

Antwort

der Bundesregierung

**auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Martin Erwin Renner, Dr. Marc Jongen, Dr. Götz Frömming, weiterer Abgeordneter und der Fraktion der AfD
– Drucksache 20/6295 –**

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

Vorbemerkung der Fragesteller

Die Kleine Anfrage auf Bundestagsdrucksache 19/20417 thematisierte die jährlichen Aufwendungen, die die Bundesregierung für Werbung, Anzeigen, Kampagnen und Informationsmaßnahmen an Medien (Printmedien, Online-medien, 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.

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)?

Die Bundesregierung hat im Jahr 2020 (Stichtag 1. Juli 2020) Mittel in Höhe von 116 745 706,53 €, im Jahr 2021 Mittel in Höhe von 202 418 040,91 € und im Jahr 2022 Mittel in Höhe von 194 631 794,50 € für über Mediaagenturen abgerechnete Schaltkosten ausgegeben.

Für das Jahr 2020 wurden sämtliche Maßnahmen berücksichtigt, die ab dem 1. Juli 2020 freigegeben wurden. Für das Haushaltsjahr 2020 war es dem Bundesministerium der Justiz (BMJ) aus technischen Gründen in der Kürze der Bearbeitungszeit nicht möglich, eine Aufschlüsselung der einzelnen Monate entsprechend der Fragestellung (ab 1. Juli 2020) vorzunehmen. Die Angaben des Bundesministeriums der Justiz (BMJ) beziehen sich daher auf das gesamte Haushaltsjahr 2020.

In den Angaben für das Haushaltsjahr 2022 wurden die Maßnahmen berücksichtigt, die bis zum 31. Dezember 2022 freigegeben wurden.

Die Zahlen können im Vergleich zu vorherigen Anfragen abweichen, weil Veränderungen bei den erzielten Rabatten aus vergangenen Jahren zwischenzeitlich berücksichtigt werden konnten. Die Auslandsöffentlichkeitsarbeit ist in den Angaben nicht erfasst.

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)?

Die Bundesregierung hat in folgenden Medien Informationsmaßnahmen, Kampagnen und Anzeigen geschaltet:

Jahr	Medium	Kosten
2020	Online	36.399.044,65 €
	Print	19.094.011,11 €
	TV	11.899.755,34 €
	Außenwerbung	41.232.779,66 €
	Hörfunk	7.634.763,66 €
	Kino	485.352,10 €
2021	Online	35.730.994,80 €
	Print	71.497.660,17 €
	TV	17.694.647,58 €
	Außenwerbung	62.409.322,97 €
	Hörfunk	15.015.415,40 €
	Kino	70.000,00 €
2022	Online	48.968.328,59 €
	Print	46.228.429,23 €
	TV	34.199.926,52 €
	Außenwerbung	45.777.214,93 €
	Hörfunk	17.690.304,72 €
	Kino	1.767.590,51 €

Hinweis: Es wurden die reinen Schaltkosten inkl. MwSt. (ohne Agenturhonorare, ohne Kreativkosten) angegeben, soweit diese bereits abgerechnet wurden. Der Begriff „Medien“ ist im Sinne von Mediagattungen (Online, Print, TV, Außenwerbung, Hörfunk, Kino) zu verstehen. Für das Jahr

2020 wurden sämtliche Maßnahmen berücksichtigt, die ab dem 1. Juli 2020 freigegeben wurden. Für das Haushaltsjahr 2022 wurden die Maßnahmen berücksichtigt, die bis zum 31. Dezember 2022 freigegeben wurden. Die Schaltkosten können im Vergleich zu vorherigen Anfragen abweichen, weil Veränderungen bei den erzielten Rabatten aus vergangenen Jahren zwischenzeitlich berücksichtigt werden konnten.

Für das Haushaltsjahr 2020 war es dem Bundesministerium der Justiz (BMJ) aus technischen Gründen in der Kürze der Bearbeitungszeit nicht möglich, eine Aufschlüsselung der einzelnen Monate entsprechend der Fragestellung (ab 01. Juli 2020) vorzunehmen. Die Angaben des Bundesministeriums der Justiz (BMJ) beziehen sich daher auf das gesamte Haushaltsjahr 2020. Die Auslandsöffentlichkeitsarbeit ist in den Angaben nicht erfasst.

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)?

Aufgrund des Sachzusammenhangs werden die Fragen 3 bis 3b gemeinsam beantwortet.

Die Bundesregierung plant für das Jahr 2023 die in der Anlage 1 genannten Informationsmaßnahmen, Kampagnen und Anzeigen.*

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?

Aufgrund des Sachzusammenhangs werden die Fragen 4 bis 4c gemeinsam beantwortet.

Die Bundesregierung nutzt verschiedene Medien, um ihren verfassungsmäßigen Informationsauftrag zu erfüllen. Die Auswahl der Medien ergibt sich aus dem jeweiligen Ziel der konkreten Informationsmaßnahme bzw. der zu erreichenden Zielgruppe, dem zur Verfügung stehenden Budget sowie aus haushaltsrechtlichen Vorgaben. Die Kommunikation findet hierbei – dem veränderten Informationsverhalten der Bürgerinnen und Bürger folgend – nicht nur in den klassischen Medien, sondern auch in sozialen Netzwerken statt.

Als Teilelement eines effektiven und effizienten Mediaplans werden bei der Beauftragung der Influencerinnen und Influencer die allgemeinen Kennzahlen

* Von einer Drucklegung der Anlage wird abgesehen. Diese ist auf Bundestagsdrucksache 20/6676 auf der Internetseite des Deutschen Bundestages abrufbar.

der Mediaplanung, insbesondere der TKP (Tausender-Kontakt-Preis) berücksichtigt. Eine Übersicht über die pro Jahr / Kampagne beauftragten Influencerinnen und Influencer und die dafür geleisteten Beträge kann der untenstehenden Anlage 2 entnommen werden.*

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)?

Die Fragen 5 und 6 werden aufgrund des Sachzusammenhangs gemeinsam in der Anlage 3 beantwortet.*

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)?

Aufgrund des Sachzusammenhangs werden die Fragen 7 bis 7d gemeinsam beantwortet.

