

Antwort

der Bundesregierung

**auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Eckart von Klaeden, Dr. Peter Ramsauer, Steffen Kampeter, weiterer Abgeordneter und der Fraktion der CDU/CSU
– Drucksache 14/9603 –**

Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung in der Vorwahlzeit – neue Diskussions- und Beteiligungsforen im Internet, Zuwanderungsgesetz-Kampagne, Internet-Ausgaben

Vorbemerkung der Fragesteller

Das Bundesverfassungsgericht (BVerfG) hat der Bundesregierung die Grenzen ihrer Öffentlichkeitsarbeit in der Vorwahlzeit aufgezeigt, die sich vor allem aus dem Verbot des parteiergreifenden Einwirkens in Wahlkämpfen ergeben. Das BVerfG hat u. a. festgestellt, dass auch im Falle regierungsamtlicher Veröffentlichungen, die sich weder durch ihren Inhalt noch durch ihre Aufmachung als Werbemaßnahmen zu erkennen geben, diese dennoch unzulässig sein können, wenn sie im nahen Vorfeld einer Wahl ohne akuten Anlass in so großer Zahl erscheinen und in solchem Umfang verbreitet werden, dass Auswirkungen auf das Wahlergebnis nicht mehr ausgeschlossen werden können (BVerfGE 44, 125 ff.; 63, 230 ff.).

Vorbemerkung der Bundesregierung

Die Fragesteller gehen schon im Titel der Kleinen Anfrage zu Unrecht davon aus, dass beabsichtigte „Diskussions- und Beteiligungsforen im Internet“ der Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung zuzurechnen seien. Tatsächlich dient das Vorhaben – wie im Teil I. der Antwort näher ausgeführt wird – allein dazu, die Partizipationspotenziale des neuen Mediums eingehend zu untersuchen, damit die Erfahrungen für künftige e-Demokratie-Projekte allgemein nutzbar gemacht werden können. Das Vorhaben folgt dabei einem Beschluss des Deutschen Bundestages.

I. Internetforen

1. Trifft es zu, dass das Bundesministerium des Innern (BMI) das Internetangebot der Bundesregierung über das bestehende Informations- und Dienstleistungsangebot hinaus kurzfristig vor der Bundestagswahl am 22. September 2002 als Foren-Plattform zur Meinungsbildung ausbauen will?
2. Trifft es zu, dass die Staatssekretärin im BMI, Brigitte Zypries, zu diesem Zweck kurzfristig fünf neue Internetforen zu aktuellen politischen Themen vor der Bundestagswahl plant?
3. Trifft es zu, dass damit eine breite Zielgruppe zur Meinungsbildung erreicht werden soll und dieses Vorhaben nicht auf Themen aus dem Zuständigkeitsbereich des BMI beschränkt werden soll?

Für das Internetangebot der Bundesregierung (www.bundesregierung.de) ist ausschließlich das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung zuständig.

Das Bundesministerium des Innern (BMI) plant keine „Foren-Plattform“. Richtig ist jedoch: Mit der Durchdringung aller Lebensbereiche durch das Internet stellen die Bürgerinnen und Bürger neue Forderungen an den Staat. Die Erwartungen sind nicht auf elektronische Dienstleistungen (e-Government) beschränkt, sondern richten sich zunehmend auch auf „elektronische Demokratie“ (e-Democracy). Zu einem modernen Internetangebot gehören neben informativen daher auch interaktive Elemente. Die Internetangebote der Bundesregierung und der einzelnen Ressorts umfassen ein beträchtliches Partizipationsangebot für die Bürgerinnen und Bürger (Diskussionsforen, Download von Gesetzgebungsvorhaben, Chats etc.).

Ziel des angesprochenen Vorhabens des BMI ist es nicht, bestimmte politische Themen zu platzieren, sondern bestehende oder geplante Diskussions- und Beteiligungsforen des BMI und anderer Ressorts einer gemeinsamen Auswertung zu unterziehen. Damit sollen die in den einzelnen Projekten gewonnenen Erfahrungen für zukünftige e-Demokratie-Projekte nutzbar werden.

