

Antwort der Bundesregierung

**auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Martin Erwin Renner, Dr. Götz Frömming, Ronald Gläser, weiterer Abgeordneter und der Fraktion der AfD
– Drucksache 21/179 –**

Aufwendungen der Bundesregierung für Informationsmaßnahmen, Anzeigen, Kampagnen und Werbung für das Jahr 2024

Vorbemerkung der Fragesteller

Die Aufwendungen der abgewählten Bundesregierung für Informationsmaßnahmen, Anzeigen, Kampagnen respektive Werbung beliefen sich im Jahr 2023 auf 84 696 854 Euro (vgl. Bundestagsdrucksache 20/11327, S. 2). Somit sind die Kosten für diese Öffentlichkeitsarbeit im Vergleich zum Vorjahreszeitraum gesunken. Vom Jahr 2020 bis zum Jahr 2022 stiegen die Aufwendungen noch von 116 745 706,53 Euro auf 194 631 794,50 Euro erheblich an (vgl. Bundestagsdrucksache 20/6676, S. 2).

Das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung hat inzwischen den zweiteiligen Bericht zu den „Öffentlichkeitsmaßnahmen der Bundesregierung“ für das Jahr 2024 veröffentlicht (vgl. www.bundesregierung.de/resource/blob/975918/2264520/2caa5732e4f60e4f8eee29da2f0f76c8/2024-03-11-oea-bericht-data.pdf?download=1). Dieser Bericht wird halbjährig veröffentlicht (für das erste und zweite Halbjahr) und beinhaltet alle Bundesministerien und ausgewählte Beauftragte der Bundesregierung sowie das Presse- und Informationsamt.

Die neuerliche Veröffentlichung des oben genannten Berichts 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 2024 vom 1. Januar bis zum 31. Dezember zu erfragen und dementsprechend zu aktualisieren. Der Fragezeitraum wird auf das angefangene Jahr 2025 erweitert.

Die Kleinen Anfragen der Fraktion der AfD auf den Bundestagsdrucksachen 20/11122, 20/6295 und 19/20417 behandelten die Zahlungen der Bundesregierung für Werbekampagnen, Anzeigen und Informationsmaßnahmen für die Jahre von 2013 bis 2020 sowie von 2020 bis 2023. Die Fragesteller weisen auf die umfangreichen Antworten der Bundesregierung auf den Bundestagsdrucksachen 20/11327, 20/6676 sowie 19/21280 hin und bitten um die Fortsetzung der Form der Auflistungen der neu gewählten Bundesregierung im Rahmen der Antworten der Bundesregierung in den oben aufgeführten Drucksachen.

Vorbemerkung der Bundesregierung

Die Bundesregierung hat den verfassungsmäßigen Auftrag, die Bürgerinnen und Bürger über ihre Tätigkeit, Vorhaben und Ziele zu informieren. Um diesem Auftrag nachzukommen und verständlich und bürgernah zu informieren, nutzt sie eine große Bandbreite an Kanälen und Informationsangeboten und passt diese laufend an. Dabei handelt es sich nicht um „Werbung“ im klassischen Sinne, da nicht für ein Produkt oder eine Dienstleistung geworben, sondern vielmehr über die Politik der Bundesregierung informiert wird.

Einige finanzielle Aufwendungen im Sinne der Fragestellung sind in Rahmenverträgen pauschal enthalten und können daher nicht gesondert ausgewiesen werden. Umfassende Abfragen innerhalb der Ressorts, die über die vorhandenen Datenbestände hinausgehende Recherchen durch die Bundesregierung erfordert hätten, konnten innerhalb der kurzen Frist nicht durchgeführt werden. Soweit zur Beantwortung einzelner Fragen ressortübergreifende Abfragen innerhalb des nachgeordneten Geschäftsbereichs erforderlich waren, konnten diese aufgrund des begrenzten Zeitrahmens nicht erfolgen. Die vorliegende Antwort beschränkt sich daher auf die innerhalb der verfügbaren Zeit ermittelbaren Informationen und erhebt ausdrücklich keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Die Auslandsöffentlichkeitsarbeit ist in den Angaben nicht erfasst.

