

Kleine Anfrage
des Abg. Dennis Klecker AfD

und

Antwort
des Staatsministeriums

Nachfragen zum „FÄNSHOP“ der Kampagne „THE LÄND“

Kleine Anfrage

Ich frage die Landesregierung:

1. Welche Merchandising-Produkte zur Kampagne „THE LÄND“ wurden in der Zwischenzeit insgesamt gekauft und verkauft (bitte auflisten unter Nennung des Produkts/Werbeartikels, der Bestellmenge, des Bestellpreises [insgesamt und pro Produkt], des Verkaufspreises und der bereits verkauften Mengen sowie der Angabe, wie oft bereits nachbestellt wurde)?
2. Welche der unter der ersten Frage genannten Produkte konnten sich insgesamt betrachtet refinanzieren und bei welchen fielen Verluste an (bitte unter Nennung des Produkts und des jeweiligen Verlustes pro Artikel und insgesamt auflisten)?
3. Bei welchen Produkten fanden seit Verkaufsstart Anpassungen der Verkaufskosten statt (bitte weitergehend als in der Antwort auf Frage 5 zum Antrag Drucksache 17/5765 erläutern, also bei welchen Produkten konkret der Verkaufspreis von welchem Wert auf welchen Wert geändert wurde)?
4. In welcher Höhe fielen Kreativleistungen an (bitte auflisten unter Angabe des Produkts und der dafür gezahlten Kreativ- und sonstigen Leistungen, die nicht den Material- und Herstellungskosten zuzurechnen sind)?
5. Hat sich hinsichtlich der Logistik bzw. Abwicklung der Bestellungen im Internetshop etwas seit den Ausführungen auf die Fragen 3 und 10 in der Kleinen Anfrage Drucksache 17/1486 geändert, laut denen die Verlagsgesellschaft W. E. Weinmann den Auftrag erhalten hat?
6. Wie viele Bewerber gab es auf die Ausschreibung zur Abwicklung der Logistik für den „Fänshop“?

7. Hat sich hinsichtlich der lokalen Produzenten, die in der Antwort auf Frage 7 in der Kleinen Anfrage Drucksache 17/1486 aufgeführt werden, zwischenzeitlich etwas geändert (bitte Veränderungen erläutern)?
8. Wo liegt inzwischen der Schwerpunkt der Bewerbung von „THE LÄND“, beispielsweise in welchen Staaten (unter Berücksichtigung der Antwort auf Frage 8 der Kleinen Anfrage Drucksache 17/1486 von 2021/2022, dass zuerst eine Identifikation im Land erfolgen sollte, jedoch eigentlich Fachkräfte im Ausland das Ziel der Kampagne sein sollen)?

16.12.2025

Klecker AfD

Antwort

Mit Schreiben vom 22. Januar 2026 Nr. STM23-0222-5/6/1 beantwortet das Staatsministerium die Kleine Anfrage wie folgt:

1. *Welche Merchandising-Produkte zur Kampagne „THE LÄND“ wurden in der Zwischenzeit insgesamt gekauft und verkauft (bitte auflisten unter Nennung des Produkts/Werbeartikels, der Bestellmenge, des Bestellpreises [insgesamt und pro Produkt], des Verkaufspreises und der bereits verkauften Mengen sowie der Angabe, wie oft bereits nachbestellt wurde)?*
2. *Welche der unter der ersten Frage genannten Produkte konnten sich insgesamt betrachtet refinanzieren und bei welchen fielen Verluste an (bitte unter Nennung des Produkts und des jeweiligen Verlustes pro Artikel und insgesamt auflisten)?*
3. *Bei welchen Produkten fanden seit Verkaufsstart Anpassungen der Verkaufskosten statt (bitte weitergehend als in der Antwort auf Frage 5 zum Antrag Drucksache 17/5765 erläutern, also bei welchen Produkten konkret der Verkaufspreis von welchem Wert auf welchen Wert geändert wurde)?*

Zu 1., 2. und 3.:

Die Fragen 1, 2 und 3 werden aufgrund des sachlichen Zusammenhangs gemeinsam beantwortet.

