Deutscher Bundestag **Drucksache 21/8228**

21. Wahlperiode 28.09.2026

Kleine Anfrage

der Abgeordneten Rocco Kever, Matthias Rentzsch, Denis Pauli, Johann Martel, Dr. Michael Espendiller und der Fraktion der AfD

Projekt „Klimafasten 2025 Social Media Kampagne zur Klima-Challenge“

Im Transparenzportal des Bundes ist unter der IATI (International Aid Transparency Initiative)-Maßnahmen-ID DE-1-202412054-110871 das Projekt „Klimafasten 2025 Social Media Kampagne zur Klima-Challenge“ aufgeführt (vgl. www.transparenzportal.bund.de/de/detailsuche/DE-1-202412054-110871?title=social+media&tab=list).

Als Maßnahmenbeschreibung wird angegeben, dass das Förderprogramm „Engagiert die Welt gestalten (Engagiert)“ Kleinprojekte zivilgesellschaftlicher Organisationen fördert, die entwicklungspolitische Bildungsvorhaben in Deutschland umsetzen (ebd.). Ziel sei es unter anderem, die Öffentlichkeit über entwicklungspolitische Themen aufzuklären und zum Handeln für eine nachhaltigere Welt zu motivieren (ebd.).

Das konkrete Vorhaben wurde vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) mit einem Zuschuss von 4 687,50 Euro finanziert (ebd.). Als Durchführungsorganisation wird die Engagement Global gGmbH, als Umsetzungspartner das Evangelische Dekanat Darmstadt genannt (ebd.). Die Maßnahme lief vom 17. Februar 2025 bis zum 23. Mai 2025 und ist inzwischen beendet (ebd.).

Als Sektor wird die Maßnahme zu 100 Prozent dem Bereich „Förderung des Entwicklungsbewusstseins“ zugeordnet und dem SDG (Sustainable Development Goal) 4 „Hochwertige Bildung“ zugerechnet (ebd.).

Wir fragen die Bundesregierung:

1. Welche konkreten entwicklungspolitischen Ziele wurden mit dem Projekt „Klimafasten 2025 Social Media Kampagne zur Klima-Challenge“ verfolgt (vgl. Vorbemerkung der Fragesteller)?
2. Welche konkreten entwicklungspolitischen Inhalte wurden im Rahmen der Social-Media-Kampagne vermittelt (vgl. Vorbemerkung der Fragesteller)?
3. Welche konkreten Bezüge zu Entwicklungsländern, Entwicklungszusammenarbeit oder globalen entwicklungspolitischen Zusammenhängen wurden in der Kampagne hergestellt (vgl. Vorbemerkung der Fragesteller)?
4. Wie viele Personen sollten mit der Kampagne erreicht werden, und wie viele Personen wurden tatsächlich erreicht (vgl. Vorbemerkung der Fragesteller)?
5. Auf welche Posten teilen sich die 4 687,50 Euro auf (vgl. Vorbemerkung der Fragesteller)?

6. Wurde die Finanzierung des Projekts vor Beginn anhand messbarer Kriterien auf ihre entwicklungspolitische Wirksamkeit und Wirtschaftlichkeit geprüft (vgl. Vorbemerkung der Fragesteller)?
7. Wurde nach Abschluss des Projekts eine Erfolgskontrolle oder Evaluation durchgeführt (vgl. Vorbemerkung der Fragesteller), und wenn ja, mit welchem Ergebnis?
8. Welche konkreten messbaren Ergebnisse wurden durch die Förderung erzielt (vgl. Vorbemerkung der Fragesteller)?
9. Welche haushaltsrechtliche Grundlage beziehungsweise welcher Titel im Bundeshaushalt diente zur Finanzierung der Maßnahme (vgl. Vorbemerkung der Fragesteller)?

Berlin, den 24. September 2026

Dr. Alice Weidel, Tino Chrupalla und Fraktion

Gesamtherstellung: H. Heenemann GmbH & Co. KG, Buch- und Offsetdruckerei, Bessemerstraße 83–91, 12103 Berlin, www.heenemann-druck.de
Vertrieb: Bundesanzeiger Verlag GmbH, Postfach 10 05 34, 50445 Köln, Telefon (02 21) 97 66 83 40, Fax (02 21) 97 66 83 44, www.bundesanzeiger-verlag.de
ISSN 0722-8333