

Kleine Anfrage

des Abg. Lars Patrick Berg AfD

und

Antwort

des Ministeriums für Inneres, Digitalisierung und Migration

Anzeigen in der Presse durch die Landesregierung

Kleine Anfrage

Ich frage die Landesregierung:

1. Hat sie vom 1. Januar 2011 bis 31. Dezember 2015 Anzeigen in Medien in Baden-Württemberg getätigt?
2. Haben einzelne Ministerien vom 1. Januar 2011 bis 31. Dezember 2015 Anzeigen in Medien in Baden-Württemberg getätigt?
3. Wenn ja, in welchem finanziellen Umfang fand diese Anzeigentätigkeit aufgesplittert nach Jahren im o. g. Zeitraum statt?
4. Welche Inhalte hatten die Anzeigen ggf. im Einzelnen?
5. Welche Auswahlkriterien gibt es ggf. bei der Anzeigenschaltung in Bezug auf die Medien?
6. Lagen die Kosten für die Anzeigen ggf. im angemessenen und üblichen Kostenrahmen?
7. Um welche Medien hat es sich – aufgesplittert pro Jahr – im o. g. Zeitraum ggf. gehandelt?
8. Wird sie ggf. (auch) zukünftig Anzeigen schalten?

27.06.2016

Berg AfD

Begründung

Laut Mediendienst kress.de und der Wochenzeitung JUNGE FREIHEIT soll die Bundesregierung zwischen 2013 und 2015 mindestens 33,7 Millionen Euro für Anzeigen in den Leitmedien ausgegeben haben. Vermutlich sei die Summe höher, da nicht alle Bundesministerien gegenüber kress.de geantwortet haben sollen. Die Kleine Anfrage soll aufzeigen, ob diese Form der Medienanzeigen auch in Baden-Württemberg stattfindet.

Antwort*)

Mit Schreiben vom 15. August 2016 Nr. L-VOLZ beantwortet das Ministerium für Inneres, Digitalisierung und Migration im Einvernehmen mit dem Staatsministerium, dem Ministerium für Finanzen, dem Ministerium für Kultus, Jugend und Sport, dem Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst, dem Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft, dem Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau, dem Ministerium für Soziales und Integration, dem Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz, dem Ministerium der Justiz und für Europa und dem Ministerium für Verkehr die Kleine Anfrage wie folgt:

Vorbemerkung:

Nach Auffassung der Landesregierung umfasst der Begriff „Anzeigen“ in Printmedien erscheinende Inserate.

Die Landesverwaltung schaltet im Rahmen ihrer laufenden Geschäftstätigkeit regelmäßig Anzeigen zur Ausschreibung von Personalstellen, zur Würdigung verstorbener (ehemaliger) Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie zur Ausschreibung öffentlicher Aufträge. Die Anzeigen sind notwendig, um die gesetzlichen Bekanntmachungspflichten der öffentlichen Verwaltung zu erfüllen und den Dienstbetrieb zu ermöglichen.

Die folgende Antwort bezieht sich nicht auf diese laufenden Anzeigen, sondern nur auf solche, die von der Landesregierung zusätzlich im Zeitraum vom 1. Januar 2011 bis 31. Dezember 2015 geschaltet wurden. Der nachgeordnete Bereich der Ministerien ist dabei nicht erfasst.

1. *Hat sie vom 1. Januar 2011 bis 31. Dezember 2015 Anzeigen in Medien in Baden-Württemberg getätigt?*
2. *Haben einzelne Ministerien vom 1. Januar 2011 bis 31. Dezember 2015 Anzeigen in Medien in Baden-Württemberg getätigt?*

Zu 1. und 2.:

Ja. In dem genannten Zeitraum wurden Anzeigen in den Medien in Baden-Württemberg getätigt.

*) Der Überschreitung der Drei-Wochen-Frist wurde zugestimmt.

3. *Wenn ja, in welchem finanziellen Umfang fand diese Anzeigentätigkeit aufgesplittert nach Jahren im o. g. Zeitraum statt?*

Zu 3.:

Die nachfolgend genannten Beträge sind Brutto-Beträge:

2011:	78.073,32 Euro
2012:	183.520,36 Euro
2013:	141.996,40 Euro
2014:	46.708,31 Euro
2015:	419.070,20 Euro

4. *Welche Inhalte hatten die Anzeigen ggf. im Einzelnen?*

Zu 4.:

Die Anzeigen hatten folgende Inhalte:

