

Kleine Anfrage

des Abg. Lars Patrick Berg AfD

und

Antwort

des Ministeriums für Inneres, Digitalisierung und Migration

**Anzeigen in Medien durch die Landesregierung
im Jahr 2017**

Kleine Anfrage

Ich frage die Landesregierung:

1. In welchen Medien (namentlich) wurden im Jahr 2017 durch die Landesregierung und die Landesministerien Anzeigen geschaltet?
2. In welchem finanziellen Umfang fand diese Anzeigentätigkeit statt?
3. Gab es Medien, die stärker als andere von Anzeigenaufträgen profitierten?
4. Wenn ja, welche?
5. Ist ihr bekannt, ob Medien, welche direkt oder indirekt über eine Gesellschaft/Medienholding einer politischen Partei gehören, von den Anzeigenaufträgen profitieren?
6. Wenn ja, welche Medien waren dies?
7. Lagen die Anzeigen im angemessenen und üblichen Kostenrahmen?
8. Welche Inhalte hatten die Anzeigen im Einzelnen?
9. Welche Auswahlkriterien gab es 2017 ggf. bei der Anzeigenschaltung in Bezug auf die Medien?
10. Hält sie es für sinnvoll, die medienpolitischen Sprecher der Fraktionen in die Anzeigenauftragsvergabe einzubeziehen?

16.01.2018

Berg AfD

Eingegangen: 24.01.2018 / Ausgegeben: 21.03.2018

*Drucksachen und Plenarprotokolle sind im Internet
abrufbar unter: www.landtag-bw.de/Dokumente*

Der Landtag druckt auf Recyclingpapier, ausgezeichnet mit dem Umweltzeichen „Der Blaue Engel“.

Begründung

Diese Kleine Anfrage soll beleuchten, wie sich die Anzeigenschaltung der Landesregierung und der Ministerien entwickelt hat und welche Medien davon profitierten.

Antwort*)

Mit Schreiben vom 2. März 2018 Nr. 1-0222/95 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. Der nachgeordnete Bereich der Ministerien ist im Hinblick auf den Wortlaut der Kleinen Anfrage nicht erfasst.

1. In welchen Medien (namentlich) wurden im Jahr 2017 durch die Landesregierung und die Landesministerien Anzeigen geschaltet?

Zu 1.:

Die nachfolgend aufgeführten Medien wurden für geschaltete Anzeigen genutzt:

- Staatsanzeiger
- Die WELT
- Frankfurter Allgemeine Zeitung
- Stuttgarter Zeitung
- Stuttgarter Nachrichten
- Stuttgarter Wochenblatt
- Badische Zeitung
- Südkurier
- Südwest Presse
- Mannheimer Morgen
- Heilbronner Stimme

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

- Süddeutsche Zeitung
- Der Gemeinderat
- Mein Ländle
- Gemeindemitteilungsblatt der Stadt Haiterbach
- Amtsblatt Horb
- Broschüre ADFC 200 TraumRadtouren 2017
- Fairkehr
- Grüner Süden (TMBW)
- Lift
- Metropol
- VUD Veranstaltungskalender
- Magazin des Forums Weißtanne e. V.
- Veranstaltungskalender des Naturparks Schönbuch
- Schöner Südwesten
- Jahresprogramm des Infozentrum Kaltenbronn
- Luftballon
- Wirtschaftsmagazin Business im Breisgau
- Bildband „Poetisches Baden-Württemberg“
- Eventlocations 2017
- Die News. Das Magazin für Familienunternehmen.
- Sonderpublikation „TAGEN“
- Deutsche Handwerkszeitung
- Das Europäische Keramikmagazin
- Tagen und Feiern
- Baden-Württemberg Magazin Locations & Perlen der Wirtschaft
- Magazin China Contact, OWC-Verlag
- Stuttgarter Zeitung „Wirtschaft in Baden-Württemberg“
- Magazin Starting up
- Magazin Job und Chancen
- Handelsblatt, Sonderbeilage „Industrie 4.0“

2. In welchem finanziellen Umfang fand diese Anzeigentätigkeit statt?

Zu 2.:

Die Anzeigentätigkeit fand in Höhe des nachfolgend genannten Brutto-Betrages statt:

226.376,06 Euro

3. Gab es Medien, die stärker als andere von Anzeigenaufträgen profitierten?

Zu 3.:

Nein. Die Medienauswahl erfolgte landesweit nach strategischen Überlegungen zur Abdeckung bestimmter Regionen und Einzugsgebiete.

