



## Schriftliche Anfrage

des Abgeordneten **Martin Böhm AfD**  
vom 19.11.2021

### **Aufwendungen der Staatsregierung für Anzeigenschaltungen und sonstige Werbemaßnahmen**

Bereits vor einem Jahr meldete die „Frankfurter Allgemeine Zeitung“, dass die Werbeausgaben der Bundesregierung und einzelner Ministerien regelrecht explodiert seien und bezog sich dabei auf Daten von Medienexperten (<https://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/regierung-gibt-viel-mehr-fuer-werbung-aus-17058924.html>). Vor diesem Hintergrund ist es von Interesse, ob diese Tendenz auch im Freistaat Bayern zu beobachten ist.

Ich frage die Staatsregierung:

1. a) Auf welche Summe belaufen sich die Aufwendungen der Staatskanzlei für Anzeigenschaltungen und sonstige Werbemaßnahmen (Sparten: Print, TV, Radio, Online-Werbung, Außenwerbung) in der laufenden Legislaturperiode (bitte aufschlüsseln nach Jahr und Sparten)? ..... 3
- b) Auf welche Summe belaufen sich die Aufwendungen der Staatsministerien für Anzeigenschaltungen und sonstige Werbemaßnahmen (Sparten: Print, TV, Radio, Online-Werbung, Außenwerbung) in der laufenden Legislaturperiode (bitte aufschlüsseln nach Ministerien, Jahr und Sparten)? ..... 3
- c) Welche Anzeigen in Printmedien (Zeitungen, Zeitschriften, Anzeigenblätter etc.) hat die Staatskanzlei in der laufenden Legislaturperiode geschaltet (bitte aufschlüsseln nach Jahr, Medium und jeweiligem Thema)? ..... 4
2. a) Welche Anzeigen in Printmedien (Zeitungen, Zeitschriften, Anzeigenblätter etc.) haben die Staatsministerien in der laufenden Legislaturperiode geschaltet (bitte aufschlüsseln nach Ministerien, Jahr, Medium und jeweiligem Thema)? ..... 4
- b) Welche Maßnahmen der TV-Werbung (öffentlich-rechtlich und privat) hat die Staatskanzlei in der laufenden Legislaturperiode durchgeführt (bitte aufschlüsseln nach Jahr, Medium und jeweiligem Thema)? ..... 6
- c) Welche Maßnahmen der TV-Werbung (öffentlich-rechtlich und privat) haben die Staatsministerien in der laufenden Legislaturperiode durchgeführt (bitte aufschlüsseln nach Ministerien, Jahr, Medium und jeweiligem Thema)? ..... 6
3. a) Welche Maßnahmen der Radiowerbung (öffentlich-rechtlich und privat) hat die Staatskanzlei in der laufenden Legislaturperiode durchgeführt (bitte aufschlüsseln nach Jahr, Medium und jeweiligem Thema)? ..... 6
- b) Welche Maßnahmen der Radiowerbung (öffentlich-rechtlich und privat) haben die Staatsministerien in der laufenden Legislaturperiode durchgeführt (bitte aufschlüsseln nach Ministerien, Jahr, Medium und jeweiligem Thema)? .. 6
- c) Welche Maßnahmen der Online-Werbung (Suchmaschinen-, Banner-, Smartphone-Werbung etc.) hat die Staatskanzlei in der laufenden Legislaturperiode durchgeführt (bitte aufschlüsseln nach Jahr, Medium und jeweiligem Thema)? ..... 6

Hinweis des Landtagsamts: Zitate werden weder inhaltlich noch formal überprüft. Die korrekte Zitierweise liegt in der Verantwortung der Fragestellerin bzw. des Fragestellers sowie der Staatsregierung.

4. a) Welche Maßnahmen der Online-Werbung (Suchmaschinen-, Banner-, Smartphone-Werbung etc.) haben die Staatsministerien in der laufenden Legislaturperiode durchgeführt (bitte aufschlüsseln nach Ministerien, Jahr, Medium und jeweiligem Thema)? ..... 6
- b) Welche Maßnahmen der Außenwerbung (Plakate, Aufsteller, Verkehrsmittelwerbung, Flyer etc.) hat die Staatskanzlei in der laufenden Legislaturperiode durchgeführt (bitte aufschlüsseln nach Jahr, Medium und jeweiligem Thema)? ..... 6
- c) Welche Maßnahmen der Außenwerbung (Plakate, Aufsteller, Verkehrsmittelwerbung, Flyer etc.) haben die Staatsministerien in der laufenden Legislaturperiode durchgeführt (bitte aufschlüsseln nach Ministerien, Jahr, Medium und jeweiligem Thema)? ..... 6
5. a) Welche Kriterien legt die Staatsregierung bei der Auswahl der jeweiligen Werbemaßnahmen und Werbeträger zugrunde und wo sind diese definiert? ... 6
- b) Welche Werbeagenturen oder sonstigen Dienstleister im Bereich Werbung hat die Staatsregierung in der laufenden Legislaturperiode beauftragt (bitte aufschlüsseln nach Staatskanzlei und einzelnen Ministerien)? ..... 6