Werden Influencerinnen und Influencer im Rahmen einer Kampagne eingesetzt, dient ihr Beitrag der Erfüllung des Kampagnenziels, das zwischen Auftraggeber und Agentur festgelegt wurde. Auf dieser Basis werden die Influencerinnen und Influencer regelmäßig mittelbar durch die Agentur gebrieft. Hierbei werden Kampagnenbotschaften und Informationen im Sinne einer bestmöglichen Unterrichtung der Öffentlichkeit zum jeweiligen Thema vermittelt. Die redaktionelle Unabhängigkeit verbietet es allerdings, den Influencerinnen und Influencern konkrete Vorgaben zu machen, wie sie Botschaften in ihren Kanälen präsentieren. Das Briefing sowie die gesamte Auftragsabwicklung beruht auf den Vereinbarungen des Rahmenvertrags mit der jeweiligen Agentur (Influencerinnen und Influencer sind die Unterauftragnehmer). Das Briefing hilft bei der Durchführung des Vertrages und ist nicht Vertragsgrundlage. Es ist im Hinblick auf die erfragte Zeitspanne nicht möglich, Termine rückwirkend nachzuvollzie-

* Von einer Drucklegung der Anlage wird abgesehen. Diese ist auf Bundestagsdrucksache 20/6676 auf der Internetseite des Deutschen Bundestages abrufbar.

hen. Zu den teilnehmenden Personen an den Briefings auf Influencerseite wird auf die Anlage 2 (Antwort zu Fragen 4 bis 4c) verwiesen.* Die an Briefings beteiligten Personen auf Agenturseite werden zur Wahrung der Persönlichkeitsrechte hier nicht namentlich genannt.

Vorabfassung - wird durch die lektorierte Version ersetzt.

* Von einer Drucklegung der Anlage wird abgesehen. Diese ist auf Bundestagsdrucksache 20/6676 auf der Internetseite des Deutschen Bundestages abrufbar.

Anlage 1

Zur Beantwortung der Frage 3:

Hinweis: Es werden die reinen Schaltkosten inkl. MwSt. (ohne Agenturhonorare, ohne Kreationskosten) für Maßnahmen angegeben, die zwischen dem 01. Januar 2023 und dem 05. April 2023 frei gegeben wurden, soweit diese bereits abgerechnet wurden. Kosten für Kampagnen können grundsätzlich erst nach Abschluss der Maßnahmen beziffert werden, da die nachträgliche Rabattierung einen erheblichen Einfluss auf den Preis haben kann. Bei der Darstellung der Kosten konnten Stellenanzeigen teilweise nur uneinheitlich berücksichtigt werden.

Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreationskosten)	Mediaagentur
2023	Energiewechsel	5.158.884,10 €	Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG
	Fachkräftesicherung	1.105.478,05 €	Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG

Bundesministerium der Finanzen (BMF)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreationskosten)	Mediaagentur
2023	Kampagne 3. Entlastungspaket, II. Flight	noch nicht endabgerechnet	SYZGY Performance Marketing GmbH

Bundesministerium des Innern und für Heimat (BMI)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreationskosten)	Mediaagentur
2023	Ehrenamtskampagne	4.131,79 €	Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG

	Ehrenamtspreis für jüdisches Leben in Deutschland	26.671,12 €	familie redlich AG, KOMPAKTMEDIEN Agentur für Kommunikation GmbH
	Arbeitgeber Dachmarke Bund	noch nicht endabgerechnet	ZANATTA media group GmbH & Co.KG

Auswärtiges Amt (AA)

Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreationskosten)	Mediaagentur
2023	Nachwuchswerbung	42.898,46 €	keine Agentur, Anzeigen in diversen Print- und Onlinemedien
	Nachwuchswerbung	42.584,15 €	keine Agentur, Anzeigen in diversen Print- und Onlinemedien

Hinweis: Die Auslandsöffentlichkeitsarbeit ist in den Angaben nicht erfasst.

Bundesministerium der Justiz (BMJ)

Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreationskosten)	Mediaagentur
2023	Social-Media-Werbung zu Bürokratieabbau, Videoformat #JetztErstRecht, Namensrecht	600,00 €	ohne

Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS)

Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreationskosten)	Mediaagentur
2023	Bürgergeld	noch nicht endabgerechnet	Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG
	Dialogtour „Hin. Gehört.“	noch nicht endabgerechnet	DIEMEDIAFABRIK Agentur für Mediaberatung GmbH

Bundesministerium der Verteidigung (BMVg)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreationskosten)	Mediaagentur
2023	Zielgruppenorientierte personalwerbliche Kampagnenmotive	noch nicht endabgerechnet	CASTENOW GmbH / CROSSMEDIA GmbH

Hinweis: Für das Bundesministerium der Verteidigung (BMVg) handelt es sich dabei ausschließlich um Maßnahmen der Nachwuchsgewinnung.

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreationskosten)	Mediaagentur
2023	IGW – BMEL Halle 23A	7.657,29 €	Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG
	Torffrei gärtnern	noch nicht endabgerechnet	Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG, SYZYGY Performance Marketing GmbH, WPR Communication GmbH
	Zu gut für die Tonne	noch nicht endabgerechnet	SYZYGY Performance Marketing GmbH
	IN FORM – Deutschlands Initiative für gesunde Ernährung und mehr Bewegung / Podcast „Spitz die Löffel!“	noch nicht endabgerechnet	SYZYGY Performance Marketing GmbH
	Magazin Forschungsfelder	noch nicht endabgerechnet	Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG
	Seniorenmagazin	noch nicht endabgerechnet	Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreationskosten)	Mediaagentur
2023	Fehlanzeige		

Bundesministerium für Gesundheit (BMG)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreationskosten)	Mediaagentur
2023	Kampagne zur Unterstützung von Pflegekräften	noch nicht endabgerechnet	Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG

Bundesministerium für Digitales und Verkehr (BMDV)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreationskosten)	Mediaagentur
2023	Deutschland spricht über 5G	166.399,40 €	Scholz & Berlin GmbH, Scholz & Friends, Digital Media GmbH
	Runter vom Gas	2.380,74 €	Scholz & Berlin GmbH
	Verteilung von 10.000 Stück des Info- Flyers "Mein Glasfaseranschluss" in der Bayerischen Gemeindezeitung	3.272,50 €	Bayerische Gemeindezeitung
	Verteilung von 10.000 Stück des Leitfadens "So kommt die Glasfaser zu Ihnen nach Hause" in der Bayerischen Gemeindezeitung	6.069,00 €	Bayerische Gemeindezeitung
	Social Media Posts auf den Kanälen des BMDV (LinkedIn, Facebook, Instagram, YouTube) im Rahmen der Informationskampagne der Gigabitstrategie der Bundesregierung	6.247,50 €	Init AG

	Social Media Posts auf den Kanälen des BMDV (LinkedIn, Facebook, Instagram, YouTube)	53752,50 €	Init AG
--	--	------------	---------

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV)

Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)	Mediaagentur
2023	Fehlannonce		

Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF)

Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)	Mediaagentur
2023	Fehlannonce		

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ)

Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)	Mediaagentur
2023	Fehlannonce		

Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen (BMWSB)

Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)	Mediaagentur
2023	Fehlannonce		

Bundeskanzleramt (BK)

Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)	Mediaagentur

2023	Fehlanzeige		
------	-------------	--	--

Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM)

Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreationskosten)	Mediaagentur
2023	Fehlanzeige		

Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (BPA)

Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreationskosten)	Mediaagentur
2023	Anzeige Jüdische Allgemeine Sonderausgabe 75 Jahre Israel	4.584,00 €	Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG
	Anzeige Jahresheft Deutscher Kinderschutzbund	3.560,48 €	Ziel: Marketing, Stuttgart

Anlage 2

Zur Beantwortung der Frage 4:

Hinweis: Zur Wahrung von Geschäftsgeheimnissen werden grundsätzlich nur Gesamtsummen pro Kampagne und Jahr genannt. Soweit das wegen Einzelbeauftragung nicht möglich ist, werden zur Wahrung von Geschäftsgeheimnissen keine Einzelbeträge genannt.

