

Kleine Anfrage

**der Abgeordneten Stephan Protschka, Peter Felser, Frank Rinck,
Bernd Schattner, Dietmar Friedhoff, Steffen Janich, Enrico Komning, Uwe Schulz
und der Fraktion der AfD**

Public-Relations-Kosten im Bereich des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft

Wir fragen die Bundesregierung:

1. Wie viel Geld wurde im Bereich des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) seit Amtsantritt der derzeitigen Bundesregierung insgesamt für Öffentlichkeitsarbeit (Kampagnen, Anzeigen, Plakate, Inserate, Soziale Medien, SEO (Search Engine Optimization) etc.) ausgegeben (bitte insgesamt, nach Jahren und einzeln aufschlüsseln)?
2. Wie viel Geld wurde im Bereich des BMEL seit Amtsantritt der derzeitigen Bundesregierung insgesamt für externe Beratung und Unterstützung oder sonstige externe Dienstleistungen ausgegeben (bitte insgesamt, nach Jahren und einzeln aufschlüsseln)?
3. Wie viel Geld wurde im Bereich des BMEL seit Amtsantritt der derzeitigen Bundesregierung insgesamt für Facebook, X (ehemals Twitter) und Instagram ausgegeben und für welche konkreten Leistungen (bitte insgesamt, nach Jahren und einzeln aufschlüsseln)?
4. Was war das Ziel des X-Beitrags „Da ist ein Özdemir in meinem Kühlschrank“ am 19. Oktober 2023, wie viel hat die Erstellung des dazugehörigen Videos gekostet, und konnte das BMEL ihr Ziel mit dem Beitrag erreichen (<https://twitter.com/bmel/status/1715052955441799656>, abgerufen am 31. Oktober 2023)?
5. Wie viele Mittel und an wen sind in den Podcast „SPITZ DIE LÖFFEL!“ geflossen, und wie hoch waren die Zugriffszahlen (vgl. <https://www.bmel.de/DE/themen/ernaehrung/gesunde-ernaehrung/aktionsprogramm-in-form/podcast-inform-spitz-die-loeffel.html>, bitte auch insgesamt und pro Folge angeben)?
6. Hat sich seit der Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage auf Bundestagsdrucksache 20/2774 die Anzahl der Mitarbeiter im BMEL, die für die Erstellung redaktioneller Inhalte sowie die Betreuung der sozialen Medien o. Ä. zuständig sind, verändert, und wenn ja, wie?

7. Hat die Bundesregierung Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit des BMEL, die seit ihrem Amtsantritt durchgeführt wurden, evaluiert, und wenn ja, welche Maßnahmen betraf dies, und mit welchem Ergebnis wurde die Evaluierung jeweils abgeschlossen, bei welchen Maßnahmen wurde das gesteckte Ziel nicht erreicht, und welche Maßnahmen entsprachen nicht den Grundsätzen der Wirtschaftlichkeit?

Berlin, den 8. November 2023

Dr. Alice Weidel, Tino Chrupalla und Fraktion