Im THE LÄND-Onlineshop wurden bis Stand 31. Dezember 2025 die nachfolgenden Produkte angeboten, für welche sich die derzeitigen Verkaufspreise sowie die Verkaufszahlen seit Kampagnenbeginn wie folgt darstellen:

Artikelnummer	Produkt	Derzeitiger Verkaufspreis (Stand 31.12.2025)	Verkaufszahlen im Onlineshop bis 31.12.2025
1000	Babystrampler	21,00 Euro	2.191
1101 bis 1104	Tennissocken	6,50 Euro	18.699
1201 bis 1207	Shirts Erwachsene	16,90 Euro	14.861
1301 bis 1305	Kindershirts	9,90 Euro	1.293
1401 bis 1407	Gelber Hoodie	43,00 Euro	7.800
1501 bis 1504	Anzugssocken	7,50 Euro	5.879
1601 bis 1606	Schwarzer Hoodie	48,00 Euro	785
1702 bis 1705	NERDLÄND-Shirt	21,00 Euro	108

Artikelnummer	Produkt	Derzeitiger Verkaufspreis (Stand 31.12.2025)	Verkaufszahlen im Onlineshop bis 31.12.2025
2200	Textmarker	1,30 Euro	12.449
2300	Kugelschreiber	1,20 Euro	15.869
2400	Lanyard	1,50 Euro	27.132
3000	TÄSCH	5,50 Euro	13.028
3100	Vesperbrettchen	11,80 Euro	3.951
3200	Plätzchenausstecher	3,50 Euro	1.849
4100	LÄND SHAPE Sticker	kostenlos	498.989
4200	Sticker rund	kostenlos	433.818
4300	Nett hier Sticker	kostenlos	2.012.622
4500	Plakatreihe LÄND Prints	1,50 Euro	8.025
4600	Plakat LÄND PRINT XL	1,50 Euro	3.912
4800	Plakat THE PRINT	1,50 Euro	1.565

Artikelnummer	Produkt	Derzeitiger Verkaufspreis (Stand 31.12.2025)	Verkaufszahlen im Onlineshop bis 31.12.2025
4900	Not bad Sticker	kostenlos	493.705
5100	LÄND HERE Patch Aufnäher	1,50 Euro	794
5203 bis 5205	LÄND HERE Oversize Shirt	28,00 Euro	119
5400	LÄND HERE TO GO Schlüsselanhänger	3,20 Euro	948

Nicht aufgeführt sind Produkte, die sich nicht im derzeitigen Sortiment des Onlineshops befinden.

Im Lauf der Kampagne mussten mehrere Produkte aufgrund der Beliebtheit und hohen Produktnachfrage bereits mehrfach nachbestellt werden, unter anderem die Tennis- und Anzugssocken, T-Shirts, TÄSCH, Babystrampler, Lanyards, Kugelschreiber, Textmarker sowie Sticker. Bei Textilien wurden die gängigen Größen bereits mehrfach nachbestellt.

Dies lässt sich auch daran ablesen, dass mehrere Produkte im Onlineshop bereits vollständig ausverkauft waren und nachproduziert werden mussten (z. B. Babystrampler, Tennissocken, TÄSCH). Beispielsweise sind hierfür auch die gelben THE LÄND-Tassen zu nennen, welche seit wenigen Wochen vollständig ausverkauft sind. Diese wurden 2023 in einer Auflage von 5 220 Stück produziert.

Die Aufschlüsselung aller bisher erfolgten Beschaffungen nach den jeweiligen Bestellmengen, Bestellpreisen, den jeweiligen Verkaufspreisen zum Zeitpunkt des jeweiligen Verkaufs, den jeweils bereits verkauften Mengen und den jeweiligen Nachbestellungen stellt einen kaum leistbaren Aufwand dar.

Da nicht alle Merchandise-Produkte über den Onlineshop verkauft bzw. ausgeben werden ist ein Vergleich der Verkaufszahlen mit den Bestellzahlen nur bedingt aussagekräftig. So sind diese zum Beispiel auch für Veranstaltungen, Gewinnspiele oder Delegationsreisen genutzt worden. Zudem werden Merchandise-Produkte im Rahmen von internen Bestellungen innerhalb der Landesverwaltung auch an andere Häuser verkauft. Diese Bestellzahlen sind in obenstehender Tabelle nicht enthalten und die eigentlichen Verkaufszahlen pro Produkt daher noch höher.

Die Einkaufspreise variieren entsprechend den jeweiligen Angebotspreisen der Hersteller, dem Beschaffungszeitpunkt und den Beschaffungsmengen. Um bessere Konditionen zu bekommen, werden Streuartikel unter Beachtung der Grundsätze der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit entsprechend der jeweiligen Bedarfe in möglichst hoher Stückzahl eingekauft, um die Einzelstückkosten zu reduzieren. Im Übrigen können die jeweiligen Einkaufspreise zum Schutz unserer Lieferanten im Sinne eines gerechten Wettbewerbs nicht pro Produkt pro Lieferung dargelegt werden, auch um unsere eigene Verhandlungsposition nicht zu schwächen.

