

Kleine Anfrage

der Abgeordneten Dr. Lothar Bisky, Dr. Petra Sitte, Ulla Lötzer, Cornelia Hirsch, Dr. Lukrezia Jochimsen, Volker Schneider (Saarbrücken), Dr. Gregor Gysi, Oskar Lafontaine und der Fraktion DIE LINKE.

Public Relations-Kampagnen der Bundesregierung 2.0

Die Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage „Public Relations-Kampagnen der Bundesregierung“ (Bundestagsdrucksache 16/6548) macht weitere Nachfragen erforderlich:

Diese resultieren zum einen daraus, dass nicht nur das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) sendefertige Hörfunkberichte erstellen ließ, sondern solche in größerem Ausmaß auch durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) in Auftrag gegeben wurden.

Zudem ist eine weitere Anfrage nötig, weil die Bundesregierung sich weigert, einzelne Agenturen mit Auftragsvolumina namhaft zu machen. Sie beruft sich dazu auf eine Antwort der vorangegangenen rot-grünen Bundesregierung auf die Große Anfrage „Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung“ (Bundestagsdrucksache 15/2912), die seinerzeit von der Fraktion der CDU/CSU eingebracht wurde. Demnach verstoße die namentliche Bekanntgabe von durch die Bundesregierung beauftragten Agenturen gegen mehrere Artikel des Grundgesetzes. Noch im Februar 2007 allerdings hatte sich die Bundesregierung in ihrer Antwort auf die Kleine Anfrage „Etatvergabe des Bundespresseamtes“ der Fraktion DIE LINKE. (Bundestagsdrucksache 16/4370) in dem Bestreben, einzelne Agenturen mit Auftragsvolumina nicht namhaft zu machen, auf Bestimmungen des Vergaberechts berufen.

Wir fragen die Bundesregierung:

1. Welche der beiden von der Bundesregierung vertretenen Rechtsauffassungen in Bezug auf die namentliche Nichtbenennung von durch sie mit Aufträgen zur Öffentlichkeitsarbeit betrauten Werbe- oder PR-Agenturen ist die maßgebende: Grundgesetzwidrigkeit gemäß Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage „Public Relations-Kampagnen der Bundesregierung“ (Bundestagsdrucksache 16/6548) unter Bezugnahme auf die Antwort der Bundesregierung auf die Große Anfrage „Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung“ (Bundestagsdrucksache 15/2912) oder Vergaberechtswidrigkeit gemäß Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage „Etatvergabe des Bundespresseamtes“ (Bundestagsdrucksache 16/4370)?
2. Welche gesetzliche Grundlage meint die Bundesregierung, und auf welchen oder welche Paragraphen des Vergaberechts beruft sich die Bundesregierung in ihrer ablehnenden Haltung, von ihr beauftragte Werbe- oder PR-Agenturen zu benennen, wie in der Antwort auf die Kleine Anfrage „Etatvergabe des Bundespresseamtes“ (Bundestagsdrucksache 16/4370) dargelegt, konkret?

3. Wie erklärt sich die Bundesregierung die Diskrepanz, dass die vorproduzierten Hörfunkbeiträge zur Elterngeld-Kampagne nach „Report Mainz“ (Sendung vom 27. August 2007) und Angaben der beauftragten Agentur über 300-mal ausgestrahlt wurden und 55 Millionen Hörer erreichten, die Bundesregierung gleichzeitig aber keine Kenntnis darüber hat, in welchem Umfang die Nutzung des erstellten Materials erfolgte?
4. Wie überprüft die Bundesregierung Effizienz und Reichweite von durch sie in Auftrag gegebenen PR-, Werbe- oder Öffentlichkeits-Kampagnen, wenn sie davon absieht, sich von den beauftragten Agenturen darüber unterrichten zu lassen, in welchem Umfang die Nutzung des erstellten Materials erfolgte?
5. Wurden im Rahmen der vom Bundesministerium für Gesundheit (BMG) in Auftrag gegebenen Kampagne „Die neue Gesundheitsversicherung“ auch vorproduzierte Hörfunkberichte erstellt?

Wenn ja, wie lauteten die Sendetexte, und wie hoch waren die Kosten für Konzeption, Produktion und Distribution dieser Hörfunkberichte?

6. Wurden im Rahmen der vom BMG in Auftrag gegebenen Kampagne „Bewegung und Gesundheit – Jeden Tag 3 000 Schritte extra“ auch vorproduzierte Hörfunkberichte erstellt?

Wenn ja, wie lauteten die Sendetexte, und wie hoch waren die Kosten für Konzeption, Produktion und Distribution dieser Hörfunkberichte?

7. Wurden die „Prominente[n] Unterstützer aus Funk und Fernsehen“ (http://www.die-praevention.de/hintergrund/prominente/funk_fernsehen/index.html?param=st) – Gülcan, Reinhold Beckmann, Susanne Fröhlich, Revolverheld, Senta Berger, Kai Pflaume, Jörg Pilawa, Waldemar Hartmann, Else Buschheuer, Jeannette Biedermann, Jan Hofer, Herma Koehn, Carlo von Tiedemann – im Rahmen der BMG-Kampagne „Bewegung und Gesundheit – Jeden Tag 3 000 Schritte extra“ durch die beauftragte Agentur gewonnen?

Wurde für sie ein Honorar bezahlt?

Wenn ja, wie hoch war dieses?

8. Wie lautete der Sendetext des im Auftrag des BMWi vorproduzierten „Radiodienst[es]“ zum Thema „Tipps für das Gespräch mit der Bank“?

