

Kleine Anfrage

des Abg. Dr. Rainer Podeswa AfD

und

Antwort

des Ministeriums für Inneres, Digitalisierung und Migration

Anzeigen in Medien durch die Landesregierung 2018 bis 2020

Kleine Anfrage

Ich frage die Landesregierung:

1. In welchen Medien wurden jeweils in den Jahren 2018, 2019 und 2020 durch die Landesregierung und die Landesministerien Anzeigen geschaltet (bitte die Medien pro Jahr namentlich benennen)?
2. In welchem finanziellen Umfang fanden diese Anzeigentätigkeiten statt (bitte Werbeausgaben pro Monat seit 2018 benennen)?
3. In welchem Umfang konnten Sonderpreise ausgehandelt werden und auf welcher Grundlage?
4. Welche Inhalte hatten die Anzeigen im Einzelnen?

18. 01. 2021

Dr. Podeswa AfD

Begründung

Die Kleine Anfrage soll die Erkenntnisse aus Drucksache 16/3349 fortsetzen.

Antwort*)

Mit Schreiben vom 23. Februar 2021 Nr. IM1-0222-15/2 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“ ausschließlich 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. Diese 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 wurden jeweils in den Jahren 2018, 2019 und 2020 durch die Landesregierung und die Landesministerien Anzeigen geschaltet (bitte die Medien pro Jahr namentlich benennen)?

Zu 1.:

In nachfolgend aufgeführten Medien wurden 2019 und 2020 durch die Landesregierung und die Landesministerien Anzeigen geschaltet:

- Baden-Journal,
- Baden-Württemberg Magazin Locations,
- Badische Neueste Nachrichten*,
- Badisches Tagblatt*,
- Badische Zeitung*,
- Begleitbuch zur Bundesgartenschau,
- BILD Zeitung,
- bmm Motorradmagazin,
- brand eins/thema,
- DER SPIEGEL,
- Deutsches Handwerkermagazin,
- Deutsche Handwerkszeitung,
- Didacta Magazin,
- Die News – Das Magazin für Familienunternehmen,
- diverse Lokalzeitungen,
- Emmendinger Tor,

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

- FahrSchulPraxis,
- Fränkische Nachrichten,
- Göppinger Wochenblatt,
- Handelsblatt,
- Handwerks-Channel,
- Heilbronner Stimme*,
- Jüdische Allgemeine,
- Kesselfestival,
- KreisVerkehr Schwäbisch Hall,
- Landesmesse Stuttgart,
- Lift – das Stuttgartmagazin,
- LSV-Magazin,
- Luftballon – Die Elternzeitung der Region Stuttgart,
- Mittelbadische Presse*,
- Momente – Beiträge zur Landeskunde von Baden-Württemberg,
- Moritz Stadtmagazin,
- Nussbaum Anzeigenblätter,
- Pforzheimer Zeitung,
- Programmheft Posaumentag,
- Programmheft zu Berliner Märchentage,
- Programmheft zu Eat Berlin! Das Feinschmeckerfestival,
- Programmheft zum Festival Politischer Film,
- PROMAGAZIN für die Region Heilbronn-Franken,
- Radprospekt Remstalradweg,
- Rhein-Neckar-Zeitung, Sinsheim,
- Reutlinger General-Anzeiger,
- Schöner Südwesten,
- Schwäbisches Tagblatt,
- Schwäbische Zeitung*,
- Schwarzwälder Bote*,
- Schwetzingen Zeitung,
- Siegerland Kurier,
- Sportkongress Magazin,
- Staatsanzeiger,
- Stuttgarter Nachrichten,
- Stuttgarter Wochenblatt,
- Stuttgarter Zeitung*,
- Südkurier*,
- Südwest Presse*,
- Tage in,
- Tübinger Wochenblatt,
- Übermorgenmarkt,

- Westpress,
- Wirtschaftsmagazin Bodensee,
- Wochenjournal,
- Xaver,
- Zeitungsgruppe Rhein-Neckar*,
- Zwiebel (Eßlinger Zeitung),
- 111 Orte für Kinder in Stuttgart.

Eine Anzeige wurde in den mit „*“ markierten Medien zusätzlich jeweils auch in deren Regionalausgaben geschaltet. Aus Gründen der Übersichtlichkeit wurden diese Regionalausgaben in der oberen Auflistung nicht separat aufgeführt.

Soweit es das Jahr 2018 betrifft, wird auf die Antwort zu Frage 1 in der Drucksache 16/5806 verwiesen.

2. In welchem finanziellen Umfang fanden diese Anzeigentätigkeiten statt (bitte Werbeausgaben pro Monat seit 2018 benennen)?

Zu 2.:

Die Anzeigentätigkeit fand in folgendem finanziellen Umfang statt (in Euro):

	2018	2019	2020
Januar	585,61	2.196,96	16.398,31
Februar	3.475,00	3.572,18	4.069,21
März	4.518,95	9.852,61	1.339,74
April	2.755,93	13.913,42	172.828,82
Mai	13.670,12	45.869,22	7.526,63
Juni	989,87	7.992,62	3.775,79
Juli	952,00	5.278,82	73.171,16
August	890,89	4.654,79	600,29
September	197,98	7.978,86	5.597,00
Oktober	1.446,93	4.196,78	12.082,28
November	725,83	28.170,33	3.534,01
Dezember	494,93	1.213,60	1.457,03

3. In welchem Umfang konnten Sonderpreise ausgehandelt werden und auf welcher Grundlage?

Zu 3.:

Für eine Anzeige wurden aufgrund des inhaltlichen Bezugs zur Bekämpfung der SARS-CoV-2-Pandemie und dem Gesundheitsschutz der Bevölkerung Sonderpreise gewährt. Der Umfang der Sonderpreise beläuft sich auf die Summe von 46.938,94 Euro.

