



HESSISCHER LANDTAG

01. 08. 2018

Kleine Anfrage

des Abg. Rudolph (SPD) vom 24.04.2018**betreffend Aufwendungen aus öffentlichen Kassen für Promotion-Magazin "Starkes Land Hessen"****und**

Antwort

des Chefs der Staatskanzlei

Vorbemerkung des Fragestellers:

Im April 2018 ist zum (mindestens) fünften Mal seit 2015 die dem Nachrichtenmagazin "Der Spiegel" beigeheftete Beilage "Starkes Land Hessen" (frühere Ausgaben "hessen starkes land") erschienen. Die jeweils 64 Seiten umfassenden Beihefter werden als "Promotion-Magazin" bezeichnet und laut Impressum vom Verlag Ablinger Gaber in Hall in Tirol, Österreich, produziert. Auffällig ist die regierungsfreundliche Berichterstattung im redaktionellen Teil bei zugleich sehr hohem Anteil von aus unterschiedlichen öffentlichen Kassen finanzierten Anzeigen. In der jüngsten Ausgabe z.B. ganzseitige Anzeigen der Mittelständischen Beteiligungsgesellschaft Hessen mBH, der Technischen Hochschule Mittelhessen (THM), des "House of Energy", des Hessischen Rundfunks, der Stadt Frankfurt (DomRömer GmbH), des Museums für Kommunikation und halb- oder drittelseitige Anzeigen der Hochschule Darmstadt, der Frankfurt University of Applied Sciences", der Wiesbadener Marketing GmbH, des Staatstheaters Kassel, der Stadt Fulda und der "Ray2018". Anzeigen mit einem rein privatwirtschaftlichen Hintergrund sind hingegen die absolute Ausnahme.

Vorbemerkung des Chefs der Staatskanzlei:

Dieser Antwort liegen Ausgaben der genannten Publikation vom Oktober 2015, Mai 2016, Oktober 2016, April 2017, Oktober 2017 und April 2018 zugrunde. Zu den in der Vorbemerkung des Fragestellers erwähnten Anzeigen wie etwa der Städte Frankfurt und Fulda, des Hessischen Rundfunks sowie der Wiesbadener Marketing GmbH können hier keine Feststellungen getroffen werden.

Darüber hinaus ist darauf hinzuweisen, dass in der zur Veröffentlichung vorgesehenen Antwort auf die Kleine Anfrage nur eine Übersicht der geschalteten Anzeigen enthalten ist, da nicht ausgeschlossen werden kann, dass der Veröffentlichung berechnete Interessen Dritter (Betriebs-/Geschäftsgeheimnisse) entgegenstehen. Ein Exemplar der Antwort auf die Kleine Anfrage, in dem die erbetenen Informationen zu den einzelnen Kostenpositionen dargestellt sind, ist in der Kanzlei des Hessischen Landtags zur Einsichtnahme für die Abgeordneten des Hessischen Landtags hinterlegt.

Diese Vorbemerkungen vorangestellt, beantworte ich die Kleine Anfrage im Einvernehmen mit dem Minister für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Landesentwicklung, dem Minister der Finanzen, dem Minister für Soziales und Integration und dem Minister für Wissenschaft und Kunst wie folgt:

Frage 1. Welche Behörden des Landes Hessen, welche Unternehmen im Besitz des Landes Hessen und welche aus Landesmitteln geförderten Institutionen haben in den bislang erschienenen Ausgaben "Starkes Land Hessen" (bzw. "hessen starkes land" Anzeigen geschaltet. (Bitte jede Anzeigenschaltung tabellarisch mit Auftraggeber, Anzeigengröße und Erscheinungsdatum.)

Anzeigen sind im Bereich des Ministeriums für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Landesentwicklung, des Ministeriums der Finanzen und des Ministeriums für Wissenschaft und Kunst erschienen. Eine tabellarische Übersicht ist als Anlage beigefügt.

Frage 2. Welche Kosten sind dafür im Einzelfall und insgesamt entstanden?

Siehe Vorbemerkung.

Frage 3. Haben die Landesregierung, andere Behörden des Landes oder im Besitz oder Teilbesitz des Landes stehende Unternehmen sich über die Schaltung von Anzeigen hinaus an den Kosten der sogenannten Promotion-Magazine beteiligt etwa durch Druckkostenzuschüsse, Marketingzuschüsse oder auf anderem Wege? Wenn ja, welche?

Die Goethe-Universität Frankfurt hat im Oktober 2017 ein halbseitiges Interview mit dem Frankfurter Computerarchitekten Professor Volker Lindenstruth als PR-Beitrag der Goethe-Universität gefördert.