# Antwort

der Staatskanzlei  
vom 15.12.2021

**1. a) Auf welche Summe belaufen sich die Aufwendungen der Staatskanzlei für Anzeigenschaltungen und sonstige Werbemaßnahmen (Sparten: Print, TV, Radio, Online-Werbung, Außenwerbung) in der laufenden Legislaturperiode (bitte aufschlüsseln nach Jahr und Sparten)?**

Für Anzeigen der Staatskanzlei in Printmedien: Im Jahr 2018 wurde nach Beginn der Legislaturperiode keine Anzeige geschaltet. Im Jahr 2019 sind Gesamtkosten i. H. v. 372.422,51 Euro angefallen. Aufgrund von Informationspflichten und des erhöhten Informationsbedarfs angesichts der Coronapandemie lagen die Gesamtkosten im Jahr 2020 über den üblichen Ausgaben bei 1.269.436,81 Euro. Im Jahr 2021 sind bis zum Stichtag 19.11.2021 Ausgaben i. H. v. 467.184,82 Euro angefallen.

Die Staatsregierung ergreift keine Werbemaßnahmen, sondern kommt ihrem verfassungsmäßigen Informationsauftrag nach. Danach ist staatliche Öffentlichkeitsarbeit zulässig und notwendig, um die Politik der Regierung, ihre Maßnahmen und Vorhaben sowie künftig zu lösende Fragen darzulegen und zu erläutern.

Die Kriterien, nach denen die Staatsregierung ihre Öffentlichkeitsarbeit gestaltet, ergeben sich aus dem geltenden Recht, der verfassungsgerichtlichen Rechtsprechung sowie der Einhaltung der Vorgaben des Medienstaatsvertrags und des Bayerischen Mediengesetzes.

**b) Auf welche Summe belaufen sich die Aufwendungen der Staatsministerien für Anzeigenschaltungen und sonstige Werbemaßnahmen (Sparten: Print, TV, Radio, Online-Werbung, Außenwerbung) in der laufenden Legislaturperiode (bitte aufschlüsseln nach Ministerien, Jahr und Sparten)?**

Für Printanzeigen fielen im Geschäftsbereich des Staatsministeriums für Familie, Arbeit und Soziales seit Beginn der laufenden Legislaturperiode 374,85 Euro im Jahr 2018, 12.366,67 Euro im Jahr 2019, 102.208,06 Euro im Jahr 2020 und 228.331,03 Euro im Jahr 2021 bis zum Stichtag an. Die Ausgaben des Staatsministeriums für Wohnen, Bau und Verkehr für Anzeigen im Printbereich betragen im Jahr 2020 101.921,17 Euro (2018, 2019 und 2021 Fehlanzeige).

Die Ausgaben für Printanzeigen des Staatsministeriums für Digitales lagen 2020 bei 2.448,92 Euro (2018, 2019 und 2021 Fehlanzeige). Die Ausgaben für Printanzeigen des Staatsministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten beliefen sich im Jahr 2018 auf 50.210,56 Euro, im Jahr 2019 auf 155.811,62 Euro, im Jahr 2020 auf 238.534,43 Euro und im Jahr 2021 auf 95.443,84 Euro.

Im Staatsministerium der Finanzen und für Heimat fielen Ausgaben für Anzeigen in Printmedien im Jahr 2018 i. H. v. 6.486,69 Euro an, im Jahr 2019 i. H. v. 35.684,53 Euro und im Jahr 2020 i. H. v. 157.743,02 Euro inkl. der im Jahr 2021 ausbezahlten Jahresendrabatte für Anzeigen aus dem Jahr 2020 i. H. v. 685,50 Euro (2021 Fehlanzeige).

