

02.11.2016

Antwort

der Landesregierung

auf die Kleine Anfrage 5234 vom 6. Oktober 2016
des Abgeordneten Ralf Witzel FDP
Drucksache 16/13157

Entwicklung der Anzeigenkosten in den Ressortbereichen dieser Landesregierung – Welche Kosten sind angefallen durch die Schaltung von Insertionen von politischen Kampagnen bis hin zu Stellenausschreibungen in Print- oder Onlinemedien?

Vorbemerkung der Kleinen Anfrage

Das Land Nordrhein-Westfalen beauftragt seit langem regelmäßig Anzeigenschaltungen für höchst unterschiedliche Zwecke, die von der Imagewerbung für politische Zielvorstellungen der amtierenden Landesregierung bis hin zu operativen Anlässen wie Immobiliengesuchen oder Nachwuchswerbung für den Einstieg in den öffentlichen Dienst reichen. Zielerreichung und Wirksamkeit dieser Aktivitäten sind regelmäßig zu beurteilen, um steuerungsrelevante Informationen für das exekutive Handeln zu gewinnen. Fragen der Werbewirkung stellen sich insbesondere auch im Kontext der Aufstellung neuer Haushaltsansätze.

Das Land Nordrhein-Westfalen leidet unter einer dramatischen Staatsschuldenkrise. Trotz unerwarteter und in ihrem Umfang historischer Steuermehreinnahmen wächst der rot/grüne Schuldenberg unverändert auf immer neue traurige Rekordhöhen an. Die nun schon seit langem sprudelnden Steuerquellen zeigen: Im nordrhein-westfälischen Landeshaushalt gibt es erkennbar kein Einnahmenproblem. Die rot/grüne Philosophie der vermeintlich „guten Schulden“ führt aber dazu, dass das Land Nordrhein-Westfalen zweifellos ein elementares Ausgabenproblem hat, da zu viel Geld für rot/grüne Prestigeprojekte, Wahlgeschenke, immer mehr Umverteilung und die Selbstdarstellung in der Regierungspolitik verausgabt wird. Auch das sogenannte Effizienzteam des Finanzministers hat es letztlich nicht geschafft, tragfähige Vorschläge für eine dauerhafte und strukturelle Ausgabenreduktion in dem erforderlichen Umfang zu erarbeiten.

Auch im Rahmen der Haushaltsberatungen wird regelmäßig deutlich, welche hohen Beträge die Landesregierung jedes Jahr für Zwecke der Öffentlichkeitsarbeit ausgibt, darunter fallen unter anderem Plakate, Broschüren, Flyer, Einladungen und Onlineauftritte zu diversen Themenfeldern oder Kampagnen. Nicht extra ausgewiesen bei bisherigen Übersichten sind

Datum des Originals: 02.11.2016/Ausgegeben: 07.11.2016

Die Veröffentlichungen des Landtags Nordrhein-Westfalen sind einzeln gegen eine Schutzgebühr beim Archiv des Landtags Nordrhein-Westfalen, 40002 Düsseldorf, Postfach 10 11 43, Telefon (0211) 884 - 2439, zu beziehen. Der kostenfreie Abruf ist auch möglich über das Internet-Angebot des Landtags Nordrhein-Westfalen unter www.landtag.nrw.de

dabei die Kosten für die Schaltung von Anzeigen in Print- und Onlinemedien, sowie deren Gestaltung.

Selbstverständlich ist es legitim, dass beispielsweise Bewerber mittels Stellenanzeigen auf berufliche Perspektiven innerhalb der Landesverwaltung aufmerksam gemacht werden.

Ebenso legitim ist aber umgekehrt das Interesse des Parlaments als Haushaltsgesetzgeber, möglichst umfassend über Art und Umfang der Insertionsaktivitäten informiert zu werden, auch um denkbare Potentiale für die zukünftig dringend notwendigen Kosteneinsparungen im Landeshaushalt beurteilen zu können.

Die nachfolgenden Fragen sollten daher für jedes Ressort möglichst detailliert beantwortet werden.

Der Minister für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien und Chef der Staatskanzlei hat die Kleine Anfrage 5234 mit Schreiben vom 2. November 2016 namens der Landesregierung im Einvernehmen mit der Ministerpräsidentin sowie allen übrigen Mitgliedern der Landesregierung beantwortet.