1. Auf welche Summe belaufen sich die Aufwendungen der Bundesregierung für Informationsmaßnahmen, Anzeigen, Kampagnen und Werbung für das komplette Jahr 2024 (vom 1. Januar bis zum 31. Dezember)?

Es wird auf die Vorbemerkung der Bundesregierung verwiesen. In diesem Sinne belaufen sich die über Mediaagenturen abgerechnete Schaltkosten im Jahr 2024 auf 88 662 009 Euro.

2. In welchen Medien (Printmedien, Onlinemedien, Radio, TV, sonstige) hat die Bundesregierung in welcher Höhe die reinen Schaltkosten für das Jahr 2024 (vom 1. Januar bis zum 31. Dezember) Informationsmaßnahmen, Anzeigen, Kampagnen und Werbung geschaltet (bitte jeweils einzeln nach Summe und Medium aufschlüsseln)?

Es wird auf die Vorbemerkung der Bundesregierung verwiesen. In diesem Sinne sind im Folgenden die reinen Schaltkosten im Jahr 2024 inklusive Mehrwertsteuer (MwSt.) (ohne Agenturhonorare, ohne Kreativekosten) angegeben.

- Online: 47 094 677 Euro
- Print: 8 628 864 Euro
- TV: 2 686 428 Euro
- Außenwerbung: 22 840 776 Euro
- Hörfunk: 4 835 849 Euro
- Kino: 1 821 365 Euro
- Medienübergreifend: 754 050 Euro (UBSKM*).

* Unabhängige Beauftragte für Fragen des sexuellen Kindesmissbrauchs (nachfolgend USBKM).

3. In welchen Medien (Printmedien, Onlinemedien, Radio, TV, sonstige) hat die Bundesregierung in welcher Höhe (bitte die Agenturhonorare und Kreationskosten angeben) für das Jahr 2024 (vom 1. Januar bis zum 31. Dezember) Informationsmaßnahmen, Anzeigen, Kampagnen und Werbung geschaltet (bitte jeweils einzeln nach Summe, Medium und Agentur aufschlüsseln)?

Es wird auf die Vorbemerkung der Bundesregierung verwiesen. Zusätzlich wird darauf hingewiesen, dass Kommunikationskampagnen häufig medienübergreifend entwickelt und durchgeführt werden. Daher ist es entgegen der Fragestellung teilweise nicht möglich, Kosten nach Medium und Agentur aufzuschlüsseln. Solche Kosten sind im Folgenden gesondert angegeben. Der Wortlaut der Fragestellung ist auf Schaltmaßnahmen gerichtet. Es wurden daher nur Informationsmaßnahmen beziehungsweise Kampagnen berücksichtigt, bei denen solche Schaltmaßnahmen im Vordergrund stehen. In diesem Sinne können für das Jahr 2024 folgende Angaben zu Gesamtkosten für Schaltungen gemacht werden: Es sind nur Ausgaben (inklusive Agenturhonorare/Kreation) für Schaltungen im Jahr 2024 angegeben.

Summe (inklusive Agenturhonorare/Kreation)	Medium	Agenturen
29.959.341 Euro	Online	neues handeln AG, CeeCee, Cosmonauts & Kings GmbH, detektor.fm (BEBE Medien), iRights.Lab GmbH, IW Medien GmbH, Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG, Mediascale GmbH & Co. KG, neues handeln AG, Peperoni Werbe- und PR- Agentur GmbH, plus B GmbH, POOLgroup GmbH / Jung von Matt AG, Ressourcenmangel, Super an der Spree GmbH, SYZYGY Performance Marketing GmbH, TRFI TÜV Rheinland, Zum goldenen Hirschen
6.195.563 Euro	Print	neues handeln AG, BOXXCO GmbH, Cosmonauts & Kings GmbH, ifok GmbH, Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG, Peperoni Werbe- und PR- Agentur GmbH, Ressourcenmangel, Zum goldenen Hirschen
384.733 Euro	TV	Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG
8.532.305 Euro	Außenwerbung	brinkertlück, Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG, Ressourcenmangel, SYZYGY Performance Marketing GmbH
3.104.581 Euro	Hörfunk	ifok GmbH, Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG, Point of Listening (via Mediaplus)