Die Ausgaben für Printanzeigen des Staatsministeriums für Gesundheit und Pflege betragen im Jahr 2018 15.644,30 Euro, im Jahr 2020 bzw. 2021 aufgrund des erhöhten Informationsbedarfs im Zuge der Coronapandemie 1.401.064,76 Euro bzw. 593.149,42 Euro (2019 Fehlanzeige). Im Bereich des Staatsministeriums des Innern, für Sport und Integration fielen Ausgaben für Printanzeigen im Jahr 2018 i. H. v. 5.950,00 Euro, im Jahr 2019 i. H. v. 5.176,50 Euro, im Jahr 2020 i. H. v. 5.355,00 Euro und im Jahr 2021 i. H. v. 14.071,75 Euro an.

Das Staatsministerium der Justiz meldet Fehlanzeige.

Die Ausgaben für Printanzeigen des Staatsministeriums für Unterricht und Kultus beliefen sich im Jahr 2019 auf 21.377,16 Euro, im Jahr 2020 auf 165.600,00 Euro und im Jahr 2021 auf 14.886,90 Euro (2018 Fehlanzeige).

Im Staatsministerium für Umwelt und Verbraucherschutz fielen Kosten für Printanzeigen im Jahr 2020 i. H. v. 1.160,00 Euro und im Jahr 2021 i. H. v. 5.668,58 Euro an (2018 und 2019 Fehlanzeige).

Die Ausgaben für Printanzeigen des Staatsministeriums für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie beliefen sich im Jahr 2019 i.H.v. 5.355,00 Euro, im Jahr 2020 i.H.v. 680.540,91 Euro und im Jahr 2021 i.H.v. 297.896,26 Euro (2018 Fehlanzeige).

Im Geschäftsbereich des Staatsministeriums für Wissenschaft und Kunst fielen Ausgaben für Printanzeigen im Jahr 2018 i.H.v. 2.255,05 Euro, im Jahr 2019 i.H.v. 65.632,64 Euro, im Jahr 2020 i.H.v. 64.910,05 Euro und im Jahr 2021 i.H.v. 114.115,62 Euro an.

Zur Frage nach den „sonstigen Werbemaßnahmen“ wird auf die entsprechenden Ausführungen unter 1a verwiesen.

**c) Welche Anzeigen in Printmedien (Zeitungen, Zeitschriften, Anzeigenblätter etc.) hat die Staatskanzlei in der laufenden Legislaturperiode geschaltet (bitte aufschlüsseln nach Jahr, Medium und jeweiligem Thema)?**

Im Jahr 2019 wurden in allen am Erscheinungstag erscheinenden bayerischen Tageszeitungen ein Wahlauf Ruf zur Europawahl und eine Anzeige zum Großeltern tag geschaltet. Zudem erschien eine Anzeige in „The Security Times“ zur Münchner Sicherheitskonferenz. 2020 wurden folgende Anzeigen geschaltet: eine gemeinsame Gedenkanzeige mit dem Landtag zur KZ-Befreiung, ein Wahlauf Ruf zur Kommunalwahl und zur Stichwahl bei der Kommunalwahl sowie aufgrund der Informationspflicht der Staatsregierung zur Coronapandemie zwei Anzeigen mit dem Abdruck der „Allgemeinverfügung des Staatsministeriums für Gesundheit und Pflege vom 20.03.2020 zur vorläufigen Ausgangsbeschränkung anlässlich der Corona-Pandemie“ und eine weitere Informationsanzeige zur Coronapandemie. Im Jahr 2021 wurden eine Informationsanzeige zur Coronapandemie, ein Wahlauf Ruf zur Bundestagswahl und eine Anzeige zum Großeltern tag geschaltet. Diese Anzeigen wurden in allen am Erscheinungstag erscheinenden bayerischen Tageszeitungen geschaltet.

**2. a) Welche Anzeigen in Printmedien (Zeitungen, Zeitschriften, Anzeigenblätter etc.) haben die Staatsministerien in der laufenden Legislaturperiode geschaltet (bitte aufschlüsseln nach Ministerien, Jahr, Medium und jeweiligem Thema)?**

Nach Beginn der Legislaturperiode wurde im Bereich des Staatsministeriums für Familie, Arbeit und Soziales 2018 und 2019 in jeweils einer Anzeige in der regionalen Tageszeitung über Veranstaltungen im Rahmen der Kampagne „Stark durch Erziehung“ informiert. In thematisch einschlägigen Magazinen wurden 2019 bis 2021 Anzeigen zur Plattform „Berufsorientierung Bayern“ (z. B. Bildungspraxis Magazin, vbw Unternehmernmagazin) sowie 2020 und 2021 zu Angeboten der Schwangerschaftsberatung (Zeitschrift ELTERN Klinikführer Geburt) und der Ausbildungsinitiative „Fit for Work“ (z. B. Deutsche Handwerks Zeitung, IHK-Magazin) geschaltet.