Frage 4. An der Entstehung welcher redaktionellen Inhalte haben die Hessische Landesregierung oder von ihr Beauftragte mitgewirkt?

Bereich der Hessischen Staatskanzlei:

Für die Ausgabe Oktober 2017 hat der Ministerpräsident auf Anfrage des herausgebenden Verlags Ablinger & Garber dem Redaktions-Mitglied Reinold Rehberger ein persönliches Interview in der Hessischen Staatskanzlei gegeben. Bei diesem Termin war auch ein vom Verlag beauftragter Fotograf vor Ort. Das Titelfoto mit dem Ministerpräsidenten wurde aus dem Bestand der Hessischen Staatskanzlei zur Verfügung gestellt. Es handelte sich um ein redaktionelles Interview, der Staatskanzlei sind hierfür keinerlei Kosten entstanden.

In der Ausgabe April 2017 ist im Artikel "Im Herzen Europas beginnt eine neue Zeitrechnung" von Reinold Rehberger ein Zitat des Ministerpräsidenten veröffentlicht, das aus einer Rede beim Rheingau Musikfestival stammt. Das Bild wurde nicht von der Hessischen Staatskanzlei zur Verfügung gestellt.

Bereich des Ministeriums für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Landesentwicklung:

Das Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Landesentwicklung oder von ihm Beauftragte haben an redaktionellen Inhalten nicht direkt mitgewirkt. Ggf. erfolgte auf Anfrage der Verweis auf Pressemeldungen der HA Hessen Agentur GmbH und ihrer Tochtergesellschaften. In wenigen Fällen wurden Zitate freigegeben und Rechercheanfragen beantwortet. Die Fragen des im Oktober 2015 erschienen Interviews wurden von der Pressestelle des HMWEVL im Rahmen der üblichen Tätigkeit beantwortet.

Bereich des Ministeriums für Soziales und Integration:

Für die Aprilausgabe 2017 war ein Interview mit dem Minister für Soziales und Integration angefragt und ist auch erschienen. Im Kontext des Interviews ist auch ein redaktioneller Beitrag entstanden, in dem u.a. über das Welcomecenter Hessen berichtet wird.

Bereich des Ministeriums für Wissenschaft und Kunst:

Das Ministerium für Wissenschaft und Kunst hat bei der Vorbereitung des Interviews mit dem Minister unterstützt. Die Hochschule Darmstadt hat Auskünfte zum Dualen Studium zu einem Beitrag in der Ausgabe Mai 2016 gegeben und ein Foto eines Präsidiumsmitglieds bereitgestellt. Die Frankfurt University of Applied Sciences (Frankfurt UAS) hat an einer "Sonderstrecke" zur Unterstützung der Dachmarke "duales studium hessen" mitgewirkt. Die Technische Hochschule Mittelhessen hat für die Ausgabe vom Oktober 2015 an einem eine Seite umfassenden Interviewbeitrag zum Dualen Studium mitgewirkt. Die Justus-Liebig-Universität Gießen (JLU) hat an einem Interview zur Konferenz Hessischer Universitätspräsidenten (KHU) mit dem KHU-Sprecher und JLU-Präsident Prof. Dr. Joybrato Mukherjee mitgewirkt sowie Informationen zum Forschungscampus Mittelhessen (FCMH) zu Ausgaben 2016 und April 2017 übermittelt. Die Philipps-Universität Marburg hat Auskünfte zum Forschungscampus Mittelhessen (Pressemitteilungen) im Oktober 2016 sowie Auskünfte zum Thema Digitalisierung in der Bildung und zu Ars Legendi-Preisträgern (Pressemitteilungen) im Oktober 2017 erteilt.

Frage 5. Welche Erkenntnisse haben die Landesregierung bzw. haben die Anzeigenkunden (siehe Frage 1) zur Auflage und zum Verbreitungsgebiet der jeweiligen Beihefter?

Der Verlag nennt beispielhaft eine Auflagenhöhe von 74.500 und eine Reichweite von 440.000 Lesern. Das Verbreitungsgebiet erstreckte sich hauptsächlich auf Hessen.

Frage 6. Welchen konkreten werblichen Effekt haben sich die Anzeigenkunden (siehe Frage 1) von den jeweiligen Anzeigen versprochen?