Es werden nur die tatsächlichen Kosten inkl. MwSt. benannt, soweit diese bereits abgerechnet wurden. (Beauftragungen vom 01. Juli 2020 bis einschl. 31. Dezember 2022). Bei den Schaltkosten für das Jahr 2022 sind geringe Veränderungen durch Rabattgutschriften / Rabattnachbelastungen nicht auszuschließen.

Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreationskosten)	Influencer
2020	Fehlanzeige		
2021	Fehlanzeige		
2022	Fehlanzeige		

Bundesministerium der Finanzen (BMF)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreationskosten)	Influencer
2020	Fehlanzeige		
2021	Fehlanzeige		
2022	Fehlanzeige		

Bundesministerium des Innern und für Heimat (BMI)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreationskosten)	Influencer
2020	Fehlanzeige		
2021	Fehlanzeige		
2022	Fehlanzeige		

Auswärtiges Amt (AA)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreationskosten)	Influencer
2020	Fehlanzeige		
2021	Fehlanzeige		
2022	Fehlanzeige		

Hinweis: Die Auslandsöffentlichkeitsarbeit ist in den Angaben nicht erfasst.

Bundesministerium der Justiz (BMJ)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreationskosten)	Influencer
2020	Fehlanzeige		
2021	Fehlanzeige		
2022	Fehlanzeige		

Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreationskosten)	Influencer
2020	Influencer-Einbindung in Kommunikation zu arbeitspolitischen Themen mit Corona Bezug	Einzelbetrag wird wegen Wahrung des Geschäftsgeheimnisses nicht genannt	Ninia LaGrande
	psyGa Projekt: Psychische Gesundheit	Unentgeltlich	Victoria Müller, Sven Hannawald
2021	Fehlanzeige		
2022	Fehlanzeige		

Bundesministerium der Verteidigung (BMVg)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreationskosten)	Influencer
2020	Fehlanzeige		
2021	Fehlanzeige		
2022	Fehlanzeige		

Hinweis: Der Einsatz oder Nicht-Einsatz von Influencern und Influencerinnen in Kampagnen bedarf keiner besonderen Begründung.

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreationskosten)	Influencer
2020	Fehlanzeige		
2021	Fehlanzeige		
2022	Torffrei gärtnern	12.178,50 €	Garten Fräulein, Der kleine Horrorgarten, Hauptstadtgarten, Parzelle 94, Osmers

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreationskosten)	Influencer
2020	„Stärker als Gewalt“ (Kampagne zu Gewalt gegen Frauen)	26.649,20 €	Marilena Berends, Diana zur Löwen, Charlotte Weise, Minh-Khai Phan-Thi, Louisa Dellert, Lina Mallon, Madeleine Daria Alizadeh
	Festakt 10-Jahre Bundesfreiwilligendienst	3.570,00 €	Klein aber Hannah

	Pausentaste - Ein Angebot für Kinder und Jugendliche, die sich um ihre Familien kümmern.	21.420,00 €	Fabian Grischkat, Niko Kappe
	KiZ - Kampagne zum Kinderzuschlag	50.738,76 €	Fa. Divimove, Fa. Zeitdeck, Mamiblock
	Hilfen für Schwangere / vertrauliche Geburt	7.830,00 €	Ariane Alter
2021	Pausentaste - Ein Angebot für Kinder und Jugendliche, die sich um ihre Familien kümmern.	12.459,00 €	Fabian Grischkat, Rojin Zine Tekin
	„Mach Karriere als Mensch!“ / Informationen rund um die neue Ausbildung in der Pflege im Rahmen der Themenwoche Pflegeausbildung	4.621,96 €	Jim Boy, Schwester Vanny, Metin Vindogru
	Kampagne Elterngeldreform	33.819,80 €	Toyahgurl, Sarahplusdrei, Große Köpfe, Aempf, MitVergnügen
	*Aufklärungs- und Aktivierungskampagne zur Sensibilisierung und Aufklärung von Jugendlichen zu sexuellem Missbrauch	10.000,00 €	Heeeyleonie, Fabian Grischkat, JustCaan
2022	Kick Off „Bündnis für die junge Generation“	6.000 €	Fabian Grischkat
	*Instagram Reels Unabhängige Beauftragte für Fragen des sexuellen Kindesmissbrauchs	35.281,92 €	Ms_blackrock, timurs.time, cash.miri, maria.popov, thisisphenix, annatology, aljosh, wastarasagt
	*Aufklärungs- und Aktivierungskampagne zur Sensibilisierung und Aufklärung von Jugendlichen zu sexuellem Missbrauch	21.760,00 €	Silvicarlsson, Victoriamueller, Yaenniverfromtheblock, sarah.bora.official

Hinweis: * Diese Kampagnen sind durch die Unabhängige Beauftragte für Fragen des sexuellen Kindesmissbrauchs (UBSKM) beauftragt worden.

Bundesministerium für Gesundheit (BMG)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreationskosten)	Influencer
2020	Fehlanzeige		
2021	Fehlanzeige		
2022	Fehlanzeige		

Bundesministerium für Digitales und Verkehr (BMDV)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreationskosten)	Influencer
2020	30 Jahre Wiedervereinigung	1160,00 €	Thomas Kakareko
	30 Jahre Wiedervereinigung	1160,00 €	Max Münch
	30 Jahre Wiedervereinigung	1160,00 €	Frauke Hameister
2021	Fehlanzeige		
2022	Deutschland spricht über 5G	Pro Bono	Ann-Kathrin Orthmann

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreationskosten)	Influencer
2020	Fehlanzeige		
2021	Fehlanzeige		
2022	Fehlanzeige		

Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreationskosten)	Influencer
2020	Beyondwork2020 – future work challenge	45.684,99 € (Gesamtkosten der Kampagne)	Lisa Sophie Laurent, Heylilahey, Annelina Waller
	Kommunikative Begleitung Gesellschaft der Ideen-Wettbewerb für Soziale Innovationen (Ideeneinreichung)	10.440,0 €, 1.740,00 € 3.480,00 €	Louisa Dellert, naturlandkind, itsmarvin
	Fan von Wissen	kein Honorar	Diana zur Löwin
	Fan von Wissen	kein Honorar	Ariana Barborie
	Fan von Wissen	kein Honorar	Yael Adler
	Fan von Wissen	kein Honorar	Aurel Mertz
	Fan von Wissen	kein Honorar	Hans Sigl
	Fan von Wissen	kein Honorar	Lukas Rieger
	Fan von Wissen	kein Honorar	Ralf Caspers
	Fan von Wissen	kein Honorar	Andrea Griessmann
	Fan von Wissen	kein Honorar	Jan Koeppen
	Fan von Wissen	kein Honorar	Marie Luise Lipp
	Bildungsprämie	2.380,00 €	MyHammer_Bau TV
	Bildungsprämie	821,10 €	Nomyblog
Open Access	1.190,00 €	Mai Thi Nguyen-Kim	
2021	Deep Learning für klinische Diagnosen	zur Wahrung von Geschäftsgeheimnissen werden keine Einzelbeträge benannt	Cedric Engels
	Deep Learning gegen Antibiotika-Resistenzen	zur Wahrung von Geschäftsgeheimnissen werden keine Einzelbeträge benannt	Cedric Engels
	InnoTruck	keine Angabe möglich; Kooperation erfolgte im Rahmen der Initiative InnoTruck (Festpreisauftrag)	Cedric Engels
	MINTmagie / MINT-Kommunikationsoffensive Thema: 10- bis 16-Jährige für MINT begeistern	9.089,97 €	Rocketbeans TV

	Wissenschaftsjahr 2020 / 2021	595,00 €	Dr. Argang Ghadiri
	Wissenschaftsjahr 2020 / 2021	1.190,00 €	Ulf Soltau
	Wissenschaftsjahr 2020 / 2021	999,60 €	Marisa Becker
	Bildungsprämie	1.785,00 €	Fräulein Draußen
	Bildungsprämie	767,55 €	Speisemeisterei
	Bildungsprämie	1.487,50 €	Tollabea
2022	Klinische Entscheidungsunterstützungssysteme	zur Wahrung von Geschäftsgeheimnissen werden keine Einzelbeträge benannt	Cedric Engels
	Wissenschaftsjahr 2022	2.975,00 €	Maria Popov
	Wissenschaftsjahr 2022	714,00 €	Laura Mitulla
	Wissenschaftsjahr 2022	1.487,50 €	Julia Nissen
	Wissenschaftsjahr 2022	2.975,00 €	Katrin Maag
	Wissenschaftsjahr 2022	1.785,00 €	Fachwerkhelden
	Wissenschaftsjahr 2022	kein Honorar	Hava Misimi
	Wissenschaftsjahr 2022	kein Honorar	Margarethe Honisch
	Wissenschaftsjahr 2022	kein Honorar	Victoria Lauer und Johanna Kürwitz
	BAföG-Informationsoffensive 2022	47.227,77 €	study.socialmedia, tomatolix, laurinspire, teaching.finance, invest_science, JustSayEleanor
Die Duale – Berufsbildung mit System	84.904,12 €	Aaron Troschke	
Wissenschaftsjahr 2022	kein Honorar	Daniel Wissenhorn	

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ)

Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)	Influencer
2020	Fehlanzeige		
2021	Fehlanzeige		
2022	Fehlanzeige		

Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen (BMWSB)

Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreationskosten)	Influencer
2020	Fehlanzeige		
2021	Fehlanzeige		
2022	Fehlanzeige		

Bundeskanzleramt (BK)

Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreationskosten)	Influencer
2020	Fehlanzeige		
2021	Fehlanzeige		
2022	Fehlanzeige		

Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM)

Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreationskosten)	Influencer
2020	Fehlanzeige		
2021	Fehlanzeige		
2022	Fehlanzeige		

Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (BPA)

Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreationskosten)	Influencer
2020	„Corona Warn-App“	1.146.522,70 €	AviveHD, Aaron Troschke, Abgegriefft, Adorable Caro, Anastasija Lukic,

			<p> Blackout (Sören Aulbach), Bodyformus, BullshitTV, Carmushka, Cengo, Dagibee, Dalia, das.leben.des.brian, DebiTech, Denise.mski, Denizon, DerCeddo, Diana zur Löwen, El Margo, ermachtsjunge, Erne (YT: FeelFIFA), Eugen Kazakov, firatelvito, Fynn Kliemann, Gamerbr0ther, Hey Moritz, icrimax, IDzock, Inscope, Jan Meyer / Ohmeygod, Jana Riva, Jasi_xx3, jasminazizam, Joey's Jungle, Jonas Ems, jstin, Justin, Kayla Shyx, Keanu, Kevin Wolter, KidMave, KuchenTV, LaserLuca, Lea (Looskanal), LeniMarie, Leon Content, Lina Rode, Lisa Kueppers, Louis Darcis, Louisa Dellert, LPmitKev, Lukas Rieger, Lusor Koeffizient </p>
--	--	--	---

			<p>Marcel Scorpion, Matthias Malmedie, Max Krancrafter, Melina Sophie, MGP, Michael Smolik, Michivonwant, Moji, Nelson, nonakanal, Odumanpique, Payton.r, Rafael Neugart, robertwhite, Sarah Lombardi (sarellax3), Sascha Hellinger / Unsympathisch TV, Schildi, Sebastian Pannek, selfiesandra, Simon Will, Slavik, Sonnyloops, SonTv, Standartskill, Steel, Swalina, Tim Gabel, Tina Dzialas, TypischKassi, Uncle D, Vanessatamkan, Victor Braun, Vivien May, Yeliz Koc (_yelizkoc_), Zclina</p>
2021	„Lass dich impfen“	245.616,00 €	<p>Inscope, Alicia Awa, Selfie Sandra, Diademlori, Twenty4Tim</p>
2022	Fehlanzeige		

Anlage 3

Zur Beantwortung der Fragen 5 und 6:

Es wurden die reinen Schaltkosten inkl. MwSt. (ohne Agenturhonorare, ohne Kreationskosten) angegeben, nur die tatsächlichen Kosten inkl. MwSt. benannt, soweit diese bereits abgerechnet wurden. Bei den Schaltkosten für das Jahr 2022 sind geringe Veränderungen durch Rabattgutschriften / Rabattnachbelastungen nicht auszuschließen.

Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreationskosten)	Mediaagentur
2020	Digital Jetzt_	370.957,09 €	Carat Deutschland GmbH
	Go Gründungsoffensive	57.231,55 €	Carat Deutschland GmbH
	Energieeffizienz	3.854.805,12 €	Carat Deutschland GmbH
	Überbrückungshilfen Corona	989.375,07 €	Carat Deutschland GmbH
	#unternehmerbleiben	201.979,66 €	Carat Deutschland GmbH
2021	Neues Energielabel	4.247.437,99 €	Carat Deutschland GmbH
	Überbrückungshilfen Corona	946.251,75 €	Carat Deutschland GmbH
	Digital Hub Initiative	222.774,41 €	Carat Deutschland GmbH
	Corona-Aufbruchskampagne	717.918,72 €	Carat Deutschland GmbH
2022	Energiewechsel-Kampagne	35.596.988,21 €	Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG
	Fachkräftesicherung	1.040.405,91 €	Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG

Bundesministerium der Finanzen (BMF)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreationskosten)	Mediaagentur
2020	Kampagne Konjunkturprogramm, I. Flight	259.538,11 €	Carat Deutschland GmbH
	Kampagne Konjunkturprogramm, II. Flight	263.573,16 €	Carat Deutschland GmbH
	Kampagne Abschaffung Soli-Zuschlag, I. Flight	400.745,94 €	Carat Deutschland GmbH
	(digitaler) Tag der offenen Tür	8.770,32 €	Carat Deutschland GmbH
	Grußanzeige Jüd. Neujahrsfest Rosch ha-Schana	1.450,00 €	ohne
2021	Kampagne Abschaffung Soli-Zuschlag, II. Flight	567.091,50 €	Carat Deutschland GmbH
	Grußanzeige Jüd. Neujahrsfest Rosch ha-Schana	3.937,71 €	ohne.
2022	Kampagne 3. Entlastungspaket, I. Flight	noch nicht endabgerechnet	Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG
	Grußanzeige Jüd. Neujahrsfest Rosch ha-Schana	10.958,55 €	Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG

Bundesministerium des Innern und für Heimat (BMI)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreationskosten)	Mediaagentur
2020	Pack mit an!	20.957,62 €	Weischer.JvB GmbH
2021	Tag des Ehrenamts	6.797,60 €	Weischer.JvB GmbH
	Ehrenamt – Du machst den Unterschied	12.315,30 €	PHD Germany GmbH
	Ehrenamtskampagne	2.327.623,09 €	Carat Deutschland GmbH
	Kampagne Arbeitgebermarke Bund	20.368,61 €	ZANATTA media group GmbH & Co.KG
2022	Ehrenamt – Du machst den Unterschied	2.969,69 €	PHD Germany GmbH

	Ehrenamtskampagne	1.752.950,85 €	Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG
	Kampagne Arbeitgebermarke Bund	910.974,12 €	ZANATTA media group GmbH & Co.KG
	Kommunikationskampagne zu Ukraine Hilfe-Portal "Germany4Ukraine.de"	676.350,59 €	ORCA Affairs GmbH, familie redlich AG, Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG

Auswärtiges Amt (AA)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreatorkosten)	Mediaagentur
2020	AArtist in Residence	2.088,00 €	keine Agentur, Anzeige im Kunstkalender „Berliner Galerien“
	Ausbildungsbewerbung	101.203,54 €	keine Agentur, diverse Print- und Online-Medien
	Grußanzeigen zu Rosh Hashanah und anderen jüdischen Gedenktagen	5.526,24 €	Jüdische Allgemeine, Jüdisches Europa
2021	AArtist in Residence	5.831,00 €	keine Agentur, Anzeige in „Monopol“
	Ausbildungsbewerbung	125.950,70 €	keine Agentur, Anzeigen in diversen Print- und Online-Medien
	Online-Stellenanzeigen	193.169,30 €	ZANATTA media group GmbH & Co.KG
	Grußanzeigen zu Rosh Hashanah und anderen jüdischen Gedenktagen	6.704,46 €	Jüdische Allgemeine, Jüdisches Europa
2022	Ausbildungsbewerbung	148.377,86 €	keine Agentur, Anzeigen in diversen Print- und Onlinemedien
	Online Stellenanzeigen / Personalwerbung	179.694,50 €	ZANATTA media group GmbH & Co.KG
	Print-Personalwerbung	3.136,83 €	ZANATTA media group GmbH & Co.KG
	Grußanzeigen zu Rosh Hashanah und anderen jüdischen Gedenktagen	4026,96 €	Jüdische Allgemeine, Jüdisches Europa

	sonstiges	474,00 €	Carat Deutschland GmbH
--	-----------	----------	------------------------

Hinweis: Eventuelle Informationskampagnen für Deutschland im Ausland sind in den Angaben nicht erfasst.

Bundesministerium der Justiz (BMJ)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)	Mediaagentur
2020	Jüdische Allgemeine Rosch Haschana	1.109,25 €	Carat Deutschland GmbH, PHD Germany GmbH
	NJW, Fritz Bauer Bulletin, FAZ und Die Zeit Fritz Bauer Studienpreis	8.359,13 €	Carat Deutschland GmbH
2021	Jüdische Allgemeine 1700 Jahre Jüdisches Leben	1.137,94 €	Carat Deutschland GmbH, PHD Germany GmbH
	Jüdische Allgemeine Rosch Haschana	2.991,66 €	Carat Deutschland GmbH, PHD Germany GmbH
	KH Journal Rosch Haschana	1.432,14 €	Carat Deutschland GmbH, PHD Germany GmbH
	Neuland Rosch Haschana	745,60 €	Carat Deutschland GmbH, PHD Germany GmbH
	Fritz Bauer Bulletin Fritz Bauer Andenken	464,10 €	Fritz Bauer Bulletin
2022	Fritz Bauer Bulletin Fritz Bauer Studienpreis	1.039,80 €	Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG
	NJW Fritz Bauer Studienpreis	2.288,58 €	Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG
	Jüdische Allgemeine Rosch Haschana	3.248,05 €	Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG
	A1 Plakatierung+ Moskitos Rosenburg Wanderausstellung Postdam	4.097,50 €	Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG
	A1 Plakatierung + Moskitos/Litfaßsäulenwerbung Rosenburg Wanderausstellung Hannover	4.697,68 €	Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG

	Kampagne Reform Betreuungsrecht	50.066,45 €	Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG
--	---------------------------------	-------------	---

Hinweis: Für das Haushaltsjahr 2020 war es dem Bundesministerium der Justiz (BMJ) aus technischen Gründen in der Kürze der Bearbeitungszeit nicht möglich, eine Aufschlüsselung der einzelnen Monate entsprechend der Fragestellung (ab 1. Juli 2020) vorzunehmen. Die Angaben des Bundesministeriums der Justiz (BMJ) beziehen sich daher auf das gesamte Haushaltsjahr 2020.

Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreationskosten)	Mediaagentur
2020	NAP Wirtschaft und Menschenrechte	2.139.318,81 €	DIEMEDIAFABRIK Agentur für Mediaberatung GmbH
	Civic Innovation Plattform	1.388.515,23 €	DIEMEDIAFABRIK Agentur für Mediaberatung GmbH
	Jahreswechselkommunikation „Wert und Wandel der Arbeit“	196.270,90 €	DIEMEDIAFABRIK Agentur für Mediaberatung GmbH
	Grundrente	10.370,95 €	DIEMEDIAFABRIK Agentur für Mediaberatung GmbH
2021	Jahreswechselkommunikation „Wert und Wandel der Arbeit“	1.133.783,21 €	DIEMEDIAFABRIK Agentur für Mediaberatung GmbH
	NAP Wirtschaft und Menschenrechte	884.406,88 €	DIEMEDIAFABRIK Agentur für Mediaberatung GmbH
	Civic Innovation Plattform	437.486,45 €	DIEMEDIAFABRIK Agentur für Mediaberatung GmbH
2022	NAP Wirtschaft und Menschenrechte	1.279.102,02 €	DIEMEDIAFABRIK Agentur für Mediaberatung GmbH
	Mindestlohn	567.059,72 €	DIEMEDIAFABRIK Agentur für Mediaberatung GmbH

	Civic Innovation Plattform	458.570,31 €	DIEMEDIAFABRIK Agentur für Mediaberatung GmbH
	Fachkräftestrategie	315.383,29 €	DIEMEDIAFABRIK Agentur für Mediaberatung GmbH
	Dialogtour „Hin. Gehört.“	42.763,66 €	DIEMEDIAFABRIK Agentur für Mediaberatung GmbH
	Ausschreibung Sozialversicherungswahlen	59.895,96 €	DIEMEDIAFABRIK Agentur für Mediaberatung GmbH

Bundesministerium der Verteidigung (BMVg)

Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreationskosten)	Mediaagentur
2020	Zielgruppenorientierte personalwerbliche Kampagnenmotive	24.300.000,00 €	CASTENOW GmbH / CROSSMEDIA GmbH
2021	Zielgruppenorientierte personalwerbliche Kampagnenmotive	27.990.000,00 €	CASTENOW GmbH / CROSSMEDIA GmbH
2022	Zielgruppenorientierte personalwerbliche Kampagnenmotive	23.650.000,00 €	CASTENOW GmbH / CROSSMEDIA GmbH

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL)

Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreationskosten)	Mediaagentur
2020	Deutschland rettet Lebensmittel	23.749,17 €	Carat Deutschland GmbH
	EU-Agrarrat	42.415,14 €	Carat Deutschland GmbH
	Ernährungsführerschein	36.626,44 €	Carat Deutschland GmbH

	Nutri-Score	483.944,87 €	Carat Deutschland GmbH
	Seniorenmagazin	57.127,71 €	Carat Deutschland GmbH
	Zu gut für die Tonne	9.498,95 €	Carat Deutschland GmbH
	Informationsmaßnahmen zu Alternativen zur betäubungslosen Ferkelkastration	7.674,29 €	Carat Deutschland GmbH
	ASP	8.517,28 €	Carat Deutschland GmbH
	Magazin Forschungsfelder	85.265,85 €	neues handeln AG
	GFFA	2.677,56 €	Carat Deutschland GmbH
2021	GFFA	4.816,85 €	Carat Deutschland GmbH
	IGW – BMEL Halle 23A	57.644,89 €	Carat Deutschland GmbH
	Bundeswettbewerb Land.Vielfalt.Leben.	24.037,36 €	Carat Deutschland GmbH
	BULE #Dorfkinder	5.712,18 €	Carat Deutschland GmbH
	Deutschland rettet Lebensmittel	33.123,88 €	Carat Deutschland GmbH
	Zu gut für die Tonne	14.105,68 €	Carat Deutschland GmbH
	Nutri-Score	221.266,21 €	Carat Deutschland GmbH
	Illegaler Welpenhandel	623.517,28 €	Carat Deutschland GmbH
	Seniorenmagazin	103.437,00 €	Carat Deutschland GmbH
	Magazin Kompass Ernährung	44.124,96 €	Carat Deutschland GmbH
	Magazin Forschungsfelder	116.378,60 €	Carat Deutschland GmbH
	Informationsoffensive Landwirtschaft	779.950,18 €	Carat Deutschland GmbH
2022	Bundeswettbewerb Ökologischer Landbau	19.556,52 €	Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG
	Magazin Forschungsfelder	68.400,65 €	Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG

	Seniorenmagazin	51.343,63 €	Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG
	Zu gut für die Tonne	Noch nicht endabgerechnet	SYZYGY Performance Marketing GmbH
	IN FORM – Deutschlands Initiative für gesunde Ernährung und mehr Bewegung/ Podcast „Spitz die Löffel!“	Noch nicht endabgerechnet	SYZYGY Performance Marketing GmbH
	Torffrei gärtnern	462.179,91 €	Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG, SYZYGY Performance Marketing GmbH, WPR Communication GmbH
	Einzelschaltung zu Rosch Haschana 5783	892,50 €	Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)	Mediaagentur
2020	KiZ Kampagne	447.246,81 €	Carat Deutschland GmbH
	Mach Karriere als Mensch	996.769,12 €	Carat Deutschland GmbH
	Kampagne „Stärker als Gewalt“	558.301,54 €	Carat Deutschland GmbH
	Kampagne "Vorsicht Vorurteile"	1.804.467,75 €	Carat Deutschland GmbH
	Demokratie Leben Kampagne	186.794,80 €	Carat Deutschland GmbH
2021	Elterngeldreform	548.379,72 €	Carat Deutschland GmbH
	Mach Karriere als Mensch	510.761,97 €	Carat Deutschland GmbH
	Kampagne „Stärker als Gewalt“	77.738,87 €	Carat Deutschland GmbH
2022	Hilfetelefon Schwangere in Not	193.026,62 €	Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG

	Strategie gegen Einsamkeit	287.190,24 €	Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG
	Demokratie Leben!	3.232.747,73 €	Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG
	Pausentaste - Ein Angebot für Kinder und Jugendliche, die sich um ihre Familien kümmern.	17.164,00 €	SYZYGY Performance Marketing GmbH
	„Mach Karriere als Mensch!“ / Pflegeausbildung	318.126,00 €	SYZYGY Performance Marketing GmbH
	Mediakampagne 2022	14.244,42 €	Dentsu
	*Schieb den Gedanken nicht weg! (Kampagne gegen Kinder Missbrauch)	3.250.056,01 €	CROSSMEDIA GmbH

Hinweis: * Diese Kampagnen sind durch die Unabhängige Beauftragte für Fragen des sexuellen Kindesmissbrauchs (UBSKM) beauftragt worden.