Das Staatsministerium für Wohnen, Bau und Verkehr hat 2020 angesichts der Coronapandemie eine bayernweite Zeitungsanzeige zur Fahrgastrückgewinnung im ÖPNV geschaltet.

Im Bereich des Staatsministeriums für Digitales wurde 2020 mit einer Anzeige in der regionalen Tageszeitung über die Veranstaltung „Digitalisierung konkret“ in Alzenau informiert. Im Bereich des Staatsministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten wurde in den Jahren 2018 bis 2021 mit Anzeigen in Tageszeitungen und Wochenmagazinen bzw. in Beilagen (z. B. Der Spiegel, Süddeutsche Zeitung) sowie in thematisch jeweils passenden Magazinen (z. B. Gastroführern und Lebensmittelmagazinen) über Produkte aus Bayern, bayerische Genussregionen, das Siegel „Geprüfte Qualität – Bayern“, das Bayerische Biosiegel und die „Bio-Erlebnistage“ (bis 2020) informiert. Darüber hinaus wurde 2019 bis 2021 mit Anzeigen in Publikumszeitschriften, in Beilagen zu Tageszeitungen und in thematisch jeweils passenden Fachzeitschriften auf die Initiativen „Streuobst blüht“ und „WeltGenussErbe Bayern“ hingewiesen. Zudem wurden Anzeigen zu den Themen „Urlaub auf dem Bauernhof“ (2020), „Volksfest dahoam“ (2020, 2021) und zum Welttag der Bienen / Urban Gardening (2021) in Tageszeitungen sowie in einschlägigen Magazinen geschaltet (z. B. Straubinger Tagblatt, Münchner Merkur, DEHOGA-Gastgeber-Magazin).

Im Bereich des Staatsministeriums der Finanzen und für Heimat wurden 2018 und 2019 in regionalen Anzeigenblättern Hinweise zu Aktionen der Staatsbäder anlässlich des Ehrenamtstags geschaltet. Darüber hinaus wurde 2019 in Tages- und Wochenzeitungen der Region Nürnberg auf den Tag der offenen Tür im Heimatministerium Nürnberg und 2020 in einer gemeinsamen Anzeige mit dem Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie in den bayernweit erscheinenden Tageszeitungen auf Coronawirtschaftshilfen der Staatsregierung hingewiesen.

Das Staatsministerium für Gesundheit und Pflege hat 2018 eine Informationskampagne zur Masernimpfung mit Titelanzeige und Beileger im Lesezirkel durchgeführt. 2020 wurde in einem Fachmagazin über die WifOR-Studie 2019 zur Bedeutung der Gesundheits- und Pflegewirtschaft in Bayern informiert. Darüber hinaus kam das Staatsministerium 2020 und 2021 mit insgesamt 16 Anzeigen in bayernweiten Tageszeitungen, Anzeigen- und Kirchenblättern, Magazinen, in fremdsprachigen Printtiteln sowie beim Lesezirkel dem gesteigerten Bedarf an Informationen im Rahmen der Bekämpfung der Coronapandemie nach.

Das Staatsministerium des Innern, für Sport und Integration hat seit Beginn der Legislaturperiode im Jahr 2019 bis 2021 Anzeigen in einem bayernweiten Informationsmagazin für Rechtsreferendare und 2021 zusätzlich in einer Beilage der Süddeutschen Zeitung (jeweils Gesamtpaket für Print- und Onlineanzeige) zu den Berufsmöglichkeiten im Ministerium geschaltet.

Das Staatsministerium der Justiz meldet Fehlanzeigen. Im Bereich des Staatsministeriums für Unterricht und Kultus wurde 2019 bis 2021 in Magazinen zur Berufsorientierung und darüber hinaus 2020 in den bayernweit erscheinenden Tageszeitungen über Berufsmöglichkeiten als Lehrkraft informiert.

Im Bereich des Staatsministeriums für Umwelt und Verbraucherschutz wurde im Jahr 2020 im Magazin „Viva Monaco“ über die klimafreundliche Mobilitätskampagne „CiaoStau“ zur Bayerischen Klimawoche informiert. Im Jahr 2021 wurde in Magazinen außerdem auf den Podcast des Staatsministeriums „Morgen gewinnt heute“ und auf die Klima-Aktionswoche hingewiesen.

