

## **Kleine Anfrage**

**der Abgeordneten Jürgen Koppelin, Dr. Guido Westerwelle, Ina Albowitz, Hildebrecht Braun (Augsburg), Rainer Brüderle, Ernst Burgbacher, Jörg van Essen, Ulrike Flach, Paul K. Friedhoff, Horst Friedrich (Bayreuth), Rainer Funke, Dr. Karlheinz Guttmacher, Klaus Haupt, Ulrich Heinrich, Walter Hirche, Birgit Homburger, Dr. Werner Hoyer, Ulrich Irmer, Dr. Heinrich L. Kolb, Ina Lenke, Dirk Niebel, Günther Friedrich Nolting, Detlef Parr, Cornelia Pieper, Dr. Günter Rexrodt, Dr. Edzard Schmidt-Jortzig, Gerhard Schüßler, Dr. Irmgard Schwaetzer, Marita Sehn, Dr. Hermann Otto Solms, Carl-Ludwig Thiele, Dr. Wolfgang Gerhardt und der Fraktion der F.D.P.**

### **Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung**

Die Bundesregierung bzw. das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (Bundespresseamt) hat den Auftrag, die Bürger und die Medien über die Politik objektiv und sachlich zu informieren. Es erläutert und vertritt hierbei mit den Mitteln der Öffentlichkeitsarbeit und der Informationspolitik Tätigkeiten, Vorhaben und Ziele der Bundesregierung. Seit der Regierungsübernahme hat es eine Vielzahl verschiedener Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit – von Anzeigenkampagnen, Publikationen bis hin zu gesponserten Veranstaltungen – gegeben.

Wir fragen die Bundesregierung:

1. Wie hoch waren oder sind die Etats (Einzelaufstellung) der einzelnen Bundesministerien, des Bundeskanzleramtes und des Bundespresseamts für den Bereich der Öffentlichkeitsarbeit in den Jahren 1998, 1999, 2000 und 2001?
2. Wie stellen sich die Veränderungen absolut und prozentual für den vorgenannten Zeitraum dar?
3. Wie hoch waren die tatsächlich abgeflossenen Haushaltsmittel in den jeweiligen Etats (Soll-Ist-Vergleich) für die Jahre 1998, 1999 und 2000?
4. Welche Anzeigenkampagnen, Plakatwerbungen und Publikationen sind durch die jetzige Bundesregierung in Auftrag gegeben und durchgeführt worden?
5. In welchen Zeitungen, Zeitschriften, sonstigen Medien und in welchen Ausgaben (Angabe der Ausgabennummer mit Datum) sind die Anzeigen der Bundesregierung geschaltet worden?
6. Wie hoch waren der Anzeigenpreis für die Anzeige der Bundesregierung in der entsprechenden Ausgabe der in Frage 5 genannten Zeitschrift oder Zeitung?
7. Wie hoch waren im Einzelfall die Haushaltsmittel für die jeweiligen Kampagnen, Plakatwerbungen und Publikationen?

8. Gab es in der zurückliegenden Zeit noch andere Formen der Öffentlichkeitsarbeit wie z. B. Zirkusveranstaltungen oder Ähnliches und wie hoch waren die jeweiligen Kosten (aufgeschlüsselt nach Veranstaltungen)?
9. Von welchen Firmen oder Agenturen wurden die Anzeigen der Bundesregierung gestaltet und wie hoch waren die jeweiligen Honorare?
10. Welche Bedeutung für die Bundesregierung haben die im Beschluss des Bundesverfassungsgerichtes vom 2. März 1977 aufgestellten Kriterien für Öffentlichkeitsarbeit von Regierung und gesetzgebenden Körperschaften?
11. Berücksichtigt die Bundesregierung diese Kriterien durchgängig bei der von ihr betriebenen Öffentlichkeitsarbeit, wenn nein, warum bestehen Abweichungen?
12. Stimmt die Bundesregierung zu, dass im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit bereits der Eindruck einer werbenden Einflussnahme zugunsten einzelner Parteien vermieden werden muss, wenn nein, wie begründet sie dies?
13. Wie bewertet die Bundesregierung in ihren Publikationen das Verhältnis von informativem Gehalt und reklamehafter Aufmachung?
14. Wie fällt diese Bewertung für die Kampagne „Name IT! Win IT! – Dieser Adler braucht einen Namen“ aus?
15. Mit welchem Betrag haben sich Unternehmen seit der Regierungsübernahme in den Jahren 1998 bis 2000 bei der Finanzierung öffentlicher Veranstaltungen von Bundesregierung und nachgeordneten Bundesbehörden (Einzelaufstellung) beteiligt?
16. Welche Firmen haben sich an Veranstaltungen der Bundesregierung in den Jahren 1999 und 2000 als Sponsoren beteiligt?
17. Welche Beträge sind dabei in den betreffenden Haushaltsjahren auf der Einnahmenseite (Nennung des jeweiligen Kapitels und Titels) verbucht worden?
18. Sind für das Haushaltsjahr 2001 vergleichbare Finanzierungen geplant und wenn ja, für welche Veranstaltungen?
19. Wie erklärt die Bundesregierung die Tatsache, dass es laut „DER SPIEGEL“ vom 5. Februar 2001 in 63 % der Fälle eine so genannte Gegenleistung für die Finanzierung gab und worin bestand diese?
20. Ist die Bundesregierung der Auffassung, dass ihr und ihren nachgeordneten Behörden eine Objektivitäts- und Neutralitätspflicht gegenüber Privatpersonen und -unternehmen obliegt?
21. Worin besteht möglicherweise eine Verletzung der Objektivitäts- und Neutralitätspflicht der Bundesregierung und ihrer nachgeordneten Behörden bei der Gewährung von Gegenleistungen für die Finanzierung von Veranstaltungen?
22. Welche Anzeigenkampagnen sind von der Bundesregierung für die Jahre 2001 und 2002 geplant?
23. Welche Projekte der Öffentlichkeitsarbeit plant die Bundesregierung im Jahr 2001?
24. Welche Projekte der Öffentlichkeitsarbeit sind von der Bundesregierung bereits jetzt für das Jahr 2002 in Vorbereitung und Planung?

Berlin, den 6. Februar 2001

**Dr. Wolfgang Gerhardt und Fraktion**