

Kleine Anfrage

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

Aufwendungen der Bundesregierung für Informationsmaßnahmen, Anzeigen, Kampagnen und Werbung für das Jahr 2023

Die Kosten der Bundesregierung für Werbung respektive Kampagnen haben in den letzten Jahren zugenommen. Kam es im Jahr 2020 noch zu Aufwendungen von 116 745 706,53 Euro, so stiegen die Kosten bis zum Jahr 2022 auf 194 631 794,50 Euro (vgl. Bundestagsdrucksache 20/6676, S. 2). Durch die zunehmende Digitalisierung erweiterte sich zusätzlich der Rahmen der Werbeplattformen mit der steigenden Bedeutung von sozialen Medien (vgl. Bundestagsdrucksache 20/7867). So unterhalten die Bundesregierung, ihre Bundesministerien und deren nachgeordnete Behörden mittlerweile hunderte Profile in den unterschiedlichen sozialen Medien (Facebook [Meta], Instagram, „X“ [vormals Twitter] etc.). Diese Entwicklungen belegen die wachsende Relevanz der Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung; dies spiegelt sich gleichermaßen in den ansteigenden Aufwendungen wider.

Aktuelle mediale Aufmerksamkeit erreichen die Werbekampagnen der Bundesregierung durch eine Kritik des Bundesrechnungshofs (BRH; vgl. www.welt.de/investigativ/article250747972/Gesundheitsministerium-Bundesrechnungshof-ruegt-Lauterbach-Ministerium-bei-Corona-Impf-Kampagne.html, letzter Aufruf: 15. April 2024). Der BRH kritisierte die Vergabepaxis an die Agentur „BrinkertLück“ im Bundesministerium für Gesundheit (BMG) bezüglich der Impfkampagne „Ich schütze mich“. Es habe einen „Verstoß gegen das Vergaberecht“ (ebd.) gegeben. Zusätzlich wird die vom „BMG verhängte Geheimhaltungsstufe“ (ebd.) zum Vorgang kritisiert.

Die neuerliche mediale Berichterstattung zu den Werbekampagnen der Bundesregierung sind für die Fragesteller der Anlass, die Aufwendungen der Bundesregierung für Informationsmaßnahmen, Anzeigen, Kampagnen und Werbung für das ganze Jahr 2023 vom 1. Januar bis zum 31. Dezember zu erfragen und dementsprechend zu aktualisieren.

Die Kleinen Anfragen der Fraktion der AfD auf den Bundestagsdrucksachen 19/20417 und 20/6295 behandelten die Zahlungen der Bundesregierung für Werbekampagnen, Anzeigen und Informationsmaßnahmen für die Jahre 2013 bis 2020 sowie von 2020 bis 2022. Die Fragesteller weisen auf die umfangreichen Antworten der Bundesregierung auf den Bundestagsdrucksachen 19/21280 und 20/6676 hin und bitten um die Fortsetzung der Form der Auflistungen der Bundesregierung im Rahmen der oben angeführten Antworten.

Wir fragen die Bundesregierung:

