

Antwort

der Bundesregierung

auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Dr. Anton Friesen, Armin-Paulus Hampel, Dr. Roland Hartwig, weiterer Abgeordneter und der Fraktion der AfD – Drucksache 19/15993 –

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

Vorbemerkung der Fragesteller

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

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?

Die Fragen 1 bis 1b werden gemeinsam beantwortet.

Mit der Evaluierung wurde die Firma CEval GmbH beauftragt. Die Ergebnisse werden der Bundesregierung voraussichtlich im zweiten Quartal 2020 vorliegen. Bezüglich der Kriterien wird auf die Antwort der Bundesregierung zu Frage 3 der Kleinen Anfrage der Fraktion der AfD auf Bundestagsdrucksache 19/14709 verwiesen.

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)?

Die Fragen 2 und 3 werden gemeinsam beantwortet.

Technische Gründe lassen einen eindeutigen Rückschluss auf Aufenthaltsorte von Nutzern im Sinne der Fragestellung nicht zu. Darüber hinaus sind Faktoren wie Internetzugriffsmöglichkeiten im Verhältnis zur Gesamtbevölkerung in den aufgeführten Ländern zu berücksichtigen.

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)?

Für die Bewerbung von „Rumours about Germany“ wurden Poster sowie Plakate und Flyer erstellt, die in folgenden Auflagen und Sprachen gedruckt wurden:

- 3.000 Flyer – deutsch
- 12.200 Flyer – englisch
- 4.300 Flyer – französisch
- 11.100 Flyer – arabisch
- 3.600 Flyer – dari
- 240 Poster bzw. Plakate – englisch
- 60 Poster bzw. Plakate – französisch
- 200 Poster bzw. Plakate – arabisch.

Diese Printmaterialien wurden in den Jahren 2017 und 2018 in Deutschland und über die Auslandvertretungen in weiteren Ländern verteilt, die als Herkunfts- oder als Transitländer relevant sind. Dazu zählten Ägypten, Afghanistan, Côte d'Ivoire, Nigeria, Pakistan, Senegal, Serbien, Sudan, Tunesien und die Türkei.

Die Ausgaben hierfür beliefen sich auf insgesamt 2.700 Euro im Jahr 2017. Für das Jahr 2018 fielen keine Ausgaben an.

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)?

Beiträge von „Rumours about Germany“ wurden über Facebook beworben. Die Zielgruppen sind hierbei (potentielle) Migrantinnen und Migranten und deren Umfeld. Folgende Ausgaben sind seit 2017 hierfür entstanden:

- 2017: 35.000 Euro
- 2018: 28.800 Euro
- 2019: 9.600 Euro.

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)?

Die Fragen 6 und 7 werden gemeinsam beantwortet.

Im Rahmen der Bewerbung von „Rumours about Germany“ wurden in Afghanistan Radiospots auf folgenden Radiosendern ausgespielt: Arman FM, Arakozia, Khurshid, Ariana, Watandar, Shahar, Shamshad, Nawa, Spozhmai, Jawnawan. In Pakistan wurden hierfür folgende Radiosender genutzt: Radio Awaz, FM 100, FM 101, Hamara Punjab, FM 94 Dhamaal, Suno Pakistan FM 89.

Die Werbeblöcke zu „Rumours about Germany“ wurden in Afghanistan auf den Fernsehsendern Tolo TV, Ariana TV, Khurshid, Lemar, Shamshad und Yak TV ausgestrahlt.

Weiterhin wurde „Rumours about Germany“ auch afrikaweit beworben. Die Spots wurden zusammen mit den Übertragungen von Fußballspielen der English Premier League gezeigt. Die Spots wurden in folgenden Ländern ausgestrahlt: Äquatorialguinea, Äthiopien, Angola, Benin, Botswana, Burkina Faso, Burundi, Cabo Verde, Côte d'Ivoire, Demokratische Republik Kongo, Dschibuti, Eritrea, Gabun, Gambia, Ghana, Guinea, Guinea-Bissau, Kamerun, Kenia, Liberia, Madagaskar, Malawi, Mali, Mauretanien, Mauritius, Mosambik, Namibia, Niger, Republik Kongo, Ruanda, Sambia, Senegal, Seychellen, Sierra Leone, Simbabwe, Somalia, Südsudan, Sudan, São Tomé und Príncipe, Tansania, Togo, Tschad, Uganda und Zentralafrikanische Republik.

Die Zielgruppe waren potentielle Migrantinnen und Migranten und deren Umfeld in den Herkunfts- und Transitländern. Die Ausgaben für die Bewerbung über Radio und Fernsehen beliefen sich wie folgt auf:

- 2017: 21.700 Euro
- 2018: 439.000 Euro
- 2019: keine Ausgaben.

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

Vorbehaltlich des noch ausstehenden Ergebnisses der externen Evaluierung bewertet die Bundesregierung die Informationskampagne „Rumours about Germany“ als erfolgreich.