Summe (inklusive Agenturhonorare/Kreation)	Medium	Agenturen
617.042 Euro	Kino	Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG, Ressourcenmangel
51.806.419 Euro	medienübergreifend	365 Sherpas/TLGG, neues handeln AG, BOROS GmbH, Brandstifter AG, Cosmonauts & Kings GmbH, familie redlich, fischerAppelt AG, ifok GmbH, Init GmbH, INFO GmbH Markt- und Meinungsforschung, Mediafabrik, Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co. KG, Mediascale GmbH & Co. KG, neues handeln AG, Peperoni Werbe- und PR- Agentur GmbH, Scholz & Friends Berlin GmbH SYZYGY Performance Marketing GmbH, TRFI TÜV Rheinland, wpr Communication GmbH, YeaHR! GmbH, Zum goldenen Hirschen

Hinweis BMFTR (BMBF):

Das BMFTR (zuvor BMBF) unterscheidet zwischen Öffentlichkeitsarbeit und Fachinformation. Der in der Fragestellung zitierte Bericht zu den „Öffentlichkeitsmaßnahmen der Bundesregierung“ enthält nur diejenigen Maßnahmen, die als Öffentlichkeitsarbeit geführt werden. Fachinformationen sind hingegen nicht enthalten. Im Sinne der Fragestellung wurden zu den Fragen 2 und 3 deshalb über den Bericht hinausgehende Angaben gemacht.

Hinweis BMVg:

Aufgrund der Struktur des Rahmenvertrages BMVg zur Arbeitgeberkommunikation können die hier abgefragten Kosten, ausschließlich für Nachwuchswerbung (Agenturhonorare und Kreativkosten), nicht hinreichend differenziert abgebildet werden. Eine Aufschlüsselung gemäß der Fragestellung wird im BMVg nicht geführt.

4. Plant die Bundesregierung Informationsmaßnahmen, Kampagnen, Anzeigen und Werbung, welche für das Jahr 2025 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, geplante Anzeige, geplante Kampagne oder Informationsmaßnahme, Bundesministerium und potenzielle Kosten auflisten)?
 - b) Wenn nein, warum nicht (bitte erläutern, weshalb keine Informationsmaßnahmen, Kampagnen und Anzeigen durch die Bundesregierung geplant sind)?

Die Kontrollkompetenz des Parlaments erstreckt sich grundsätzlich nur auf bereits abgeschlossene Vorgänge und umfasst nicht die Befugnis, in laufende Ver-

handlungen und Entscheidungsvorbereitungen einzugreifen (BVerfGE 124, 78 [121]; 137, 185 [234 f.]).

5. Nutzte die Bundesregierung für die Verbreitung ihrer Informationen oder ihrer Kampagnen für das Jahr 2024 (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 Thema respektive Kampagnen aufschlüsseln)?
 - c) Wenn nein, warum nicht?

Die Bundesregierung nutzt verschiedene Kommunikationswege, um ihren verfassungsmäßigen Informationsauftrag zu erfüllen. Die Auswahl der Wege 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 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 den nachfolgenden Tabellen zu den Fragen 5a bis 5c entnommen werden.

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.

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

Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)	Influencer
2024	Fachkräfte	63.242 €	@evamariakeilbach, @siggi_hoffmann, @lucielectric, @Tarek0807
2024	Energiewechsel	22.950 €	@unsere_kleine_ruine, @Dachdeckerin_chiara, @kai_matzen_zimmerei

Bundesministerium der Finanzen (BMF)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)	Influencer
2024	Fehlannonce		

Bundesministerium des Innern und für Heimat (BMI)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)	Influencer
2024	„Hier fürs Wir – Zusammen für mehr Respekt“ - Respekt- kampagne für Poli- zei und Rettungs- kräfte	Einzelbetrag wird we- gen Wahrung des Geschäftsgeheimnisses nicht genannt	Luis Teichmann

Auswärtiges Amt (AA)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)	Influencer
2024	Fehlannonce		

Hinweis: Die Auslandsöffentlichkeitsarbeit ist in den Angaben nicht erfasst.