1. Auf welche Summe belaufen sich die Aufwendungen der Bundesregierung für Informationsmaßnahmen, Anzeigen, Kampagnen und Werbung für das komplette Jahr 2023 (vom 1. Januar bis zum 31. Dezember)?
2. In welchen Medien (Printmedien, Onlinemedien, Radio, TV, sonstige) hat die Bundesregierung in welcher Höhe für das Jahr 2023 (vom 1. Januar bis zum 31. Dezember) Informationsmaßnahmen, Anzeigen, Kampagnen und Werbung geschaltet (bitte jeweils einzeln nach Summe und Medium aufschlüsseln)?
3. Plant die Bundesregierung Informationsmaßnahmen, Kampagnen, Anzeigen und Werbung, welche für das Jahr 2024 in Medien und in den sozialen Medien (Printmedien, Onlinemedien, Radio, TV, Internet, soziale Medien, sonstige) geschaltet werden sollen (wenn ja, bitte nach Mediaagentur, Medium, geplante Anzeige, geplante Kampagne oder Informationsmaßnahme, Bundesministerium und potenziellen Kosten auflisten; wenn nein, 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 für das Jahr 2023 (vom 1. Januar bis zum 31. Dezember) die Unterstützung von sogenannten YouTubern beziehungsweise Influencern in weiteren sozialen Medien (YouTube, Facebook, Instagram, „X“ [ehemals 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 nach Namen und Themen respektive Kampagnen aufschlüsseln)?
 - c) Wenn nein, warum nicht?
5. Welche waren die durch die Bundesregierung beworbenen Themen respektive Kampagnen oder Informationsmaßnahmen für das Jahr 2023 vom 1. Januar bis zum 31. Dezember (bitte nach Höhe des finanziellen Aufwandes und auftraggebendem Bundesministerium beziehungsweise auftraggebender Bundesbehörde aufschlüsseln)?
6. Welcher Mediaagenturen bediente sich die Bundesregierung zur „Abwicklung ihrer Informationsmaßnahmen (Planung, Einkauf und Abrechnung)“ (vgl. Antwort zu Frage 3 auf Bundestagsdrucksache 19/21280, S. 3; vgl. ebenso Antwort zu Frage 4 auf Bundestagsdrucksache 19/22992, S. 4) für das Jahr 2023 (vom 1. Januar bis zum 31. Dezember)?
7. Haben die Bundesministerien und ihre nachgeordneten Behörden Mediaagenturen im Jahr 2023 beauftragt, um Beiträge auf den Kanälen der jeweiligen Bundesministerien oder ihrer nachgeordneten Behörden in den sozialen Medien (YouTube, Facebook [Meta], Instagram, „X“ [ehemals Twitter], LinkedIn etc.) für Informationsmaßnahmen, Kampagnen oder Anzeigen zu erstellen (wenn ja, bitte nach Bundesministerium, Mediaagentur, Kampagne oder Informationsmaßnahme respektive Anzeige, Kosten der Kampagne und dem genauen Datum [Tag, Monat, Jahr] auflisten)?
8. Ist der Bundesregierung die Kritik des Bundesrechnungshofs (vgl. Vorbemerkung der Fragesteller) bezüglich der Vergabepaxis zur Impfkampagne „Ich schütze mich“ bekannt?

- a) Wenn ja, hat sich die Bundesregierung eine eigene Positionierung erarbeitet, und wie lautet diese ggf.?
 - b) Wenn ja, welche Konsequenzen zieht die Bundesregierung insbesondere im Hinblick auf die Vergabepaxis zu den Werbekampagnen an Mediaagenturen (bitte ausführen)?
 - c) Wenn nein, wieso zieht die Bundesregierung keine Konsequenzen aus der Kritik des Bundesrechnungshofs (vgl. Vorbemerkung der Fragesteller)?
9. Wann wird der nächste Bericht zu den „Öffentlichkeitsmaßnahmen der Bundesregierung“ für das erste Halbjahr 2024 (1. Januar bis 30. Juni) veröffentlicht?
 10. Auf welche Kosten belaufen sich die einzelnen Veröffentlichungen im Zuge der „Print- und Online-Publikationen“ im Bericht zu den „Öffentlichkeitsmaßnahmen der Bundesregierung“ (erstes und zweites Halbjahr 2023) der jeweiligen Bundesministerien und ihrer nachgeordneten Behörden im Jahr 2023 (bitte nach Publikationstitel, Datum der Veröffentlichung, Auflage und den finanziellen Aufwendungen des auftraggebenden Bundesministeriums auflisten)?
 11. Auf welche Kosten belaufen sich die einzelnen Veröffentlichungen im Zuge der „Print- und Online-Publikationen“ der Bundesregierung, der jeweiligen Bundesministerien und ihrer nachgeordneten Behörden von 2020 bis 2022 (bitte nach Publikationstitel, Datum der Veröffentlichung [Monat, Jahr], Auflage und den finanziellen Aufwendungen des auftraggebenden Bundesministeriums auflisten)?

Berlin, den 22. April 2024

Dr. Alice Weidel, Tino Chrupalla und Fraktion