Bei den nachfolgenden Produkten ist es seit Launch der Kampagne zu Preisanpassungen wie folgt gekommen:

Produkt	Ursprünglicher Preis (10/2022)	Preisanpassung	Derzeitiger Verkaufspreis
Gelber Hoodie	19,00 Euro	39,00 Euro (6/2022)	43,00 Euro (Seit 5/2024)
T-Shirts Erwachsene	10,00 Euro	-	16,90 Euro (Seit 5/2024)
Kinder-T-Shirts	7,50 Euro	-	9,90 Euro (Seit 5/2024)
TÄSCH	2,00 Euro	3,50 Euro (6/2022)	5,50 Euro (Seit 5/2024)
Vesperbrettchen	7,50 Euro	10 Euro (3/2022)	11,80 Euro (Seit 5/2024)
Babystrampler	19,00 Euro	-	21 Euro (Seit 5/2024)
Tennissocken	4,50 Euro	-	6,50 Euro (Seit 5/2024)
Lanyard	0,00 Euro	1,50 Euro (Seit 3/2022)	1,50 Euro (Seit 3/2022)
Textmarker	0,00 Euro	0,80 Euro (Seit 2/2022)	1,30 Euro (Seit 8/2023)

Produkt	Ursprünglicher Preis (10/2022)	Preisanpassung	Derzeitiger Verkaufspreis
Kugelschreiber	0,00 Euro	0,70 Euro (Seit 3/2022)	1,20 Euro (Seit 8/2023)
Plakat LÄND PRINT XL	0,00 Euro	1,50 Euro (Seit 1/2022)	1,50 Euro (Seit 1/2022)
LÄND PRINTS Plakatreihe	0,00 Euro	1,50 Euro (Seit 1/2022)	1,50 Euro (Seit 1/2022)

Preiserhöhungen wurden zur Abdeckung der Einkaufspreise vorgenommen, insbesondere aufgrund gestiegener Materialeinkaufs- und Lohnkosten entsprechend der Preisentwicklung.

Insbesondere zu Beginn der Kampagne wurden einige Artikel als Teil der Werbemaßnahmen vergünstigt oder kostenlos abgegeben (insbesondere sog. Streuartikel). Der Onlineshop bzw. der BgA Merchandise (Betrieb gewerblicher Art) verfolgt weiterhin keine Gewinnerzielungsabsicht, sondern verfolgt das Ziel, Bürgerinnen und Bürger zu Markenbotschafterinnen und Markenbotschaftern zu machen und so die Standortmarke THE LÄND zu stärken. Inzwischen decken die Verkaufspreise den jeweiligen Einkaufspreis ab, d. h. die jeweiligen Material-, oder Herstellungskosten ohne Kreativ-/Agenturleistungen. Als Werbemaßnahme im Rahmen der Zweckbestimmung „Öffentlichkeitsarbeit für Baden-Württemberg“ und zur Steigerung der Bekanntheit der Kampagne werden Sticker weiterhin kostenlos und versandkostenfrei abgegeben.

4. In welcher Höhe fielen Kreativleistungen an (bitte auflisten unter Angabe des Produkts und der dafür gezahlten Kreativ- und sonstigen Leistungen, die nicht den Material- und Herstellungskosten zuzurechnen sind)?

Zu 4.:

Die Auflistung aller Kreativleistungen, die bislang zur Entwicklung von Merchandise für den Onlineshop im Rahmen der Kampagne angefallen sind, kann nur unter einem unverhältnismäßig großen Aufwand erfolgen, da seit Launch der Kampagne im Oktober 2021 zahlreiche THE LÄND-Merchandiseartikel entwickelt, produziert und nachbestellt wurden und diese bislang nicht gesammelt erfasst oder laufend fortgeschrieben werden. Das Kostencontrolling erfolgt jeweils projekt-, produkt- und jahresscharf, jedoch nicht als Kumulation aller Kreativleistungen.

5. Hat sich hinsichtlich der Logistik bzw. Abwicklung der Bestellungen im Internetshop etwas seit den Ausführungen auf die Fragen 3 und 10 in der Kleinen Anfrage Drucksache 17/1486 geändert, laut denen die Verlagsgesellschaft W. E. Weinmann den Auftrag erhalten hat?

Zu 5.:

Seit April 2024 werden die logistischen Dienstleistungen im Zusammenhang mit dem Onlineshop und dem Merchandise-Versand durch die Atlas Service GmbH

erbracht. Der Firmensitz befindet sich in Stuttgart, die Merchandise-Artikel sind bei Atlas in Ilsfeld gelagert. Von dort erfolgt die Bearbeitung und der Versand von Bestellungen.