Bundesministerium für Gesundheit (BMG)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreationskosten)	Mediaagentur
2020	Corona-Kommunikation	1.643.542,60 €	Cosmonauts & Kings GmbH
	Corona-Kommunikation	96.180,80 €	ALP Media
	Corona-Kommunikation	1.184.400,01 €	Oberpfarr- und Domkirche zu Berlin
	Corona-Kommunikation	1.559.150,52 €	Scholz & Friends Berlin GmbH
	Corona-Kommunikation	40.657.060,59 €	Carat Deutschland GmbH, PHD Germany GmbH
	Corona-Kommunikation	472.297,96 €	Edgar Ambient Media Group GmbH
	Corona-Kommunikation	199.147,94 €	Joh. Heider Verlag GmbH
	Corona-Kommunikation	2.610,00 €	Zentralrat der Juden in Deutschland K.d.ö.R.
	Kampagne zur Unterstützung von Pflegekräften	170.131,67 €	neues handeln AG - Cosmonauts & Kings GmbH

	Kampagne zur Unterstützung von Pflegekräften	2.450.968,42 €	Carat Deutschland GmbH, HD Germany GmbH
2021	Corona-Kommunikation	3.163.589,30 €	Cosmonauts & Kings GmbH
	Corona-Kommunikation	2.308.409,71 €	Scholz & Friends Berlin GmbH
	Corona-Kommunikation	134.519.675,50 €	Carat Deutschland GmbH / PHD Germany GmbH
	Corona-Kommunikation	23.562,00 €	Oberpfarr- und Domkirche zu Berlin
	Corona-Kommunikation	130,00 €	Pfarrbüro St. Josef - St. Johannes in Furpach
	Corona-Kommunikation	333.433,18 €	Mypostcard.com GmbH
	Kampagne zur Unterstützung von Pflegekräften	116.262,82 €	neues handeln AG - Cosmonauts & Kings GmbH
	Kampagne zur Unterstützung von Pflegekräften	49.367,22 €	Carat Deutschland GmbH, PHD Germany GmbH
2022	Corona-Kommunikation	2.511.289,93 €	Cosmonauts & Kings GmbH
	Corona-Kommunikation	107.425.544,17 €	Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG
	Corona-Kommunikation	3.634,26 €	Scholz & Friends Berlin GmbH
	Corona-Kommunikation	175.000,00 €	DOSB Deutscher Olympischer Sportbund e.V.
	Informationsmaßnahmen zum Nationalen Gesundheitsportal	381.970,22 €	keine
	Kampagne zur Unterstützung von Pflegekräften	45.893,92 €	Carat Deutschland GmbH, PHD Germany GmbH
	Kampagne zur Unterstützung von Pflegekräften	462,93 €	add2 GmbH
	Kampagne zur Unterstützung von Pflegekräften	6.664,00 €	neues handeln AG - Cosmonauts & Kings GmbH
	Kampagne zur Unterstützung von Pflegekräften	267.117,82 €	Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG

Bundesministerium für Digitales und Verkehr (BMDV)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreationskosten)	Mediaagentur
2020	Deutschland spricht über 5G	164.705,87 €	Scholz & Berlin GmbH, Scholz & Friends Digital Media GmbH
	Runter vom Gas	67.061,65 €	Scholz & Friends Berlin GmbH
	Social Media Posts auf den Kanälen des BMDV (LinkedIn, Facebook, Instagram, YouTube)	1586,55 €	Init AG
2021	Deutschland spricht über 5G	206.077,69 €	Scholz & Berlin GmbH, Scholz & Friends Digital Media GmbH
	Deutschlandtakt	2.224,86 €	Scholz & Berlin GmbH, Scholz & Friends Digital Media GmbH
	Runter vom Gas	112.635,88 €	Scholz & Friends Berlin GmbH
	Social Media Posts auf den Kanälen des BMDV (LinkedIn, Facebook, Instagram, YouTube)	1.606,49 €	Init AG
2022	Deutschland spricht über 5G	354.157,22 €	Scholz & Berlin GmbH, Scholz & Friends Digital Media GmbH
	Arbeitgeberdachmarke „Damit alles läuft“	562.064,68 €	ZANATTA media group GmbH & Co.KG
	Tag der offenen Tür	53.608,48 €	Scholz & Friends Digital Media GmbH
	Runter vom Gas	68.503,55 €	Scholz & Berlin GmbH, Scholz & Friends Digital Media GmbH
	Digitalbeirat	5.000,00 €	Init AG
	Digitalgipfel	5.000,00 €	Init AG
	Tag der offenen Tür	7.000,00 €	Init AG
	Social Media Posts auf den Kanälen des BMDV (LinkedIn, Facebook, Instagram, YouTube)	16.855,54 €	Init AG

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV)

Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreationskosten)	Mediaagentur
2020	30 Jahre Naturschutz	1.014.515,00 €	Carat Deutschland GmbH
2021	Weniger ist mehr	1.136.427,00 €	Carat Deutschland GmbH
	Insektenschutz	385.103,00 €	Carat Deutschland GmbH
2022	Fehlanzeige		

Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF)

Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreationskosten)	Mediaagentur
2020	Alphabetisierungskampagne	2.251.733,61 €	Carat Deutschland GmbH
	Aufstiegs-BAföG	1.061.966,47 €	Carat Deutschland GmbH
	BAföG	806.726,54 €	Carat Deutschland GmbH
	BBiG	1.838.019,88 €	Carat Deutschland GmbH
	Beyondwork 2020	17.407,74 €	Carat Deutschland GmbH
	Europäischer Forschungsraum	134.485,34 €	Carat Deutschland GmbH
	Forschungsschiff Polarstern	6.039,25 €	Carat Deutschland GmbH
	Gesellschaft der Ideen	61.203,92 €	Carat Deutschland GmbH
	Ideenwettbewerb Forschungszentrum	59.565,05 €	Carat Deutschland GmbH
	Informationskampagne berufliche Bildung	454.266,21 €	Carat Deutschland GmbH
	Innovationsland Deutschland	68.235,26 €	Carat Deutschland GmbH