Wie hoch waren die Kosten für Konzeption, Produktion und Distribution dieses „Radiodienst[es]“?

9. Wie lautete der Sendetext des im Auftrag des BMWi vorproduzierten „Radiodienst[es]“ zum Thema „Fahrplan für den Weg in die berufliche Selbständigkeit: Der Businessplan“?

Wie hoch waren die Kosten für Konzeption, Produktion und Distribution dieses „Radiodienst[es]“?

10. Wie lautete der Sendetext des im Auftrag des BMWi vorproduzierten „Radiodienst[es]“ zum Thema „Online-Auktionshändler – Ideen für Existenzgründer“?

Wie hoch waren die Kosten für Konzeption, Produktion und Distribution dieses „Radiodienst[es]“?

11. Wie lautete der Sendetext des im Auftrag des BMWi vorproduzierten „Radiodienst[es]“ zum Thema „ERP-Kapital für Gründung“?

Wie hoch waren die Kosten für Konzeption, Produktion und Distribution dieses „Radiodienst[es]“?

12. Wie lautete der Sendetext des im Auftrag des BMWi vorproduzierten „Radiodienst[es]“ zum Thema „ERP-Unternehmerkapital für Wachstum“?
Wie hoch waren die Kosten für Konzeption, Produktion und Distribution dieses „Radiodienst[es]“?
13. Wie lautete der Sendetext des im Auftrag des BMWi vorproduzierten „Radiodienst[es]“ zum Thema „Unterstützung für Existenzgründer: Staat beteiligt sich an Beratungskosten“?
Wie hoch waren die Kosten für Konzeption, Produktion und Distribution dieses „Radiodienst[es]“?
14. Wie lautete der Sendetext des im Auftrag des BMWi vorproduzierten „Radiodienst[es]“ zum Thema „Franchising: Mit erfolgreichen Geschäftsideen gründen“?
Wie hoch waren die Kosten für Konzeption, Produktion und Distribution dieses „Radiodienst[es]“?
15. Wie lautete der Sendetext des im Auftrag des BMWi vorproduzierten „Radiodienst[es]“ zum Thema „Die freien Berufe“?
Wie hoch waren die Kosten für Konzeption, Produktion und Distribution dieses „Radiodienst[es]“?
16. Wie lautete der Sendetext des im Auftrag des BMWi vorproduzierten „Radiodienst[es]“ zum Thema „Unternehmen ‚Kunst‘“?
Wie hoch waren die Kosten für Konzeption, Produktion und Distribution dieses „Radiodienst[es]“?
17. Wie lautete der Sendetext des im Auftrag des BMWi vorproduzierten „Radiodienst[es]“ zum Thema „Kein Kredit ohne Sicherheiten“?
Wie hoch waren die Kosten für Konzeption, Produktion und Distribution dieses „Radiodienst[es]“?
18. Wie lautete der Sendetext des im Auftrag des BMWi vorproduzierten „Radiodienst[es]“ zum Thema „Gründung durch Ältere“?
Wie hoch waren die Kosten für Konzeption, Produktion und Distribution dieses „Radiodienst[es]“?
19. Wie lautete der Sendetext des im Auftrag des BMWi vorproduzierten „Radiodienst[es]“ zum Thema „Kleinstkredite für Gründer“?
Wie hoch waren die Kosten für Konzeption, Produktion und Distribution dieses „Radiodienst[es]“?
20. Wie lautete der Sendetext des im Auftrag des BMWi vorproduzierten „Radiodienst[es]“ zum Thema „Persönliche Absicherung“?
Wie hoch waren die Kosten für Konzeption, Produktion und Distribution dieses „Radiodienst[es]“?
21. Wie lautete der Sendetext des im Auftrag des BMWi vorproduzierten „Radiodienst[es]“ zum Thema „Steuernachlass für handwerkliche und hausnahe Dienstleistungen“?
Wie hoch waren die Kosten für Konzeption, Produktion und Distribution dieses „Radiodienst[es]“?
22. Wie lautete der Sendetext des im Auftrag des BMWi vorproduzierten „Radiodienst[es]“ zum Thema „Gründungen durch Frauen“?
Wie hoch waren die Kosten für Konzeption, Produktion und Distribution dieses „Radiodienst[es]“?

23. Wie lauteten die Sendetexte des im Auftrag der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) im Rahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau vorproduzierten Hörfunkbeiträge?

Wie hoch waren die Kosten für Konzeption, Produktion und Distribution dieser Hörfunkbeiträge?

24. Wie lauteten die Sende- bzw. Materntexte der im Auftrag des BMFSFJ vorproduzierten Hörfunkbeiträge und druckfertig erstellten Zeitungsberichte zur Elterngeld-Kampagne?

Welche Beträge wurden dafür an die beauftragten Agenturen gezahlt?

25. Welche PR-, Werbe- oder Öffentlichkeits-Kampagnen welcher Ministerien (einschließlich Bundespresse- und Bundeskanzleramt) wurden von Beginn der 16. Legislaturperiode bis heute getätigt? (Bitte vollständig auflisten nach Ministerium/Amt, Kampagne, Agenturname in chiffrierter Form und Etat-Höhe).

26. Welche PR-, Werbe- oder Öffentlichkeits-Kampagnen welcher Ministerien (einschließlich Bundespresse- und Bundeskanzleramt) sind noch geplant (bitte auflisten nach Ministerium/Amt, Kampagne, geplante Etat-Höhe)?

Berlin, den 24. Oktober 2007

Dr. Gregor Gysi, Oskar Lafontaine und Fraktion