Bereich des Ministeriums für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Landesentwicklung:

Die Anzeigen verfolgten diese Ziele:

- Stimulation von Innovationen im Mittelstand im regionalen Umfeld (Land Hessen) inkl. Erfüllung der Informationspflicht über das bestehende Innovations-Förderangebot für KMU der

Förderlinie 3 des LOEWE-Programms mit Angabe von Kontaktmöglichkeit für weitere Informationen.

- Verstärkung der Botschaft der drei redaktionellen Beiträge zu Forschung und Technologietransfer in Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und hessischen Hochschulen und Angabe von Kontaktmöglichkeit für weitere Informationen.
- Sichtbarkeit und Motivation zur Teilnahme "HessenChampions".
- Sichtbarkeit und Motivation zur Teilnahme "Gründerwoche".
- Bewerbung der Dachmarke "Duales Studium Hessen"

Bereich des Ministeriums der Finanzen

Die Anzeigen verfolgten diese Ziele:

- Überregionale Verbreitung des Flugprogramms vom Kassel Airport; insbesondere Mittel und Osthessen, sowie sporadisch Anrainerregionen.
- Steigerung der Wahrnehmung des Freilichtmuseums Hessenpark als bedeutender Kulturort in Hessen; Steigerung der Bekanntheit / Sympathie; Kundenneugewinnung.
- Plattform geben für Partner und Mieter des HOLM als Teil des Kompetenznetzwerks Log & Mob; Positionierung des HOLM als Entwicklungs- und Veranstaltungszentrum für Log & Mob; Akquise von Mietern für die HOLM Immobilie sowie Akquise von Veranstaltungskunden; Stärkung des Wirtschaftsstandortes Hessen und als Drehscheibe für Log & Mob in Deutschland; Generierung von Aufmerksamkeit sowie Akquise und Bindung von Premiumpartnern
- Forcierung des öffentlichen Beteiligungsgeschäftes in Hessen und Ansprache von Unternehmensvertretern; (Die Anzeigen im Oktober standen in Zusammenhang mit der Berichterstattung des Preises Hessen Champions, der u.a. von der MBG H vergeben wird.)

Bereich des Ministeriums für Wissenschaft und Kunst:

Die Anzeigen verfolgten diese Ziele:

- Hochschule Darmstadt: Ansprache von Unternehmen als potenzielle Kooperationspartner der dualen Studienangebote sowie von Studieninteressierten in einem erweiterten Einzugsbereich der Hochschule.
- Hochschule RheinMain: Erhöhung der Studierendenzahl und Ansprache von möglichen Kooperationspartnern für das duale Studium.
- Frankfurt University of Applied Sciences (Frankfurt UAS): Steigerung der Attraktivität der Frankfurt UAS für potenzielle Studierende und Unternehmenspartner. Werbung für alle dualen Studiengänge, insbes. des Fachbereichs "Wirtschaft und Recht", das neue duale Studienangebot Steuerlehre - Taxation (B.A.) sowie für den Studienstandort Hessen / Frankfurt.
- Technische Hochschule Mittelhessen: Steigerung des Bekanntheitsgrades und somit steigende Studierendenzahlen und Ansprache potenzieller Unternehmenspartner.
- Goethe-Universität Frankfurt: Der Beitrag wurde als gute Möglichkeit angesehen, in der Teilaufgabe eines führenden deutschen Nachrichtenmagazins themenbezogenen wichtigen Forschungsfeld ein erhebliches Maß an Aufmerksamkeit zu verschaffen.
- Museumslandschaft Hessen Kassel (MHK): Zielgruppenansprache durch die hohe Reichweite der Ausgabe und die Darstellung im Kulturteil.
- Staatstheater Wiesbaden: Hessenweite Werbung für die Maifestspiele.
- Staatstheater Kassel: Hessenweite Werbung für die Veranstaltungsreihe 2018 bis 2021.

Wiesbaden, 31. Juli 2018

Axel Wintermeyer

Anlagen

(Zur Veröffentlichung)

sowie

Ein Exemplar der Antwort auf die Kleine Anfrage, in dem die erbetenen Informationen zu den einzelnen Kostenpositionen dargestellt sind, ist in der Kanzlei des Hessischen Landtags zur Einsichtnahme hinterlegt.