Bundesministerium der Justiz (BMJ)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)	Influencer
2024	Bürokratieabbau, Rechtsstaat	6.948 €	Conny from the block, Emulation, Herr Schmelzer

Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)	Influencer
2024	Fehlannonce		

Bundesministerium der Verteidigung (BMVg)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)	Influencer
2024	Fehlanzeige		

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)	Influencer
2024	Fehlanzeige		

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)	Influencer
2024	„Pflege kann was“	9.996 €	John Lopes, Tessniem Kadiri, Dominik Stark
2024	Bündnis für die junge Generation Ideenpreis	26.483 €	Anna-Valentina Pleßnar, Elena Handtrack, Matilda Jelitto, Maximilian Rogall, Kira Geiss
2024	Hilfetelefon „Schwangere in Not“	15.335 €	Britta Kiwit, Honey-yhanniii, Grosse-schwestersarah
2024	„Schieb Deine Verantwortung nicht weg!“ (Kampagne gegen Missbrauch an Kindern und Jugendlichen) *(ein Verweis dazu steht unterhalb der Tabelle)	2.043 €	diverse

*(Verweis: UBSKM)

Bundesministerium für Gesundheit (BMG)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)	Influencer
2024	Fehlanzeige		

Bundesministerium für Digitales und Verkehr (BMDV)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)	Influencer
2024	Fehlannonce		

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)	Influencer
2024	Fehlannonce		

Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)	Influencer
2024	BAföG-Infokampagne	95.000 €	@aliciajoe, @jerome.1011, @schule.tipps, @raphi, @justsayeleonor, @dieseroskar, @laurinspire, @luisnewton_, @wissensbert, @deradriaaaaan, @breakinglab, @laraemilyofficial
2024	Berufenavi	Einzelbetrag wird wegen Wahrung des Geschäftsgeheimnisses nicht genannt	@klarerkevin

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)	Influencer
2024	Social-Media-Aktion zum Internationalen Tag der Menschen mit Behinderung am 03.12. / Inklusion/ Vorbereitung Global Disability Summit 2025	20.885 €	Mr. Blindlife (@mr.blindlife), Felix Pahn (@feliixthegoat)

Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen (BMWSB)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)	Influencer
2024	Fehlanzeige		

Bundeskanzleramt (inklusive Beauftragte)			
Jahr	Kampagne/Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)	Influencer
2024	Information zum Thema Rassismus im Vorfeld der Fußball-EM	10.899 €	Jannik Singpiel, Athanasios Kotsabassidis, Aylin Yaren, Samuel Weller, Younes Zarou

Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (BPA)			
Jahr	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)	Influencer
2024	Fehlanzeige		

6. Welche waren die durch die Bundesregierung beworbenen Themen respektive Kampagnen oder Informationsmaßnahmen für das Jahr 2024 vom 1. Januar bis zum 31. Dezember (bitte nach Höhe des finanziellen Aufwandes und dem auftraggebenden Bundesministerium beziehungsweise der Bundesbehörde aufschlüsseln)?

Die Bundesregierung führte im Jahr 2024 die in den nachfolgenden Tabellen zu Frage 6 genannten Informationsmaßnahmen, Kampagnen und Anzeigen durch. Nicht alle in den Tabellen genannten Kosten sind im gleichen Haushaltsjahr kassenwirksam geworden. Der Abrechnungszeitraum kann hier variieren und sowohl das Vor- als auch Folgejahr betreffen.

Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK)	
Kampagne/Thema/Informationsmaßnahme im Jahr 2024	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)
Fachkräfte	1.873.083 €
Grüne Industrie	1.472.363 €
Klimaschutzverträge	557.475 €
Start-Up	246.552 €
Corona-Hilfen Schlussabrechnung	157.682 €
Make it in Germany	2.773.855 €
Energiewechsel	9.870.237 €
Kultur- und Kreativwirtschaft	616.483 €

Bundesministerium der Finanzen (BMF)	
Kampagne/Thema/Informationsmaßnahme im Jahr 2024	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)
„Sie haben was gut. Weniger Steuern“ (Steuererleichterungen beim Inflationsausgleichsgesetz)	527.639 €
15 Jahre Schuldenbremse	33.954 €
Finanzbildungsfestival und finanzielle Bildung	331.254 €

Bundesministerium des Innern und für Heimat (BMI)	
Kampagne/Thema/Informationsmaßnahme im Jahr 2024	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)
Bundesweite Kampagne: Arbeitgeberdachmarke für die Bundesregierung	135.435 €
Respektkampagne für Polizei- und Rettungskräfte. Bürgerdialogreihe „Hier fürs Wir – Zusammen für mehr Respekt“	113.354 €
„Deine Gesellschaft zählt“ – Video-Kampagne zur Stärkung des Ehrenamts	1.000.000 €