Diese Zielsetzung folgt dem Beschluss des Deutschen Bundestages vom 14. März 2002: Mit der Annahme des Antrags „e-Demokratie: Online-Wahlen und weitere Partizipationspotenziale der Neuen Medien nutzen“ (Bundestagsdrucksache 14/8098) wird die Bundesregierung unter II. 4. darauf hingewiesen, dass bestehende Projekte dahin gehend zu beobachten und auszuwerten sind, „ob die immensen neuen Partizipations- und Teilhabepotenziale tatsächlich genutzt werden können und welche neuen Fragestellungen und Probleme hierbei auftreten.“ Unter II. 6. wird die Bundesregierung „ermutigt, ihre Bemühungen zu verstärken und vermehrt eigene Erfahrungen mit den Partizipationspotenzialen neuer Medien und der Beteiligung der Bürgerinnen und Bürger zu machen.“

Die Bundesregierung ist vom Deutschen Bundestag aufgefordert, über die Erfahrungen zu berichten.

4. Wenn ja, in welchen Politikfeldern mit welcher Ressortbeteiligung sollen diese meinungsbildenden Maßnahmen erfolgen?

Es handelt sich nicht um meinungsbildende Maßnahmen, sondern um die Bereitstellung von Internet-Partizipationsmechanismen. In den einzelnen Beteiligungsprojekten sollen verschiedene Formate (z. B. moderiert/unmoderiert, für die breite Öffentlichkeit/für Experten, anonym bleibende/namentlich bekannte Teilnehmer etc.) erprobt werden. Eine Verteilung dieser Formate auf die dafür

jeweils geeigneten Themen und die dementsprechende Beteiligung der Ressorts ist noch nicht erfolgt.

5. Wenn ja, wann sollen die politischen Projekte jeweils starten?

Die Durchführung der einzelnen Beteiligungsprojekte ist für den Zeitraum Sommer/Herbst 2002 vorgesehen. Die abschließende Evaluation ist für November/Dezember 2002 geplant.

6. Welche Zielvorgabe verfolgen die einzelnen politischen Projekte?

Welche Einzel-Projekte sich an dem Vorhaben beteiligen, wurde noch nicht abschließend festgelegt (vgl. Antwort zu Frage 4). Das Gesamt-Vorhaben zielt auf die abstrakte Auswertung zur Nutzung der Erkenntnisse für zukünftige e-Demokratie-Projekte.

7. In welcher Weise sollen sich Mitglieder der politischen Leitung der jeweiligen Ressorts daran beteiligen?

Dies wurde noch nicht festgelegt.

8. Wie weit sind die Vorbereitungen zu dieser Aktion bislang gediehen?

Eine Abfrage geeigneter Projekte für dieses Vorhaben ist erfolgt. Eine Ressortbesprechung über die vorgeschlagenen Projekte soll im Juli stattfinden, anschließend erfolgt eine Festlegung.

9. Wie und von wem sollen die Foren vorbereitet, durchgeführt bzw. begleitet werden?

Die Durchführung liegt bei den jeweiligen Ressorts. Die Auswertung wird durch die Projektgruppe „Internet und Demokratie“ im BMI koordiniert.

10. Wie viele Mitarbeiter sind an diesem Projekt beteiligt?

An diesem Projekt sind 2 Personen der Projektgruppe „Internet und Demokratie“ des BMI mit einem Stellenanteil von insgesamt ca. 0,3 beteiligt.

11. Welche Software wird für dieses Projekt eingesetzt und wie viel hat diese gekostet?

Das BMI hat den Ressorts die Bereitstellung der für die Foren benötigten Software angeboten. Für bereits bestehende Foren ist dies nicht erforderlich. Die Kosten können erst nach Beantwortung von Frage 4 beziffert werden.