6. Wie viele Bewerber gab es auf die Ausschreibung zur Abwicklung der Logistik für den „Fänshop“?

Zu 6.:

Die logistischen Dienstleistungen für den Onlineshop wurden im Herbst 2025 im Rahmen eines offenen Verfahrens für die Vertragslaufzeit 1. Januar 2026 bis 31. Dezember 2026 mit zweimaliger Verlängerungsoption bis 31. Dezember 2028 ausgeschrieben. Das Verfahren wurde vom Logistikzentrum Baden-Württemberg (LZBW) als Kontaktstelle und zentraler Beschaffungsdienstleister unter der Kennziffer LZBW-2025-09-073 durchgeführt.

Insgesamt wurden im Rahmen des Verfahrens zwölf Angebote eingereicht. Nach Prüfung mussten hiervon sechs Angebote aufgrund formaler Kriterien ausgeschlossen werden, sodass zuletzt sechs gültige Angebote vorlagen. Beworben hatten sich ausschließlich Unternehmen mit Unternehmenssitz in Deutschland. Der Zuschlag wurde an die Atlas Service GmbH erteilt, die das wirtschaftlichste Angebot vorgelegt hat.

7. Hat sich hinsichtlich der lokalen Produzenten, die in der Antwort auf Frage 7 in der Kleinen Anfrage Drucksache 17/1486 aufgeführt werden, zwischenzeitlich etwas geändert (bitte Veränderungen erläutern)?

Zu 7.:

Die Produkte, die derzeit im Onlineshop angeboten werden, wurden von folgenden Produzenten/Händlern bezogen:

Produkt	Produzent
Gelber Hoodie	Trigema, Burladingen
Schwarzer Hoodie (seit 6/2024 erhältlich)	Trigema, Burladingen
T-Shirts Erwachsene	Trigema, Burladingen
Kinder-T-Shirts	Trigema, Burladingen
Tennissocken	Strumpf Dirks GmbH, Billerbeck
Anzugssocken	Strumpf Dirks GmbH, Billerbeck
Babystrampler	Engel GmbH, Pfullingen

Produkt	Produzent
TÄSCH	Dommer Stuttgarter Fahnenfabrik GmbH, Stuttgart
Vesperbrettchen	Schreinerei Grießbaum, Mühlenbach
Plakate	Offizin Scheufele, Stuttgart
Kugelschreiber	Werbepartner Renz, Leinfelden-Echterdingen
Sticker	Herrmann Druck+Media, Sonnenbühl
Lanyards	Dommer Stuttgarter Fahnenfabrik GmbH, Stuttgart
Textmarker	WfB Haslach gGmbH, Haslach
NERDLÄND-Shirt (seit 12/2024 erhältlich)	Trigema, Burladingen
LÄND HERE Patch Aufnäher (seit 10/2024 erhältlich)	Stickerei Reiber, St. Johann

Produkt	Produzent
LÄND HERE Oversize Shirt (seit 10/2024 erhältlich)	Trigema, Burladingen
LÄND HERE TO GO Schlüsselanhänger (seit 10/2024 erhältlich)	Grimmer DisplayGround GmbH, Bad Dürkheim
Plätzchenausstecher (seit 11/2025 erhältlich)	Städter GmbH, Allendorf/Lumda

Im Internetshop können bei den jeweiligen Artikeln unter dem Stichwort „FÄCTS“ Informationen zur Herkunft abgerufen werden.

Es wird weiterhin Wert auf eine regionale Produktion gelegt, sofern dies beschaffungs-, haushalts- und vergaberechtlich möglich ist. Sofern es zu Wechseln der Produzenten gekommen ist, so erfolgte dies aus Gründen der Wirtschaftlichkeit. Auf Unternehmen außerhalb Baden-Württembergs wurde dann zurückgegriffen, wenn es kein entsprechendes Angebot von in Baden-Württemberg ansässigen Unternehmen gab.

8. Wo liegt inzwischen der Schwerpunkt der Bewerbung von „THE LÄND“, beispielsweise in welchen Staaten (unter Berücksichtigung der Antwort auf Frage 8 der Kleinen Anfrage Drucksache 17/1486 von 2021/2022, dass zuerst eine Identifikation im Land erfolgen sollte, jedoch eigentlich Fachkräfte im Ausland das Ziel der Kampagne sein sollen)?

Zu 8.:

Die THE LÄND-Werbekampagne wurde in 2025 schwerpunktmäßig in Indien/Maharashtra und den USA ausgespielt.

Haßler
Staatssekretär