Auswärtiges Amt (AA)	
Kampagne/Thema/Informationsmaßnahme im Jahr 2024	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kurationskosten)
Aktuelle Themen und Herausforderungen der deutschen Außenpolitik	2.920 €
Grüßworte zu Rosch Haschana	4.027 €
Arbeitgeberprofil (360 Grad Employer Brand Paket Verlag C.H.Beck)	5.397 €

Hinweis: Die Auslandsöffentlichkeitsarbeit ist in den Angaben nicht erfasst.

Bundesministerium der Justiz (BMJ)	
Kampagne/Thema/Informationsmaßnahme im Jahr 2024	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kurationskosten)
Bürokratieabbau	106.438 €
Pessach (Anzeige Jüdische Allgemeine)	812 €
Rosch Haschana (Anzeige Jüdische Allgemeine)	2.992 €
Bewerbung Fritz Bauer Studienpreis (Anzeige im Fritz Bauer Bulletin)	536 €

Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS)	
Kampagne/Thema/Informationsmaßnahme im Jahr 2024	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kurationskosten)
Bundesinitiative Barrierefreiheit	1.359.142 €
Civic Innovation	260.923 €
Dachkampagne „Unser Land in Arbeit“	1.993.410 €
Fachkräftepreis	205.458 €
Job-Turbo	603.257 €
Infokampagne Lieferkettengesetz	1.343.238 €
Initiative Neue Qualität der Arbeit (INQA)	5.460 €

Bundesministerium der Verteidigung (BMVg)	
Kampagne/Thema/Informationsmaßnahme im Jahr 2024	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kurationskosten)
Zielgruppenorientierte personalwerbliche Kampagnenmotive	34.968.042 €

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL)	
Kampagne/Thema/Informationsmaßnahme im Jahr 2024	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)
Informationsoffensive zu Jodsalz	90.699 €* (ein Verweis dazu steht unterhalb der Tabelle)
Torrfrei gärtner! ((Fach- und Verbraucherinformation zu den Eigenschaften und Einsatzmöglichkeiten von Torfersatz))	338.139 €
Informationsoffensive EU-Bio-Logo	6.572.124 €
Zu gut für die Tonne! (Informationsinitiative gegen Lebensmittelverschwendung)	94.073 €
Informationsoffensive zur Bio-Zertifizierung in der Außer-Haus-Verpflegung	347.542 €
Informationsoffensive zur Einführung einer verpflichtenden Tierhaltungskennzeichnung (Information für Verbraucherinnen und Verbraucher)	900.220 €
Online-Anzeigenschaltung zur BMEL-Präsenz in Halle 23A auf der Internationalen Grünen Woche 2024	17.577 €
Print-Einzelschaltung zum jüdischen Neujahrsfest Rosch Haschana	893 €
Beilagenschaltung Forschungsfelder 1/2024: DerWald – Alles dreht sich um ihn	43.070 €

* (Verweis: Die Anzeigenschaltung Informationsoffensive zu Jodsalz lief in Teilen jahresübergreifend. So wurde dieselbe Anzeige im Jahr 2023 und im Jahr 2024 geschaltet. Eine detaillierte Zuteilung der Kosten auf die jeweiligen Jahre ist nicht möglich. Daher beinhaltet der in der Tabelle stehende Gesamtwert auch Kosten, die für Anzeigenschaltungen aus 2023 angefallen sind).

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ)	
Kampagne/Thema/Informationsmaßnahme im Jahr 2024	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)
Kampagne „Pflege kann was“ – Informationen zu Pflegeausbildung und Pflegestudium	826.550 €
Hilfetelefon Gewalt gegen Frauen	228.128 €
Strategie gegen Einsamkeit	31.146 €
Kampagne „Schieb Deine Verantwortung nicht weg!“ (Gemeinsame Kampagne mit UBSKM gegen Missbrauch an Kindern und Jugendlichen)	754.050 €

Bundesministerium für Gesundheit (BMG)	
Kampagne/Thema/Informationsmaßnahme im Jahr 2024	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)
Kampagne „elektronische Patientenakte (ePA) für alle“	2.528.365 €
Kampagne „Cannabis: Legal, aber...“	1.263.017 €