12. Wie hoch ist der zusätzliche finanzielle Aufwand für diese Foren?

Neben der eingesetzten Technik liegt der Aufwand für diese Foren in der inhaltlichen und moderierenden Betreuung. Es ist ein Anliegen dieses Projekts, diesen Aufwand näher einzugrenzen (siehe Antwort zu Frage 14).

13. Trifft es zu, dass die Bundesministerien aufgefordert wurden, geeignete Themen zu benennen, und wenn ja, welche?

Die Bundesministerien wurden vom BMI um die Benennung bereits initiiert oder geplanter Beteiligungsvorhaben oder dazu geeigneter Politikfelder gebeten. Dabei wurde nicht vorgegeben, welche Themen zu benennen sind.

14. Trifft es zu, dass geplant ist, die Ergebnisse der Foren auszuwerten?

Ja, es ist eine begleitende Evaluation der einzelnen Projekte, die Zusammenführung der jeweiligen Ergebnisse sowie eine anschließende Gesamt-Evaluation vorgesehen.

15. Wenn ja, welche Stelle wertet welche Ergebnisse aus?

Dies erfolgt durch die Projektgruppe „Internet und Demokratie“ des BMI in Zusammenarbeit mit den beteiligten Ressorts.

16. Was sind Ziel und Zweck dieser Auswertung, welche Mittel und in welcher Höhe sind Mittel dafür vorgesehen?

Angestrebt wird, in den einzelnen Beteiligungsprojekten verschiedene Formate (z. B. moderiert/unmoderiert, für die breite Öffentlichkeit/für Experten, anonym bleibende/namentlich bekannte Teilnehmer etc.) zu erproben. Eine begleitende Evaluation der einzelnen Projekte sowie die Zusammenführung der jeweiligen Ergebnisse soll sicherstellen, dass Erfahrungen bei der Umsetzung ausgetauscht sowie neu entstehende Fragestellungen und Fehlentwicklungen erkannt werden. Die anschließende Gesamt-Evaluation soll zu möglichst konkreten Handlungsempfehlungen für die weitere Vorgehensweise und die Gestaltung dieses Politikfeldes „e-Demokratie“ führen. Zurzeit sind keine Mittel dafür vorgesehen.

17. Wem werden die Ergebnisse der Auswertung zur Verfügung gestellt?

Die Ergebnisse werden eine Grundlage des Berichts zu den Partizipationspotenzialen der Neuen Medien einfließen, den der Deutsche Bundestag bei der Bundesregierung angefordert hat (vgl. II. 9., Bundestagsdrucksache 14/8089).

18. Ist die Bundesregierung der Ansicht, dass solche meinungsbildenden Maßnahmen in zeitlicher Nähe zur Bundestagswahl mit den vom BVerfG aufgestellten Grundsätzen vereinbar sind, und wenn ja, wie begründet die Bundesregierung dies?

19. Ist diese Frage dem Bundesministerium der Justiz (BMJ) zur Prüfung vorgelegt worden?

20. Wenn nein, warum nicht, wenn ja, mit welchem Ergebnis?

Es handelt sich nicht um meinungsbildende Maßnahmen im Sinne der zitierten Rechtsprechung. Mit dem Beschluss des Deutschen Bundestages vom 14. März 2002 (Bundestagsdrucksache 14/8098) wird die Bundesregierung ermutigt, vermehrt Erfahrungen mit den Partizipationspotenzialen neuer Medien und der Beteiligung der Bürgerinnen und Bürger zu machen. Dazu sollen die angebote-

nen Diskussionsforen dienen. Zielsetzung des Gesamt-Vorhabens ist es, diese Foren einer gemeinsamen Auswertung zu unterziehen und die gewonnenen Erfahrungen für zukünftige e-Demokratie-Projekte nutzbar zu machen.