- Einladung zu Bürgerempfangen,
- Grußwort und Brief des Ministerpräsidenten an die Landesbediensteten im Staatsanzeiger für Baden-Württemberg,
- Traueranzeigen für ehemalige Regierungsmitglieder,
- Veröffentlichung der Auszeichnungen für Lebensrettungen im Staatsanzeiger für Baden-Württemberg,
- Landesjubiläum 2012,
- Aktionstag zur Europawahl 2014,
- Fachkräfte-Werbung für den Standort Baden-Württemberg,
- Ausschreibung und Werbung für die Heimattage Baden-Württemberg,
- Elterninformationen zum Kindermedienland Baden-Württemberg,
- Bewerbung des Dienstleistungsportals des Landes service-bw.de,
- Hinweis auf neues Angebot für Bürger und Verwaltung „Umweltportale Baden-Württemberg“,
- Information über die Ziele der Landesregierung (50 % weniger Energieverbrauch, 80 % Erneuerbare Energien und 90 % CO₂-Einsparung) und Hinweis auf die ersten Etappen der Roadshow zur Kampagne 50–80–90,
- Informationen zum Thema energetische Gebäudesanierung,
- Ausbildung in Baden-Württemberg,
- Industrie 4.0,
- Wirtschaftsstandort Baden-Württemberg,
- Wohnungsbau in Baden-Württemberg,
- Bewerbung von Veranstaltungen im Haus der Wirtschaft,
- Aufforderung zur Bewerbung für den Ehrenamtswettbewerb „Echt gut“,
- Aufforderung zur Abstimmung über die im Rahmen des landesweiten Ehrenamtswettbewerb nominierten Projekte und Initiativen,
- landesweite Kampagne zur Förderung des Interesses junger Menschen mit Migrationshintergrund für die Tätigkeit im öffentlichen Dienst („Vielfalt macht bei uns Karriere“),
- landesweite Kampagne „DUICHWIR – Alle inklusive“,

- Messebeiträge,
- Bewerbung der Ausbildung bei Forst BW und Holzpreis,
- Akzeptanzfördernde, projektbegleitende, einmalige Öffentlichkeitsarbeit im Vorfeld der Ausweisung des Nationalparks, um die Bevölkerung zu motivieren, sich in den Prozess um die Ausweisung des Nationalparks einzubringen,
- Anzeigen für den Tag der Offenen Tür im damaligen Ministerium für Verkehr und Infrastruktur,
- Anzeigen für die Auslobung des Staatspreises Baukultur Baden-Württemberg,
- Bewerbung von Veranstaltungen und Aktionen auf Landesebene oder in den teilnehmenden Kommunen im Rahmen der Initiative RadKULTUR sowie allgemeine Informationen zur Kampagne und Vermittlung ihrer Ziele,
- Anzeigen für die Öffentlichkeitskampagne „Länger mobil“ für Seniorinnen und Senioren.

5. *Welche Auswahlkriterien gibt es ggf. bei der Anzeigenschaltung in Bezug auf die Medien?*

Zu 5.:

Auswahlkriterien sind insbesondere:

- Zielgruppe,
- jeweilige regionale Aussteuerung,
- Reichweite,
- Wirtschaftlichkeit,
- Kosten-Nutzen-Relation.

6. *Lagen die Kosten für die Anzeigen ggf. im angemessenen und üblichen Kostenrahmen?*

Zu 6.:

Ja, die Kosten lagen im angemessenen und üblichen Kostenrahmen.

7. *Um welche Medien hat es sich – aufgesplittert pro Jahr – im o. g. Zeitraum ggf. gehandelt?*

Zu 7.:

2011: Tages- und Wochenzeitungen, Magazine, Staatsanzeiger für Baden-Württemberg, Amts- und Mitteilungsblätter der Städte und Gemeinden in Baden-Württemberg, Verbandszeitungen, Fachpublikationen, Schülermagazine

2012: Tages- und Wochenzeitungen, Magazine, Staatsanzeiger für Baden-Württemberg, Amts- und Mitteilungsblätter der Städte und Gemeinden in Baden-Württemberg, Verbandszeitungen, Fachpublikationen, Schülermagazine, regionale Elternzeitung

2013: Tages- und Wochenzeitungen, Magazine, Staatsanzeiger für Baden-Württemberg, Amts- und Mitteilungsblätter der Städte und Gemeinden in Baden-Württemberg, Verbandszeitungen, Fachpublikationen, Schülermagazine

2014: Tages- und Wochenzeitungen, Magazine, Staatsanzeiger für Baden-Württemberg, Amts- und Mitteilungsblätter der Städte und Gemeinden in Baden-Württemberg, Verbandszeitungen, Fachpublikationen, Schülermagazine

2015: Tages- und Wochenzeitungen, Magazine, Staatsanzeiger für Baden-Württemberg, Amts- und Mitteilungsblätter der Städte und Gemeinden in Baden-Württemberg, Verbandszeitungen, Fachpublikationen, Schülermagazine

8. Wird sie ggf. (auch) zukünftig Anzeigen schalten?

Zu 8.:

Soweit es fachlich und zielgruppenspezifisch sinnvoll erscheint, ist die Schaltung von Anzeigen zu bestimmten Anlässen auch zukünftig eine Option.

In Vertretung

Württemberg
Ministerialdirektor