Bundesministerium für Gesundheit (BMG)	
Kampagne/Thema/Informationsmaßnahme im Jahr 2024	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)
Kampagne „Long COVID bei Kindern und Jugendlichen“	282.828 €
Kampagne „Impfschutz aktuell?“	999.660 €
Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit im Kontext des Pflegenetzwerk Deutschlands	964.282 €

Bundesministerium für Digitales und Verkehr (BMDV)	
Kampagne/Thema/Informationsmaßnahme im Jahr 2024	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)
Dont't drive high	16.977 Euro
5G	47.000 Euro
Deutscher Mobilitätspreis	8.817 € (ohne MwSt.)
www.bimdeutschland.de (BIM Deutschland)	3.690 Euro
LinkedIn BIM Deutschland	0 Euro
Smart Country Convention	415 Euro
BIM World München 2024	0 Euro
BIM - Newsletter 06/2024	19 Euro
BIM - Newsletter 07/2024	19 Euro
BIM - Newsletter 08/2024	19 Euro
BIM - Newsletter 09/2024	19 Euro
BIM - Newsletter 11/2024 (10/2024)	19 Euro
Beirat BIM Deutschland: Positionspapier zur Digitalisierung im Bauwesen	0 Euro

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV)	
Kampagne/Thema/Informationsmaßnahme im Jahr 2024	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)
Aktionsprogramm Natürlicher Klimaschutz	1.420.807 €
Wasserstrategie	1.523.696 €
Mülltrennung/Abfallvermeidung/Circular Economy EURO 2024	32.806 €

Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF)	
Kampagne/Thema/Informationsmaßnahme im Jahr 2024	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)
AFBG	93.585 €
Alphabetisierungskampagne	1.304.948 €
BAföG	735.006 €
Berufenavi	28.985 €
bmbf.de	127.983 €
Die Duale	2.976.445 €
MINT	88.881 €
Wissenschaftsjahr	22.337 €
Zukunftsenergien	15.468 €

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ)	
Kampagne/Thema/Informationsmaßnahme im Jahr 2024	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)
Informationsmaßnahmen zu Themen der Entwicklungszusammenarbeit	271.007 €
BMZ-Informationskampagne „Darum Internationale Entwicklungszusammenarbeit“	573.112 €

Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen (BMWSB)	
Kampagne/Thema/Informationsmaßnahme im Jahr 2024	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)
Sozialer Wohnungsbau	473.372 €

Bundeskanzleramt (inklusive Beauftragte)	
Kampagne/Thema/Informationsmaßnahme im Jahr 2024	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)
Bewerbung öffentlicher Veranstaltungen gemäß Bericht der ÖA-Maßnahmen „Wie funktioniert die Finanzierung der Zukunft?“, „Was bewegt die Menschen in Jena?“ und „Was bewegt die Menschen in Ludwigslust?“	5.038 €
Einbürgerung	18.722 €
Communitybasierte Antirassismus-Beratung	9.934 €
Informationskampagne für ausländische Saisonarbeitskräfte	2.461 €

Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (BPA)	
Kampagne/Thema/Informationsmaßnahme	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)
75 Jahre Grundgesetz	2.356.675 €
Podcast „Aus Regierungskreisen“	61.607 €
Grußwort zu „Rosch Haschana“	2.492 €
Anzeige im Ballbegleiter des Bundespresseballs	3.154 €

7. Haben die Bundesministerien und ihre nachgeordneten Behörden Mediaagenturen im Jahr 2024 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)?

Es wird auf die Vorbemerkung der Bundesregierung verwiesen. Insbesondere ist aufgrund der Kürze des für die Beantwortung zur Verfügung stehenden Zeitraums der nachgeordnete Bereich in den Angaben nicht enthalten. Die Bundesregierung ließ im Jahr 2024 die in den nachfolgenden Tabellen zu Frage 7 genannten Informationsmaßnahmen, Kampagnen und Anzeigen durch Mediaagenturen planen.