II. Kampagne zum Zuwanderungsgesetz

21. Mit welchem Kostenaufwand wird die von der Bundesregierung in ihrer Antwort (Bundestagsdrucksache 14/9319) auf eine Kleine Anfrage der Fraktion der CDU/CSU (Bundestagsdrucksache 14/9152) mitgeteilte Kampagne betrieben, mit der die Bundesregierung die Bevölkerung nach Ausfertigung des Zuwanderungsgesetzes informiert?
22. Welche Bestandteile hat die Kampagne im Einzelnen und mit welchen Kosten ist dies jeweils verbunden?

Über die wesentlichen Bestimmungen des Zuwanderungsgesetzes wurde am 24. Juni 2002 mit einer Anzeige in überregionalen Tageszeitungen informiert. Die Kosten hierfür belaufen sich auf 219 060,78 Euro.

Darüber hinaus beabsichtigt die Bundesregierung in regionalen Tageszeitungen einen Beileger zu schalten, der ausführlich über den Inhalt des Gesetzes informiert. Das Schaltungsbrutto für die Beilagenschaltung beträgt 1 736 900 Euro (zzgl. Druckkosten ca. 860 000 Euro, Versandkosten ca. 30 000 Euro).

23. In welchem Umfang werden dazu Anzeigen in Printmedien geschaltet (Aufschlüsselung jeweils nach Publikationen und Kosten je Publikation)?

Anzeigen in Printmedien wurden in folgendem Umfang geschaltet (jeweils Ausgabe vom 24. Juni 2002):

Medium	Schaltungsbrutto in Euro
Frankfurter Allgemeine Zeitung	53 833,56
Süddeutsche Zeitung	41 109,26
Frankfurter Rundschau	21 889,35
DIE WELT	22 556,71
taz	8 705,99
Neues Deutschland	10 174,68
Handelsblatt	41 990,18
FINANCIAL TIMES DEUTSCHLAND	18 801,05
Gesamt	219 060,78

24. Aus welchem Haushaltstitel werden diese Anzeigen bezahlt?

Die Anzeigen werden aus Kap. 0403, Titel 542 01, gezahlt. Für die gesamte Informationskampagne (siehe Antwort zu den Fragen 21 und 22) stehen dem Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (BPA) aus Kap. 06 01, Titel 542 01, 200 000 Euro zur haushaltsmäßigen Bewirtschaftung zur Verfügung.

25. Sind neben Anzeigeschaltungen weitere Aktionsformen geplant, und wenn ja, in welcher Form und zu welchen Kosten?

Siehe Antwort zu den Fragen 21 und 22.

26. Hält die Bundesregierung die Kampagne zum Zuwanderungsgesetz für „wettbewerbsneutral“, wie sie selbst dies als Voraussetzung für die Rechtmäßigkeit von Veröffentlichungen im Vorfeld der Bundestagswahl in der oben genannten Antwort (Bundestagsdrucksache 14/9319) zum Ausdruck gebracht hat, und wenn ja, wie begründet die Bundesregierung die angebliche „Wettbewerbsneutralität“ dieser Kampagne?

Ja. Anzeigen und Beileger informieren aus dem akuten Anlass der Ausfertigung des Gesetzes über wesentliche Bestandteile der Neuregelung. Umfassend und sachlich werden die einzelnen Bestimmungen des Gesetzes dargestellt, damit der einzelne Bürger „genügend weiß, um sie beurteilen, billigen oder verwerfen zu können“ (vgl. Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts vom 2. März 1977). Es handelt sich um eine umfangreiche Textanzeige, die eine Emotionalisierung des Themas vermeidet.

III. Ausgaben für Internet-Auftritte der Bundesregierung

27. Was hat die Herstellung des „Deutschland-Portals“ www.deutschland.de tatsächlich gekostet, für das die Bundesregierung Entwicklungskosten von 417 000 DM im Jahr 2001 und 653 000 Euro im Jahr 2002 in der o. a. Antwort auf die Kleine Anfrage angegeben hat vor dem Hintergrund, dass dieser Internet-Auftritt im Juni 2002 lediglich aus einer einzigen Seite mit Verweis auf eine Pressemitteilung des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung (BPA) besteht?
28. Wie erklärt die Bundesregierung die Kosten von insgesamt rd. 1,7 Mio. DM für diesen Internet-Auftritt im Umfang einer Web-Seite?

