ihrer Antwort auf die Kleine Anfrage auf Bundestagsdrucksache 19/22992 mit einer ausführlichen Auflistung (vgl. die Anlage zu der Antwort der Bundesregierung zu Frage 4, S. 16 ff.). Die Fragesteller sehen aktuellen Informationsbedarf zu den Zahlungen der Bundesregierung an Medien und Influencer für Werbung, Anzeigen, Kampagnen und Informationsmaßnahmen und erweitern mit dieser vorliegenden Kleinen Anfrage den Fragezeitraum bis zum Jahr 2022. Ferner bitten die Fragesteller um die Beibehaltung der Form der Auflistungen, wie sie in den oben genannten Antworten der Bundesregierung ausgeführt wurden.

Wir fragen die Bundesregierung:

1. Auf welche Summen belaufen sich die jährlichen Aufwendungen der Bundesregierung für Informationsmaßnahmen, Anzeigen, Kampagnen und Werbung im Zeitraum 2020 bis 2022 (bitte pro Jahr, beginnend ab 1. Juli 2020, aufschlüsseln)?
2. In welchen Medien (Printmedien, Onlinemedien, Radio, TV, sonstige) hat die Bundesregierung in welcher Höhe in den Jahren 2020 bis 2022 (beginnend ab 1. Juli 2020) Informationsmaßnahmen, Anzeigen, Kampagnen und Werbung geschaltet (bitte jeweils einzeln nach Summe, Medium und Jahr aufschlüsseln)?

3. Plant die Bundesregierung Informationsmaßnahmen, Kampagnen, Anzeigen und Werbung, welche für das Jahr 2023 in Medien und in den sozialen Medien (Printmedien, Onlinemedien, Radio, TV, Internet, Soziale Medien, sonstige) geschaltet werden sollen?
  - a) Wenn ja, welche (bitte nach Mediaagentur, Medium, geplanter Anzeige, geplanter Kampagne oder Informationsmaßnahme, Bundesministerium und potenziellen Kosten auflisten)?
  - b) Wenn nein, warum nicht (bitte erläutern, weshalb keine Informationsmaßnahmen, Kampagnen und Anzeigen durch die Bundesregierung geplant sind)?
4. Nutzte die Bundesregierung für die Verbreitung ihrer Informationen oder ihrer Kampagnen im Zeitraum von 2020 bis 2022 (beginnend ab 1. Juli 2020) die Unterstützung von sogenannten Youtubern beziehungsweise Influencern in weiteren sozialen Medien (Youtube, Facebook, Instagram, Twitter etc.)?
  - a) Wenn ja, um welche Youtuber beziehungsweise weitere Influencer handelt es sich hierbei, und welche Kriterien legt die Bundesregierung für eine etwaige Zusammenarbeit mit Youtubern beziehungsweise Influencern zugrunde?
  - b) Wenn ja, welche Beiträge wurden im genannten Zeitraum für welche Leistungen gezahlt (bitte pro Jahr, Namen und Thema respektive Kampagnen aufschlüsseln)?
  - c) Wenn nein, warum nicht?
5. Welche Themen respektive Kampagnen oder Informationsmaßnahmen wurden durch die Bundesregierung im Zeitraum von 2020 bis 2022 beworben (beginnend ab 1. Juli 2020 und bitte pro Jahr nach Höhe des finanziellen Aufwandes und des auftraggebenden Ministeriums beziehungsweise der auftraggebenden Bundesbehörde aufschlüsseln)?
6. Welchen Mediaagenturen bediente sich die Bundesregierung zur „Abwicklung ihrer Informationsmaßnahmen (Planung, Einkauf und Abrechnung)“ (Antwort zu Frage 3 auf Bundestagsdrucksache 19/21280; vgl. ebenso Antwort zu Frage 4 auf Bundestagsdrucksache 19/22992) im Zeitraum von 2020 bis 2022 (beginnend ab 1. Juli 2020)?
7. Gibt es eine inhaltliche Unterrichtung im Sinne eines Briefings seitens der Bundesregierung und ihrer Ministerien bei der Kooperation mit Youtubern und weiteren Influencern (vgl. Antwort zu Frage 29 auf Bundestagsdrucksache 19/22992)?
  - a) Wenn ja, wie genau verläuft ein Briefing im Zuge der Kooperation mit Youtubern bzw. Influencern zu einem beauftragten Thema?
  - b) Wenn ja, ist ein Briefing eine vertragliche Grundlage für die Kooperation zwischen den Ressorts und den Youtubern respektive Influencern (bitte die rechtliche Grundlage anführen)?
  - c) Wenn ja, welche waren dies konkret (bitte die Unterrichtungen nach Datum, Bundesministerium, Teilnehmer aus dem Bundesministerium, Youtuber bzw. Influencer und Inhalt des Briefings im Zeitraum von 2020 bis 2022, beginnend ab 1. Juli 2020, auflisten)?

- d) Wenn nein, warum gibt es kein Briefing der Youtuber bzw. Influencer zur „bestmöglichen Unterrichtung der Öffentlichkeit zum jeweiligen Thema“ (Antwort zu Frage 29 auf Bundestagsdrucksache 19/22992)?

Berlin, den 3. April 2023

**Dr. Alice Weidel, Tino Chrupalla und Fraktion**