4. *Wenn ja, welche?*

Zu 4.:

Siehe Antwort zu Ziff. 3.

5. *Ist ihr bekannt, ob Medien, welche direkt oder indirekt über eine Gesellschaft/Medienholding einer politischen Partei gehören, von den Anzeigenaufträgen profitieren?*

Zu 5.:

Nein.

6. *Wenn ja, welche Medien waren dies?*

Zu 6.:

Siehe Antwort zu Ziff. 5.

7. *Lagen die Anzeigen im angemessenen und üblichen Kostenrahmen?*

Zu 7.:

Ja, im Rahmen der gültigen Anzeigenpreise der jeweiligen Printmedien. Zum Teil konnten Sonderpreise ausgehandelt werden.

8. *Welche Inhalte hatten die Anzeigen im Einzelnen?*

Zu 8.:

- Nachruf der Landesregierung anlässlich des Todes von Herrn Bundespräsident und Landesminister a. D. Roman Herzog
- Hinweis auf Angebote und die Tätigkeit des Landesbetriebes ForstBW
- Im Rahmen der Kampagne bewegt wurde für aktuelle und neue SPNV-Angebote im Schienenpersonennahverkehr geworben. Zudem ist es das Ziel, die Attraktivität des SPNV aufzuzeigen.
- Im Rahmen der Kampagne RadKULTUR erfolgten Hinweise zu Veranstaltungen mit Bezug zum Radverkehr für Bürgerinnen und Bürger sowie die Bekanntmachung des 200-jährigen Fahrradjubiläums
- Anzeigen der Nachhaltigkeitsstrategie, nachhaltige Erlebniswelt bei den Frühjahrsmessen unter dem Dach 10 Jahre N!
- Bewerbung der Veranstaltung „Umwelt- und Klimaschutz in Städtepartnerschaften“ in Brackenheim für ehrenamtliche und hauptamtliche Akteure sowie Multiplikatoren aus dem Kommunal-, Partnerschaft-, Umwelt- und Bildungsbereich aus Verwaltungen, Vereinen und von Einzelpersonen
- Bewerbung der unter Ziff. 6 genannten Veranstaltung für Gemeinde- und Stadträte
- Bewerbung der NaturErlebnisWoche 2017 in Baden-Württemberg für breite Bevölkerungskreise als Teilnehmer der Veranstaltungen
- Industriewoche Baden-Württemberg 2017 (IWO)
- Werbeanzeigen für Veranstaltungsbetrieb „Haus der Wirtschaft Baden-Württemberg“
- Eintrag in Keramikführer

- Ankündigung des Wettbewerbs „Staatspreis Gestaltung Kunst und Handwerk 2018“
- Standortwerbung für den Wirtschaftsstandort Baden-Württemberg
- Werbung für Veranstaltungen (Elevator-Pitch, Außenwirtschaft/China)
- Werbung für Berufliche Ausbildung
- Industrie 4.0: Bedeutung für Baden-Württemberg

9. *Welche Auswahlkriterien gab es 2017 ggf. bei der Anzeigenschaltung in Bezug auf die Medien?*

Zu 9.:

Die Kriterien waren generell darauf ausgerichtet, einerseits einen regionalen Bezug herzustellen und andererseits eine breite und zielgerichtete Erreichbarkeit der jeweiligen Akteure, Zielgruppen und Interessierten sicherzustellen.

10. *Hält sie es für sinnvoll, die medienpolitischen Sprecher der Fraktionen in die Anzeigenauftragsvergabe einzubeziehen?*

Zu 10.:

Nein. Es handelt sich um Regierungshandeln beziehungsweise um ein Geschäft der laufenden Verwaltung der Exekutive.

Strobl

Minister für Inneres,
Digitalisierung und Migration