Damit wird die Frage gemäß der Bitte der Fragesteller in ihrer Vorbemerkung beantwortet, die lautet: „Die Fragesteller weisen auf die umfangreichen Antworten der Bundesregierung auf Bundestagsdrucksachen 20/11327, 20/6676 sowie 19/21280 hin und bitten um die Fortsetzung der Form der Auflistungen der neu gewählten Bundesregierung im Rahmen der Antworten der Bundesregierung in den oben aufgeführten Drucksachen.“

Ergänzend wird darauf hingewiesen, dass der Fragewortlaut wiederholt von den Fragestellern verwendet wurde, aber fachlich schwer nachvollziehbar, uneindeutig und daher auslegungsbedürftig ist. Denn reine Mediaagenturen sind im Kern mit der Schaltung von Anzeigen befasst. Die inhaltliche oder grafische Erstellung von Beiträgen und/oder Posts auf den Kanälen der Bundesministerien/Bundesregierung, ist in der Regel nicht von den Aufgaben der Mediaagenturen umfasst.

Hinweis: Es werden die reinen Schaltkosten inklusive MwSt. (ohne Agenturhonorare, ohne Kreativekosten) für Maßnahmen angegeben. Bei der Darstellung der Kosten konnten Stellenanzeigen teilweise nur uneinheitlich berücksichtigt werden.

Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK)			
Datum	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)	Mediaagenturen
2024	Fehlanzeige		

Bundesministerium der Finanzen (BMF)			
Datum	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativungskosten)	Mediaagenturen
Januar 2024	„Sie haben was gut. Weniger Steuern“ (Steuererleichterungen beim Inflationausgleichsgesetz)	31.712 €	Mediaplus Gruppe für Innovative Media GmbH & Co. KG
Mai 2024	Finanzbildungsfestival und finanzielle Bildung	94.304 €	Mediascale GmbH & Co. KG

Bundesministerium des Innern und für Heimat (BMI)			
Datum	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativungskosten)	Mediaagenturen
24.09.2024	Ehrenamt	993.000 €	Mediascale GmbH & Co. KG
August 2024	PuR	40.158 €	Mediaplus Gruppe für Innovative Media GmbH & Co. KG
15.05.2023 (fortlaufend bis in 2024)	Arbeitgebermarke	135.435 €	YeaHR! GmbH

Auswärtiges Amt (AA)			
Datum	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativungskosten)	Mediaagenturen
2024	Fehlanzeige		

Hinweis: Die Auslandsöffentlichkeitsarbeit ist in den Angaben nicht erfasst.

Bundesministerium der Justiz (BMJ)			
Datum	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)	Mediaagenturen
Mai bis August 2024	Rechtsstaat	46.082 €	Mediaplus Gruppe für Innovative Media GmbH & Co. KG

Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS)			
Datum	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)	Mediaagenturen
März 2024	Bundesinitiative Barrierefreiheit	21.245 €	fischerAppelt AG
März, Juli 2024	Job-Turbo	59.498 €	fischerAppelt AG
Juni 2024	Infokampagne Lieferkettengesetz	114.475 €	fischerAppelt AG
Juli 2024	Fachkräftepreis	30.890 €	fischerAppelt AG
September 2024	Dachkampagne „Unser Land in Arbeit“	100.000 €	SYZYGY Performance Marketing GmbH
Oktober 2024	Initiative Neue Qualität der Arbeit (INQA)	6.497 €	fischerAppelt AG

Bundesministerium der Verteidigung (BMVg)			
Datum	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)	Mediaagenturen
2024	Zielgruppenorientierte personalwerbliche Kampagnenmotive	34.968.042 €	Castenow GmbH / Cross-media GmbH

Hinweis: Für das BMVg handelt es sich dabei ausschließlich um Arbeitgeberkommunikation (Nachwuchswerbung).

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL)			
Datum	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)	Mediaagenturen
08.09.2023	Informationsoffensive zu Jodsalz	90.699 €** (ein Verweis dazu steht unterhalb der Tabelle)	SYZYGY Performance Marketing GmbH
28.03.2024	Torffrei gärtnern! (Fach- und Verbraucherinformation zu den Eigenschaften und Einsatzmöglichkeiten von Torfersatz)	68.001 €	SYZYGY Performance Marketing GmbH
14.08.2024	Zu gut für die Tonne! (Informationsinitiative gegen Lebensmittelverschwendung)	94.073 €	SYZYGY Performance Marketing GmbH
20.06.2024	Informationsoffensive EU-Bio-Logo	148.750 €	Mediaplus Gruppe für Innovative Media GmbH & Co. KG

* (Verweis: Die Anzeigenschaltung Informationsoffensive zu Jodsalz lief in Teilen jahresübergreifend. So wurde dieselbe Anzeige im Jahr 2023 und im Jahr 2024 geschaltet. Eine detaillierte Zuteilung der Kosten auf die jeweiligen Jahre ist nicht möglich. Daher beinhaltet der in der Tabelle stehende Gesamtwert auch Kosten, die für Anzeigenschaltungen aus 2023 angefallen sind).

