

Kleine Anfrage

der Abgeordneten Sebastian Maack, Martin Reichardt, Birgit Bessin, Gereon Bollmann, Dr. Götz Frömming, Kerstin Przygodda, Angela Rudzka, Dr. Anna Rathert, Christian Zaum, Nicole Höchst, Beatrix von Storch, Jan Feser, Tobias Ebenberger, Martina Kempf, Otto Strauß, Claudia Weiss, Lukas Rehm, Johann Martel und der Fraktion der AfD

PR-Agenturen und das Bundesministerium für Bildung, Familie, Senioren, Frauen und Jugend

Das Bundesministerium für Bildung, Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMBFSFJ) bzw. das zuvor noch nicht den Bereich Bildung umfassende Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend hat in den vergangenen Jahren PR-Agenturen für ihre Öffentlichkeitsarbeit genutzt (<https://pr-journal.de/nachrichten/etats/27179-bmfsfj-waehlt-365-sherpas-und-tlgg-als-neue-rahmenagenturen-fuer-oeffentlichkeitsarbeit-aus.html>; www.new-business.de/_rubric/detail.php?rubric=KOMMUNIKATION&nr=828312).

Dies wirft nach Ansicht der Fragesteller die Problematik der damit verbundenen Ausgaben, Informationsflüssen und möglicher Einflussnahmen auf.

Wir fragen die Bundesregierung:

1. Welche PR-Agenturen waren seit 2018 für das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend bzw. das BMBFSFJ tätig und wie hoch waren die Ausgaben (bitte in Jahresscheiben angeben, nach Haushaltstitel und aufgeschlüsselt auf die jeweilige Agentur)?
2. Mit welchen Aufgaben waren die unter 1. erfragten PR-Agenturen betraut und inwiefern haben sie sich seit 2018 ggf. verändert?
3. Ist es weiterhin zutreffend, wie in der Ausschreibung angegeben, dass eine einmalige Verlängerung der 2025 beauftragten PR-Agentur Fischer Appelt um zwei Jahre möglich sei, oder trifft der Medienbericht zu, der Rahmenvertrag sei auf zwei Jahre angelegt mit der Möglichkeit auf zweimalige Verlängerung ([https://ausschreibungen-deutschland.de/2202038_Deutschland_Oeffentlichkeitsarbeit_Rahmenvereinbarung_zur_Unterstuetzung_der_2024_Berlin_5.1.1.](https://ausschreibungen-deutschland.de/2202038_Deutschland_Oeffentlichkeitsarbeit_Rahmenvereinbarung_zur_Unterstuetzung_der_2024_Berlin_5.1.1.;); www.new-business.de/_rubric/detail.php?rubric=KOMMUNIKATION&nr=828312)?
4. Welche Ausgaben für PR-Agenturen veranschlagt das BMBFSFJ für den Themenbereich Bildung, um den das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend 2025 erweitert wurde, bzw. welche fielen in diesem Bereich bislang für welche Aufgaben an?
5. Inwieweit nehmen die vom Ministerium beauftragten PR-Agenturen koordinierende Aufgaben bezüglich der PR-Strategie des Ministeriums wahr,

welche Beispiele gibt es ggf. hierfür und inwiefern hat es ggf. in dieser Hinsicht seit 2018 Veränderungen gegeben?

6. 6. Inwiefern haben vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend bzw. dem BMBFSFJ beauftragte PR-Agenturen seit 2018 ggf. Aufträge realisiert, die „über Dritte (in der Regel Zuwendungsempfänger/ Zuwendungsempfängerinnen) realisiert werden“, wie es in der Ausschreibung formuliert ist (vgl. Link in Frage 3, bitte ggf. die Aufträge, die damit verbundenen Ausgaben und die Gründe hierfür benennen)?
7. Wie ist die Zusammenarbeit zwischen dem Ministerium, der beauftragten PR-Agentur und Zuwendungsempfängern organisiert und inwiefern hat es ggf. in dieser Hinsicht seit 2018 Veränderungen gegeben?
8. Wie wird ggf. sichergestellt, dass Zuwendungsempfänger in ihren Stellungnahmen zu Gesetzesentwürfen des Ministeriums nicht von den PR-Agenturen beeinflusst werden, die für Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend bzw. das BMBFSFJ seit 2018 tätig sind bzw. schließt das Ministerium eine solche Einflussnahme ausdrücklich aus?

Berlin, den 20. März 2026

Dr. Alice Weidel, Tino Chrupalla und Fraktion

Vorabfassung - wird durch die lektorierte Version ersetzt.