	Kommunikationsoffensive MINT	42.237,53 €	Carat Deutschland GmbH
	Stellenanzeigen	2.679,86 €	Carat Deutschland GmbH
	Studienabbruchunddann	67.756,95 €	Carat Deutschland GmbH
	Verkauf von Dienstwagen	3.341,18 €	Carat Deutschland GmbH
	Weiterbildungstelefon	241.353,50 €	Carat Deutschland GmbH
2021	Alphabetisierungskampagne	2.930.380,90 €	Carat Deutschland GmbH
	Aufstiegs-BAföG	747.502,96 €	Carat Deutschland GmbH
	BAföG	1.395.932,95 €	Carat Deutschland GmbH
	Berufenavi	495.604,55 €	Carat Deutschland GmbH
	Deutschlandstipendium	337.858,34 €	Carat Deutschland GmbH
	Die Duale	2.242.937,25 €	Carat Deutschland GmbH
	Europäischer Forschungsraum	60.211,07 €	Carat Deutschland GmbH
	forscher-Magazin	9.520,00 €	Carat Deutschland GmbH
	Ideenwettbewerb Forschungszentrum	59.119,32 €	Carat Deutschland GmbH
	Informationskampagne berufliche Bildung	59.448,29 €	Carat Deutschland GmbH
	Innovationsland Deutschland	180.785,19 €	Carat Deutschland GmbH
	Kommunikationsoffensive MINT	202.987,62 €	Carat Deutschland GmbH
	Stellenanzeigen	11.188,47 €	Carat Deutschland GmbH
	Studienabbruchunddann	33.111,68 €	Carat Deutschland GmbH
	Veranstaltungsformat Karliczek trifft	5.699,53 €	Carat Deutschland GmbH
	Verkauf von Dienstwagen	4.667,44 €	Carat Deutschland GmbH
	Weiterbildungstelefon	380.639,10 €	Carat Deutschland GmbH

	Zukunftsarena	126.774,84 €	Carat Deutschland GmbH
2022	Alphabetisierungskampagne	1.681.690,54 €	SYZYGY Performance Marketing GmbH
	Aufstiegs-BAföG	927.080,76 €	Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG
	BAföG	1.067.079,14 €	Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG
	Berufenavi	134,12 €	Carat Deutschland GmbH
	Cybersicherheit	28.603,00 €	SYZYGY Performance Marketing GmbH
	Die Duale	249.040,84 €	Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG
	Europäischer Forschungsraum	31.935,32 €	Carat Deutschland GmbH
	Kommunikationsoffensive MINT	188.391,00 €	SYZYGY Performance Marketing GmbH
	Social-Media für BMBF-Kanäle	390.859,00 €	SYZYGY Performance Marketing GmbH
	Studienabbruchunddann	27.868,00 €	SYZYGY Performance Marketing GmbH
	Verkauf von Dienstwagen	4.321,87 €	Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG
	Wissenschaftsjahr 2022	284.151,25 €	Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)	Mediaagentur
2020	Entwicklungspolitische Beiträge zum globalen Klimaschutz und nachhaltigen Lieferketten und Ernährungssicherung	164.399,91 €	Carat Deutschland GmbH
	Globale Gesundheitspolitik	3.978,80 €	iq digital media marketing gmbh

	Stellenanzeigen	4.817,83 €	Kunze + Stamm GmbH“
2021	Entwicklungspolitische Beiträge zum globalen Klimaschutz und nachhaltigen Lieferketten und Ernährungssicherung	460.007,78 €	Carat Deutschland GmbH
	Stellenanzeigen	12.713,37 €	Kunze + Stamm GmbH“
2022	Entwicklungspolitik ist nachhaltige Sicherheitspolitik	404.703,31 €	SYZYG Performance Marketing GmbH
	Stellenanzeigen	9.672,70 €	ZANATTA media group GmbH & Co.KG

Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen (BMWSB)

Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)	Mediaagentur
2020	Fehlannonce		
2021	Fehlannonce		
2022	Fehlannonce		

Bundeskantleramt (BK)

Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)	Mediaagentur
2020	Fehlannonce		
2021	Fehlannonce		
2022	Fehlannonce		

Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM)

Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)	Mediaagentur
2020	Fehlannonce		
2021	Fehlannonce		
2022	Fehlannonce		

Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (BPA)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreationskosten)	Mediaagentur
2020	Schwarz-Rot-Gold	1.331.394,00 €	PHD Germany GmbH / Weischer.JvB GmbH / Carat Deutschland GmbH
	Traueranzeigen/Nachruf	1.477,00 €	PHD Germany GmbH / Carat Deutschland GmbH
	Nachhaltigkeit	295.145,00 €	add2 GmbH / Carat Deutschland GmbH
	Post-Promotion	199.652,00 €	add2 GmbH / Carat Deutschland GmbH
	Ausschreibung redaktionelle Betreuung	16.849,00 €	Weischer.JvB GmbH / Carat Deutschland GmbH
	Corona-Impfung	1.571,00 €	add2 GmbH / Carat Deutschland
	Corona Warn-App	9.877.723,00 €	Weischer.JvB GmbH / add2 GmbH / Carat Deutschland GmbH
	Coronavirus	3.950.505,00 €	Weischer.JvB GmbH / add2 GmbH / Carat Deutschland GmbH
	Corona - #besondere Helden	738.808,00 €	add2 GmbH / Carat Deutschland GmbH
	Klimakampagne	2.483.817,00 €	Weischer.JvB GmbH / add2 GmbH / Carat Deutschland GmbH
	Tag der offenen Tür	66.954,00 €	PHD Germany GmbH / Carat Deutschland GmbH
	Bewerbung bundesregierung.de	7.810,00 €	add2 GmbH / Carat Deutschland GmbH
	Bewerbung Kanzlerin- /Regierungspodcast	112.446,00 €	add2 GmbH / Carat Deutschland GmbH
2021	Schwarz-Rot-Gold	1.133.086,00 €	Weischer.JvB GmbH / add2 GmbH / Carat Deutschland GmbH
	Nachhaltigkeit	303.696,00 €	add2 GmbH / Carat Deutschland GmbH

	Corona-Impfung	268.732,00 €	add2 GmbH / Carat Deutschland GmbH
	Corona Warn-App	474.094,00 €	add2 GmbH / Carat Deutschland GmbH
	Corona „Zuhause bleiben“	238.384,00 €	add2 GmbH / Carat Deutschland GmbH
	Bewerbung Regierungspodcast	315.533,00 €	add2 GmbH / Carat Deutschland GmbH
	Klimakampagne	2.319.661,00 €	Weischer.JvB GmbH / add2 GmbH / Carat Deutschland GmbH
	Traueranzeigen/Nachruf	2.529,00 €	PHD Germany GmbH / Weischer.JvB GmbH / Carat Deutschland GmbH
	Post-Promotion	136.592,00 €	Carat Deutschland GmbH
	Bewerbung Mediaausschreibung	17.755,00 €	keine
2022	Entlastungspakete I-III	noch nicht endabgerechnet	Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG
	Tag der offenen Tür	100.369,00 €	Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG
	Traueranzeigen/Nachruf	1.472,00 €	Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG
	Bundesregierung.de	2.521,00 €	Carat Deutschland GmbH

Vorabfassung - wird durch die lektorierte Version ersetzt.