Für eine weitere Anzeige wurde für ein sogenanntes Billboard Ad bei 50-prozentiger Belegung eine Sonderpauschale pro Woche angeboten, die angenommen wurde.

Für eine Anzeige im Magazin „brand eins/thema“ konnte durch einen Rahmenvertrag des Landes mit der Agentur Westpress GmbH & Co. KG ein Rabatt in Höhe von 18,7% in Anspruch genommen werden.

Anzeigen im „Staatsanzeiger“ wurden mit dem üblichen Sonderpreis für Ministerien des Landes vergütet. Insgesamt konnte ein Rabatt in Höhe von 5.057,50 Euro in Anspruch genommen werden.

Anzeigen in der Fachzeitschrift „FahrSchulPraxis“ erfolgten teilweise kostenfrei. Für eine Anzeige wurde ein Rabatt in Höhe von 51,00 Euro in Anspruch genommen.

Für die Anzeigen in den Medien „Begleitbuch zur Bundesgartenschau“, „PRO-MAGAZIN für die Region Heilbronn-Franken“, „Programmheft Posaumentag“, „DER SPIEGEL“, „KreisVerkehr Schwäbisch Hall“, „Radprospekt Remstalradweg“, „Wirtschaftsmagazin Bodensee“ und „111 Orte für Kinder in Stuttgart“ wurden Rabatte nach Mengen-/Malstaffel genutzt.

Für eine Anzeige in den „Badischen Neuesten Nachrichten“ konnte ein Rabatt in Höhe von insgesamt 3.360,00 Euro in Anspruch genommen werden.

4. Welche Inhalte hatten die Anzeigen im Einzelnen?

Zu 4.:

Die Anzeigen hatten im Einzelnen folgenden Inhalt:

- Anzeige zum jüdischen Neujahresfest Rosch Haschana 2019,
- Bekanntgabe der Auszeichnungen für Lebensrettungen,
- Bewerbung der Veranstaltung „eat! berlin – Das Feinschmeckerfestival“ am 28. Februar 2019,
- Bewerbung der Veranstaltung „Berliner Märchentage“ am 20. Oktober 2019,
- Bewerbung der Veranstaltung „ANDERS NEU ERINNERN“ im Dialog mit dem „Festival politischer Film“ am 27. Januar 2020,
- Brief des Ministerpräsidenten anlässlich der Absage der Heimattage Baden-Württemberg in Sinsheim im Rahmen der SARS-CoV-2-Pandemie,
- Einführung der allgemeinen Maskenpflicht in Baden-Württemberg ab 26. April 2020 im Rahmen der Bekämpfung der SARS-CoV-2-Pandemie,
- Information des Ministerpräsidenten und Minister Strobl zur SARS-CoV-2-Pandemie,
- Vorstellung der Landeskampagne #RespektBW – Kampagne für eine respektvolle Diskussionskultur in den sozialen Medien,
- Werbung für das Beteiligungsverfahren zur „Bürgerwerkstatt Umweltbepreisung“ auf dem Beteiligungsportal des Landes,
- Informationsangebote zu Cybersicherheitsmaßnahmen des Landes Baden-Württemberg mit Bezugnahme u. a. auf das CyberSicherheitsForum 2020,
- Hinweis auf eine Karte mit den Kulturschätzen des Landes, für deren Erhalt das Land zuständig ist,
- Erlebniswelt,
- N!-Tage Baden-Württemberg 2018, 2019 bzw. 2020,
- WIN-Charta,
- N!-Charta Sport Prozess,
- Energiewendetag,
- Nachhaltigkeitsstrategie,
- Werbeanzeigen für Veranstaltungsbetrieb „Haus der Wirtschaft Baden-Württemberg“,
- Bewerbungsauftrag für den „NOBIS Arbeitsschutzpreis Baden-Württemberg“,

- Digitalisierungsstrategie Baden-Württemberg, Bewerbung Digitalgipfel 2019,
- Werbung für die Ausstellung „Staatspreis Baukultur Baden-Württemberg 2020“,
- Auslobung des Staatspreises Baukultur Baden-Württemberg 2020,
- Information über das europaweite Ausschreibungsverfahren für die Rahmenvereinbarungen von Beratungsleistungen im Kompetenzzentrum Wohnen BW,
- Hinweis auf Angebote und die Tätigkeit des Landesbetriebes ForstBW,
- Anzeige im Rahmen der Imagekampagne „Wir versorgen unser Land“,
- Anreise zur Bundesgartenschau mit ÖPNV (bwegt),
- RadKULTUR Jahresprogramm,
- Bekanntmachung Förderung E-Mobilität,
- Hinweis auf Roadshow E-Kleinstfahrzeuge,
- Anreise zum Posaumentag mit dem bwtarif,
- Der neue bwtarif – Preisvorteile und Anschlussmobilität,
- bwtarif/bwegt Jahresplan 2020,
- bwtarif,
- Vorteile des bwtarifs,
- Richtiges Parken,
- Holländischer Griff,
- Nachhaltige Mobilität,
- Sichere Landstraße,
- Europawahlkampagne 2019 (Bewerbung der Outdoorveranstaltungen und der 14 Bustourstopps),
- Bewerbung der „Langen Nacht der Konsulate“ am 25. September 2020 in Stuttgart,
- Anzeige für die Fischer-Chöre.

Soweit es das Jahr 2018 betrifft, wird auf die Antwort zu Frage 4 in der Drucksache 16/5806 verwiesen.

In Vertretung

Schütze

Amtschef