

## **Kleine Anfrage**

**der Abgeordneten Dr. Karl Addicks, Markus Löning, Dr. Werner Hoyer, Ulrich Heinrich, Daniel Bahr (Münster), Rainer Brüderle, Angelika Brunkhorst, Ernst Burgbacher, Helga Daub, Jörg van Essen, Ulrike Flach, Horst Friedrich (Bayreuth), Rainer Funke, Hans-Michael Goldmann, Klaus Haupt, Birgit Homburger, Dr. Heinrich L. Kolb, Gudrun Kopp, Jürgen Koppelin, Harald Leibrecht, Ina Lenke, Dirk Niebel, Günther Friedrich Nolting, Hans-Joachim Otto (Frankfurt), Detlef Parr, Gisela Piltz, Dr. Max Stadler, Dr. Rainer Stinner, Carl-Ludwig Thiele, Jürgen Türk, Dr. Claudia Winterstein, Dr. Volker Wissing, Dr. Wolfgang Gerhardt und der Fraktion der FDP**

### **Öffentlichkeitsarbeit für das Aktionsprogramm 2015**

Die Bundesregierung beschloss 2001, mit der Informationskampagne im Rahmen des Aktionsprogramms 2015 (AP 2015) um Verständnis bei der deutschen Öffentlichkeit für die weltweite Armutsbekämpfung zu werben. Dazu wurde Mitte 2002 ein Konzept zur Verstärkung der Öffentlichkeitsarbeit zum AP 2015 für einen Zeitraum von zwei Jahren erarbeitet. Die Öffentlichkeitsarbeit sollte den Bekanntheitsgrad des AP 2015 erhöhen, Identifikation ermöglichen und Handlungsbereitschaft auslösen. Die Bundesregierung betrachtet die Umsetzung des Konzepts nach eigenen Angaben als einen Beitrag zur Millenniums-Kampagne der Vereinten Nationen, die weltweit Bewusstsein und politische Unterstützung für die Ziele der Millenniumserklärung schaffen soll.

Wir fragen die Bundesregierung:

1. Wie beurteilt die Bundesregierung das Ergebnis der im Februar 2005 von Eurobarometer veröffentlichten Meinungsumfrage zur Entwicklungspolitik, wonach 87 Prozent der Deutschen noch nie etwas von den Millenniums-Entwicklungszielen (MDG) gehört haben?
2. Ist der Bundesregierung bekannt, wie viele Deutsche vor Beginn der Informationskampagne Kenntnis von den Millenniums-Entwicklungszielen hatten, und kann dementsprechend von einem Erfolg der Kampagne gesprochen werden?
3. Hat die Bundesregierung konkrete Zielgruppen angesprochen?
4. Wenn ja, welche waren das und aus welchen Gründen?
5. Kann die Bundesregierung zahlenmäßig angeben, ob es – etwa durch eine Änderung des Konsumverhaltens (Fair Trade Produkte) – zu einem Rückgang der weltweiten Armut gekommen ist?
6. Gibt es einen nachweisbaren Zusammenhang zwischen dem Bekanntheitsgrad der Ziele der Millenniumserklärung in der Bevölkerung und dem Erfolg im Kampf gegen die weltweite Armut?

7. Wenn ja, kann unter diesem Gesichtspunkt von einem Erfolg der Kampagne gesprochen werden?
8. Gibt es vergleichbare Kampagnen für andere wichtige globale Ziele, etwa Umwelt, Menschenrechte, Rechtsstaatlichkeit?
9. Wenn ja, wie beurteilt die Bundesregierung die Erfolge dieser Kampagnen im Vergleich zur Öffentlichkeitsarbeit für das Aktionsprogramm 2015?
10. Wie haben sich die Ausgaben für die Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung im Vergleich zu den Ausgaben vor der Informationskampagne entwickelt, aufgeschlüsselt nach Jahr und Gesamtbetrag?
11. Welche Maßnahmen wurden im Einzelnen von welchen Bundesministerien seit Beginn der Informationskampagne durchgeführt?
12. Welche Unternehmen wurden mit der Umsetzung der Kampagne beauftragt?
13. Wurden diese Aufträge im öffentlichen Bieterverfahren vergeben?
14. Wie hoch waren die Kosten für die einzelnen Maßnahmen der jeweiligen Bundesministerien insgesamt seit 2001, aufgeschlüsselt nach Jahr, Kosten und Art der Maßnahme?
15. Aus welchen Haushaltstiteln stammten die Mittel für diese Maßnahmen im Einzelnen?
16. Welche Träger wurden im Rahmen des Aktionsprogramms 2015 in welcher Höhe unterstützt, aufgeschlüsselt nach Träger, Jahr und Art der Maßnahme?
17. Wie hoch ist der Anteil der rein zivilgesellschaftlichen Träger, etwa Nichtregierungsorganisationen, Unternehmen usw.?
18. Hält die Bundesregierung den Anteil, insbesondere vor dem Hintergrund der Identifikation breiter Gesellschaftsgruppen mit den MDG, für ausreichend?
19. Plant die Bundesregierung, die Informationsarbeit des Aktionsprogramms 2015 fortzuführen?
20. Wenn ja, bis wann und mit welchem Ziel soll sie fortgeführt werden?
21. Wenn ja, hat die Bundesregierung sich ein verbindliches Ziel gesetzt, wie viel Prozent der Deutschen bis 2015 von den MDG schon einmal etwas gehört haben sollen?
22. Wird im Falle der Fortführung die Informationsarbeit im Rahmen des Aktionsprogramms 2015 unverändert oder in anderer Form weitergeführt?
23. Sind darüber hinaus weitere Maßnahmen geplant?
24. Wenn ja, welche Kosten sind dafür veranschlagt?
25. Wie viel Prozent der Maßnahmen im Bereich der Informationskampagne für das AP 2015 werden evaluiert, und welche Maßnahmen sind seit Beginn der Kampagne mit welchem Ergebnis evaluiert worden?
26. Wie hat sich der Gesamtaufwand für Tagungen und Kongresse in diesem Bereich seit 1998 entwickelt?
27. Wie hoch ist das bis dato aufgelaufene Auftragsvolumen für alle Internetinformationsangebote im Rahmen der Kampagne, und welche Firmen wurden mit welchem Auftragsvolumen beteiligt?
28. Wie hoch ist die tatsächliche Reichweite des Internetangebots in diesem Bereich?

Berlin, den 15. März 2005

**Dr. Wolfgang Gerhardt und Fraktion**