Das Deutschland-Portal unter der Internetadresse www.deutschland.de ist ein vom BPA initiiertes Projekt, das nach Vorgesprächen seit der Ausschreibung im Oktober 2000 vom BPA in Zusammenarbeit mit den Verfassungsorganen, den Ländern, den Mittlerorganisationen (Goethe Institut Inter Nationes, Institut für Auslandsbeziehungen) und der Deutschen Welle koordiniert und entwickelt wird. Das Deutschland-Portal ist kein Internetauftritt der Bundesregierung, sondern bildet in enger Zusammenarbeit mit allen Beteiligten eine Plattform für die Repräsentanz Deutschlands im Internet.

Das Portal, das im Herbst 2002 online zur Verfügung stehen soll, wird der zentrale nichtkommerzielle Eingang zu Deutschland-Informationen aus den Bereichen Wirtschaft, Wissenschaft, Staat, Tourismus, Sport und Kultur für Internet-User im In- und Ausland sein. Es bündelt bestehende deutsche Web-Portale und Informationssammlungen in hochwertigen, kommentierten und gepflegten Linklisten, um sie benutzerfreundlich in den fünf Sprachen Deutsch, Englisch, Französisch, Spanisch und Russisch zugänglich zu machen.

Das „Portal der Portale“ ist in allen wichtigen Entwicklungsphasen unter intensiver Einbeziehung der Beteiligten in entsprechenden Arbeitsgruppen begleitet worden. Zusätzlich haben das BPA und der Betreiber, die „Arge deutschland.de“, die jeweils neuesten Entwicklungsstufen regelmäßig allen Beteiligten präsentiert.

Die bisherigen Kosten des „Deutschland-Portals“ liegen bei ca. 1,7 Mio. DM. Die derzeit im Internet verfügbare Webseite zum „Deutschland-Portal“ unter www.deutschland.de dient der Ankündigung des Deutschland-Portals, das im Herbst 2002 online gehen soll, und lässt keinen Rückschluss auf den Entwicklungsstand des Deutschland-Portals zu.

29. Ist der Auftrag für die Entwicklung des Deutschlands-Portals ausgeschrieben worden, und wenn ja, an wen ist dieser Auftrag vergeben worden und zu welchem Preis?

Der Auftrag wurde europaweit ausgeschrieben und an die „Arge deutschland.de“, eine Kooperation der Ponton-Lab GmbH und DeTe-Systems (Deutsche Telekom Systemlösungen GmbH) vergeben. Der Auftrag umfasst bei vierjähriger Laufzeit ein Volumen von 1 747 110 Euro.

30. Welche sonstigen externen Stellen waren an der Kontent-Erstellung für das Deutschland-Portal beteiligt?

Die Erstellung des Inhalts (Qualitätsgeprüfte, annotierte Linksammlung) ist Aufgabe der „Arge deutschland.de“.

31. Haben zu dem in den vorstehenden Fragen erfragten Sachverhalt bereits Vorprüfungsstellen der Bundesregierung und/oder der Bundesrechnungshof Stellung genommen, und wenn ja, mit welchem Ergebnis und wie lautet die Stellungnahme?

Nein.

32. Wie viel hat der nach Angaben der Bundesregierung zu Beginn des Jahres 2002 vorgenommene Relaunch von www.bundeskanzler.de gekostet?

Der Relaunch der Seite www.bundeskanzler.de hat 187 128,80 Euro gekostet.