- 1. Welche Anzeigen hat die Landesregierung vom 1. Oktober 2015 bis 30. September 2016 insgesamt geschaltet? (jeweils Einzelaufstellung nach Ressort, Datum, Ort und Art der Publikation erbeten)**
- 2. Welche Kosten sind den Ressorts für die Veröffentlichung der einzelnen Anzeigen vom 1. Oktober 2015 bis 30. September 2016 entstanden?**
- 3. Welchen sachlichen Gegenstand bzw. Inhalt hat, differenziert nach den Ressorts, jede einzelne der vom 1. Oktober 2015 bis 30. September 2016 durch die Landesregierung geschalteten Anzeigen? (bspw. Personalgewinnung, Inventarverkauf, politische Kampagne zum Thema x)**

Die Fragen 1 bis 3 werden zusammengefasst beantwortet.

Die Anzeigen, Kosten und sachlichen Gegenstände differenziert nach den Ressorts gehen aus den als Anlage beigefügten Übersichtstabellen hervor.

- 4. Welche der einzelnen Anzeigenschaltungen, bitte differenziert nach Ressorts, hat sich bei nachträglicher Betrachtung jeweils als erfolgreich bzw. wenig ergiebig erwiesen?**
- 5. Wie vollständig bzw. genau evaluieren jeweils die einzelnen Ressorts methodisch den Zielerreichungsgrad ihrer praktizierten Insertionsaktivitäten? (bitte unter Angabe von Kriterien, Auswertungszeiträumen, Stichprobenumfang etc.)**

Die Fragen 4 und 5 werden aufgrund des Sachzusammenhangs gemeinsam beantwortet.

Aufgrund der Komplexität der aus der Anlage zu den Fragen 1 bis 3 ersichtlichen Anzeigenarten ist die Anzahl der potentiellen Auftragnehmerinnen und Auftragnehmer oder weiterer Erfolgsindikatoren, wie z.B. tatsächlich erreichte Anzeigenadressaten, im Rahmen

des für die Beantwortung einer Kleinen Anfrage zur Verfügung stehenden Zeitrahmens nicht ermittelbar.

Die Evaluierung und Bewertung des Zielerreichungsgrades der einzelnen Insertionen variiert stets von Einzelfall zu Einzelfall. Daher ist insbesondere eine einzelanzeigenscharfe Bewertung und Evaluierung im Rahmen der zur Beantwortung einer Kleinen Anfrage zur Verfügung stehenden Zeit nicht leistbar. Soweit abschätzbar haben sich jedoch alle Anzeigschaltungen als ergiebig und erfolgreich erwiesen. Eine wissenschaftliche Auswertung des Erfolges einer Insertion wird in aller Regel nicht vorgenommen, weil eine solche Maßnahme die Kosten der Insertion um ein Vielfaches übersteigen würde.

Übersicht Kleine Anfrage 5234**Entwicklung der Anzeigenkosten in den Ressortbereichen dieser Landesregierung –****Welche Kosten sind angefallen durch die Schaltung von Insertionen von politischen Kampagnen bis hin zu Stellenausschreibungen in Print- oder Onlinemedien?**

		Anzeigen zur Personalgewinnung			
Ressort	Fehl- anzeige	Online	Print	Anzahl	Gesamtkosten in € (gerundet)
StK		1	0	1	300
MSW	X				
FM		0	1	1	2.404
MWEIMH		19	0	19	819
MIK	X				
MAIS	X				
JM		1	1	2	13.600
MKULNV		76	0	76	5.930
MBWSV		1	3	4	6.704
MIWF	X				
MFKJKS		29	4	33	6.771
MGEPA		0	1	1	2.163

		Anzeigen für Nachrufe			
Ressort	Fehl- anzeige	Online	Print	Anzahl	Gesamtkosten in € (gerundet)
StK		0	9	9	17.776
MSW		0	1	1	906
FM		0	2	2	1.413
MWEIMH	X				
MIK			3	3	2.366
MAIS		2	2	4	1.823
JM	X				
MKULNV			1	1	388
MBWSV	X				
MIWF	X				
MFKJKS	X				
MGEPA	X				

		Anzeigen für Thema N.N. (bitte Thema benennen)			
Ressort	Fehl- anzeige	Online	Print	Anzahl	Gesamtkosten in € (gerundet)
StK		0	Anzeigen zu „70 Jahre NRW“	6	26.390
			Anzeige im „Grenzecho“ aller dt. Län- der	1	
MSW	X				
FM	X				
MWEIMH	X				
MIK	X				
MAIS		Anzeige für Nachfolge Kantinen- pächter	Anzeige für Nachfolge Kantinen- pächter	2	3.046
JM	X				
MKULNV	X				
MBWSV			Rad- und Wander- routenplaner	1	5.236
			Messekatalog polis Conven- tion	1	595
MIWF			Anzeigen i.R. des Rück- kehrerpro- gramms	5	15.903
MFKJKS			Kulturkenner	3	12.544
			Anzeigen- kampagne „Vater ist, was Du draus machst!“	1	3.821
MGEPA	X				