

## **Kleine Anfrage**

**der Abgeordneten Dr. Anton Friesen, Armin-Paulus Hampel, Dr. Roland Hartwig, Petr Bystron, Waldemar Herdt, Paul Viktor Podolay und der Fraktion der AfD**

### **Zur Informationskampagne „Rumours about Germany“ des Auswärtigen Amts (Nachfrage zur Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage auf Bundestagsdrucksache 19/14709)**

Aus der Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage auf Bundestagsdrucksache 19/14197 ergeben sich nach Auffassung der Fragesteller folgende Nachfragen.

Wir fragen die Bundesregierung:

1. Welche Organisation bzw. welches Unternehmen wurde mit der Evaluierung der Kampagne „Rumours about Germany“ beauftragt (vgl. Antwort zu Frage 3 auf Bundestagsdrucksache 19/14709)?
  - a) Wann wird die Evaluierung voraussichtlich abgeschlossen sein?
  - b) Nach welchen Kriterien soll die Evaluierung durchgeführt werden?
2. Welche Gründe gibt es nach Kenntnis der Bundesregierung für die hohen Besucherzahlen von rumoursaboutgermany.info aus den USA (vgl. Anlage 2 zu Frage 2 auf Bundestagsdrucksache 19/14709)?
3. Welche Gründe gibt es nach Kenntnis der Bundesregierung für die niedrigen Besucherzahlen von rumoursaboutgermany.info aus den Hauptherkunftsländern von Asylbewerbern Afghanistan, Irak und Syrien (vgl. Anlage 2 zu Frage 2 auf Bundestagsdrucksache 19/14709)?
4. Welche Art von Printmaterial wurde in welcher Auflage in welchen Staaten in den Jahren 2017 und 2018 publiziert, und wie hoch waren die Kosten hierfür (vgl. Anlage 1 zu Frage 1 auf Bundestagsdrucksache 19/14709)?
5. Auf welchen Social-Media-Plattformen wurde die Kampagne „Rumours about Germany“ für welche Zielgruppe beworben, und welche Kosten sind hierdurch seit 2017 entstanden (bitte nach Jahren aufschlüsseln)?
6. Auf welchen Radiosendern in welchen Staaten wurde die Kampagne „Rumours about Germany“ für welche Zielgruppe beworben, und welche Kosten sind hierdurch seit 2017 entstanden (bitte nach Jahren aufschlüsseln)?
7. Auf welchen TV-Sendern in welchen Staaten wurde die Kampagne „Rumours about Germany“ für welche Zielgruppe beworben, und welche Kosten sind hierdurch seit 2017 entstanden (bitte nach Jahren aufschlüsseln)?

8. Wie bewertet die Bundesregierung die Informationskampagne „Rumours about Germany“ bislang, insbesondere im Hinblick auf das Kosten-Nutzen-Verhältnis des Projektes?

Berlin, den 26. November 2019

**Dr. Alice Weidel, Dr. Alexander Gauland und Fraktion**