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ)			
Datum	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)	Mediaagenturen
12.05.2024	„Pflege kann was“	743.250 €	Mediaplus Gruppe für Innovative Media GmbH & Co. KG
01.07.2024	Hilfetelefon „Schwangere in Not“	132.271 €	Mediaplus Gruppe für Innovative Media GmbH & Co. KG

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ)			
Datum	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativungskosten)	Mediaagenturen
01.09.2024	„Schieb Deine Verantwortung nicht weg!“ (Kampagne gegen Missbrauch an Kindern und Jugendlichen) *(ein Verweis dazu steht unterhalb der Tabelle)	Online-Kosten können nicht separat ausgewiesen werden	Wigwam
02.12.2024	Strategie gegen Einsamkeit	31.146 €	Mediaplus Gruppe für Innovative Media GmbH & Co. KG

* (Verweis: UBSKM)

Bundesministerium für Gesundheit (BMG)			
Datum	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativungskosten)	Mediaagenturen
07.10.2024	ePA für alle	117.927 €	Mediascale GmbH & Co. KG
10.07.2024	Cannabis: Legal, aber	74.933 €	Mediascale GmbH & Co. KG
03.01.2024	Hinweise zu Veranstaltungen im Kontext der Pflegeversicherung und -stärkung, Informationen zu aktuellen Praxisdialogen des Pflegenetzwerk Deutschlands	161.551 €	LinkedIn, Facebook

Bundesministerium für Digitales und Verkehr (BMDV)			
Datum	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativungskosten)	Mediaagenturen
28.08.2024	Tunnelsicherheit	50.030 €	Brandstifter AG
15.06. bis 17.07.2024	Tunnelsicherheit	14.426 €	Scholz & Friends Berlin GmbH
04.01. bis 30.10.2024	Deutschland spricht über 5G (SoMe)	42.000 €	Scholz & Friends Berlin GmbH

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV)			
Datum	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativungskosten)	Mediaagenturen
07.11.2024	Wasserstrategie	23.798 €	Mediaplus Gruppe für Innovative Media GmbH & Co. KG

Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF)			
Datum	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativungskosten)	Mediaagenturen
2024	Fehlanzeige		

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ)			
Datum	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativungskosten)	Mediaagenturen
Oktober 2024	„Darum Internationale Entwicklungszusammenarbeit“	29.991 €	Mediascale GmbH & Co. KG

Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen (BMWSB)			
Datum	Kampagne/Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativungskosten)	Mediaagenturen
27.06.2024	Sozialer Wohnungsbau	22.960 €	Mediaplus Gruppe für Innovative Media GmbH & Co. KG

Bundeskanzleramt (inklusive Beauftragte)			
Datum	Kampagne/Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inklusive MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativungskosten)	Mediaagenturen
01.03.2024	KulturPass	10.111,36 €	Mediaplus Gruppe für Innovative Media GmbH & Co. KG
01.03.2024	KulturPass	303.935,20 €	SYZYGY Performance Marketing GmbH
Juli 2024	Einbürgerung	3.883 €	SYZYGY Performance Marketing GmbH
November 2024	Communitybasierte Antirassismus-Beratung	3.311 €	SYZYGY Performance Marketing GmbH

8. Wann wird der nächste Bericht zu den „Öffentlichkeitsmaßnahmen der Bundesregierung“ für das erste Halbjahr 2025 (vom 1. Januar bis zum 30. Juni) veröffentlicht?

Das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung beabsichtigt, den Bericht zu den Öffentlichkeitsmaßnahmen der Bundesregierung für das erste Halbjahr 2025 im zweiten Halbjahr 2025 zu veröffentlichen.