Tabellarischer Anhang für die Frage 1**(Zur Veröffentlichung)**

Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Landesentwicklung

<i>Auftraggeber</i>	<i>Anzeigen- größe</i>	<i>Erscheinungs- datum</i>	<i>Seite</i>
HMWEVL	1 Seite	Oktober 2015	35
HA Hessen Agentur GmbH (Abt. I&N)	2/1 Seite	15.10.2016	8, 9
HA Hessen Agentur GmbH	1/2 Seite	Oktober 2015	11
Hessen Trade & Invest GmbH (Abt. IA)	1/3 Seite	14.05.2016	9
Hessen Trade & Invest GmbH (Abt. IA)	1/3 Seite	14.05.2016	11
HA Hessen Agentur GmbH (Abt. I&N)	1/2 Seite	14.10.2017	19
Hessen Trade & Invest GmbH (Abt. IA)	Factbox	15.10.2016	13
House of Energy	1 Seite	April 2018	31

Hinweis: Fast alle Anzeigen wurden von HA bzw. HTAI in eigener Verantwortung und ohne Veranlassung durch das HMWEVL beauftragt. Lediglich im Fall der Oktober 2015-Ausgabe wurde eine Anzeige zur Bewerbung der Dachmarke „Duales Studium Hessen“ direkt durch das HMWEVL beauftragt, nachdem sich der Steuerungskreis der Initiative (Mitglieder: HMWEVL, HMWK, HKM, Bildungsanbieter, IHK, Regionaldirektion Hessen der Arbeitsagentur) zum Abschluss der Werbekampagne im Jahr 2015 dafür ausgesprochen und das HMWEVL um die Umsetzung gebeten hatte. Diese Anzeige wurde durch das zuständige Fachreferat beauftragt.

Hessisches Ministerium der Finanzen

<i>Auftraggeber</i>	<i>Anzeigen- größe</i>	<i>Erscheinungs- datum</i>	<i>Seite</i>
Flughafen GmbH Kassel	½ Seite	24.10.2015	45
Flughafen GmbH Kassel	1/3 Seite	01.04.2017	40
Freilichtmuseum Hessenpark GmbH	Modul mittel (ca. 190 Zeichen), Text plus Bild	Mai 2016	58
Freilichtmuseum Hessenpark GmbH	Titelmodul, Bild groß, 450 Zeichen zum Sonderpreis	April 2017	60
House of Logistics & Mobility (HOLM) GmbH	2/1 Seite	24.10.2015	14,1 5
House of Logistics & Mobility (HOLM) GmbH	1/1 Seite	14.05.2016	22
House of Logistics & Mobility (HOLM) GmbH	2/1 Seite Advertorial + 1/1 Seite Anzeige	15.10.2016	20,2 1 + 23
MBG H Mittelständische Beteiligungsgesellschaft Hessen mbH (mittelbare Beteiligung)	1 Seite	Okt. 2015	7
	1 Seite, U 4	01.04.2017	64
	½ Seite	14.10.2017	9
	1 Seite, U 2	31.03.2018	2
Messe Frankfurt GmbH (einschließlich Tochtergesellschaften) Musikmesse Frankfurt	Titelmodul Messen in Hessen, ca. 950 Zeichen, ein großes Bild + Titelmodul Messen in Bayern (kostenlos)	April 2017	49
Messe Frankfurt GmbH (einschließlich Tochtergesellschaften) Musikmesse Frankfurt	Titelmodul Messen, ca. 950 Zeichen + 1 Bild	April 2018	39
Messe Frankfurt GmbH (einschließlich Tochtergesellschaften) Erlebniswelt Tendence	Messe Modul klein - 450 Zeichen + 1 Bild	April 2018	39
WI Bank	1 Seite / U4	Oktober 2017	64

Hessisches Ministerium für Wissenschaft und Kunst

<i>Auftraggeber</i>	<i>Anzeigen- größe</i>	<i>Erscheinungs- datum</i>	<i>Seite</i>
Hochschule Darmstadt	Jeweils zwei drittelseitige Anzeigen	April 2017 Oktober 2017 April 2018	18, 19 15,17 15,17
Hochschule RheinMain	½ Seite	Oktober 2015 Mai 2016 April 2017	30 30 19
Frankfurt University of Applied Sciences (Frankfurt UAS)	½ Seite	April 2018	21
Technische Hochschule Mittelhessen	½ Seite 1 + ½ Seite 2 Seiten 1 Seite 1 Seite 1 Seite	Oktober 2015 Mai 2016 Oktober 2016 April 2017 Oktober 2017 April 2018	31 29,33 36, 64 17 29 19
Museumslandschaft Hessen Kassel (MHK)	1/6 Seite	April 2018	55
Staatstheater Wiesbaden	1 Seite	Mai 2016	55
Staatstheater Kassel	1/3 Seite	April 2018	55
HfG Hochschule für Gestaltung Offenbach	½ Seite ½ Seite 1/3 Seite (rechter Rand)	Mai 2016 Oktober 2016 April 2017	15 11 59