Im Bereich des Staatsministeriums für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie wurde 2019 bis 2021 im VentureCapital Magazin jeweils eine Anzeige im Rahmen der Informationskampagne „Gründerland Bayern“ geschaltet. Darüber hinaus wurde jeweils mit Anzeigen in bayernweiten Tageszeitungen 2020 über Fördermaßnahmen im Bereich der erneuerbaren Energien, Coronawirtschaftshilfen, den Ausflugssticker Bayern und die Kampagne „Ausbildung macht Elternstolz“ informiert. Im Jahr 2021 erfolgten zudem jeweils Anzeigenschaltungen in bayernweiten Tageszeitungen mit Informationen zur Überbrückungshilfe III und in Wochenzeitschriften zur Initiative „Ausbildung macht Elternstolz“.

Das Staatsministerium für Wissenschaft und Kunst kam der gesteigerten Informationspflicht aufgrund der Coronapandemie im Jahr 2020 mit einer Anzeige zum Coronakünstlerhilfsprogramm Bayern im Magazin „Münchner Feuilleton“ und im Jahr 2021 mit einer Anzeige zum Soloselbstständigenprogramm in bayernweiten Tageszeitungen nach. Im Geschäftsbereich des Ministeriums wurde außerdem von 2018 bis 2021 über das Museum der Bayerischen Geschichte bzw. die Landessaussstellungen „100 Schätze“ (2019), „Stadt befreit“ (2020) und „Götterdämmerung II“ (2021) sowie die Bayernausstellung „Tempo, Tempo“ (2020/21) mit mehreren Anzeigen in regionalen und überregionalen Tageszeitungen, Fachmagazinen, in Programmheften und Festschriften, in Stadt- und Freizeitführern sowie in touristischen Magazinen informiert.

- b) Welche Maßnahmen der TV-Werbung (öffentlich-rechtlich und privat) hat die Staatskanzlei in der laufenden Legislaturperiode durchgeführt (bitte aufschlüsseln nach Jahr, Medium und jeweiligem Thema)?
- c) Welche Maßnahmen der TV-Werbung (öffentlich-rechtlich und privat) haben die Staatsministerien in der laufenden Legislaturperiode durchgeführt (bitte aufschlüsseln nach Ministerien, Jahr, Medium und jeweiligem Thema)?
- 3. a) Welche Maßnahmen der Radiowerbung (öffentlich-rechtlich und privat) hat die Staatskanzlei in der laufenden Legislaturperiode durchgeführt (bitte aufschlüsseln nach Jahr, Medium und jeweiligem Thema)?
- b) Welche Maßnahmen der Radiowerbung (öffentlich-rechtlich und privat) haben die Staatsministerien in der laufenden Legislaturperiode durchgeführt (bitte aufschlüsseln nach Ministerien, Jahr, Medium und jeweiligem Thema)?
- c) Welche Maßnahmen der Online-Werbung (Suchmaschinen-, Banner-, Smartphone-Werbung etc.) hat die Staatskanzlei in der laufenden Legislaturperiode durchgeführt (bitte aufschlüsseln nach Jahr, Medium und jeweiligem Thema)?
- 4. a) Welche Maßnahmen der Online-Werbung (Suchmaschinen-, Banner-, Smartphone-Werbung etc.) haben die Staatsministerien in der laufenden Legislaturperiode durchgeführt (bitte aufschlüsseln nach Ministerien, Jahr, Medium und jeweiligem Thema)?
- b) Welche Maßnahmen der Außenwerbung (Plakate, Aufsteller, Verkehrsmittelwerbung, Flyer etc.) hat die Staatskanzlei in der laufenden Legislaturperiode durchgeführt (bitte aufschlüsseln nach Jahr, Medium und jeweiligem Thema)?
- c) Welche Maßnahmen der Außenwerbung (Plakate, Aufsteller, Verkehrsmittelwerbung, Flyer etc.) haben die Staatsministerien in der laufenden Legislaturperiode durchgeführt (bitte aufschlüsseln nach Ministerien, Jahr, Medium und jeweiligem Thema)?
- 5. a) Welche Kriterien legt die Staatsregierung bei der Auswahl der jeweiligen Werbemaßnahmen und Werbeträger zugrunde und wo sind diese definiert?
- b) Welche Werbeagenturen oder sonstigen Dienstleister im Bereich Werbung hat die Staatsregierung in der laufenden Legislaturperiode beauftragt (bitte aufschlüsseln nach Staatskanzlei und einzelnen Ministerien)?

Für die Beantwortung der Fragen 2b bis 5b nach Werbung bzw. Werbemaßnahmen wird auf die entsprechenden Ausführungen unter 1 a verwiesen.