33. Welchen Seitenumfang hat dieser Internet-Auftritt?

Der Internetauftritt von www.bundeskanzler.de enthält derzeit 1 939 dynamisch erzeugte Dokumente, die alle als einzelne Seiten aufrufbar sind. Hinzu kommen 250 statische Inhaltsseiten, Listen, Startseiten und Formulare sowie acht Animationen (wie z. B. der virtuelle Rundgang durch das neue Bundeskanzleramt). Die interaktiven Elemente können nicht durch Seiten beziffert werden, da diese vom Zugriff und den Einträgen der Nutzer abhängen. Dazu zählen das Gästebuch, das Diskussionsforum und Findulin als Online-Guide.

34. Was hat die Erstellung dieses Internet-Auftritts pro Seite gekostet?

Die Erstellung eines Internetauftritts berechnet sich nach erbrachten Leistungen und nicht nach der Anzahl der Seiten (siehe Antwort zu Frage 33).

35. Welche sonstigen externen Stellen waren an der Kontent-Erstellung beteiligt?

Die Altus Media AG hat den „virtuellen Rundgang“ und Rüdiger Damann den Text für „Kanzler für Kids“ der Seite www.bundeskanzler.de erstellt.

36. Wie ist die Aufschlüsselung der Kosten von rd. 1,73 Mio. Euro für den Internet-Auftritt www.aktion-euro.de?
37. Welche Höhe hatte das Ausschreibungsangebot, zu welchem Betrag wurde das Angebot vergeben und an wen?

Der Internetauftritt www.aktion-euro.de war Teil der integrierten Euro-Informationenkampagne der „Aktionsgemeinschaft Euro“. Diese bestand aus drei Partnern, der Europäischen Kommission, dem Europäischen Parlament und der Bundesregierung. Sämtliche Projekte der seit 1996 gemeinsam über die Euro-Einführung informierenden „Aktionsgemeinschaft Euro“ wurden je hälftig von der Europäischen Kommission und aus dem Bundeshaushalt finanziert; dies gilt auch für den gemeinsamen Internetauftritt.

Die Agentur für diese integrierte Informationskampagne wurde auf Vorschlag der Bundesregierung von der „Aktionsgemeinschaft Euro“ in einem anonymisierten Auswahlverfahren durch eine Jury im Juni 2000 ermittelt. Die Jury bestand aus vier externen Kommunikationsfachleuten (Prof. Annemaria Rucktäschel, Hochschule der Künste, Berlin, Prof. Miriam Meckel, Lehrstuhl für Publizistik und Kommunikationswissenschaft an der Wilhelms-Universität Münster, Prof. Peter Wippermann, Mitgründer des „Trendbüro Hamburg“ und Professor für Kommunikationsdesign an der Gesamthochschule Essen, und Dirk Huefnagels, Leiter Marketing der HypoVereinsbank, München) und jeweils einem Vertreter der drei Partner der „Aktionsgemeinschaft Euro“.

Der Internetauftritt wurde nicht gesondert ausgeschrieben, da er Bestandteil des Auftrags an die Agentur Publicis Dialog Marketing GmbH, Frankfurt/Main war. Die Kosten setzen sich wie folgt zusammen:

Konzeption und Pflege der Internetseite im Jahr 2000	353 385,92 Euro
Erweiterung und Pflege der Internetseite im Jahr 2001	676 934,53 Euro
Media (Werbung für die Seite, Bannerschaltung, Suchmaschinenmarketing etc.)	569 583,50 Euro
Kooperationen (Zusammenarbeit mit anderen Internetanbietern zwecks besserer Verbreitung des Angebots)	74 440,09 Euro
Pflege der Internetseite im Jahr 2002	55 764,19 Euro
Gesamt	1 730 108,23 Euro

38. Sollte es über die in den Antworten zu den vorstehenden Fragen genannten Beteiligten hinaus weitere Beteiligte an dem Projekt geben, welcher Auftrag ist dann an diesen oder diese Beteiligten vergeben worden und in welcher Höhe?

Entfällt.