

Kleine Anfrage

der Abgeordneten Uwe Kekeritz, Ute Koczy, Tabea Rößner, Thilo Hoppe, Marieluise Beck (Bremen), Volker Beck (Köln), Agnes Brugger, Viola von Cramon-Taubadel, Katja Keul, Tom Koenigs, Kerstin Müller (Köln), Omid Nouripour, Lisa Paus, Claudia Roth (Augsburg), Manuel Sarrazin, Dr. Frithjof Schmidt und der Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN

Mögliche staatliche Kontrolle von entwicklungspolitischer Informationsarbeit und Publikationen

Im September 2012 teilte das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) der Südlink-Redaktion mit, der Artikel „Virtuose Ablenkmanöver“, der sich kritisch mit den CSR-Strategien (CSR = corporate social responsibility) von Unternehmen auseinandersetzt, des INKOTA-Dossiers 12 dürfe nicht wie vorliegend im Rahmen des Förderprogramms Entwicklungspolitische Bildung gedruckt werden.

Das BMZ bestätigte in der Antwort auf die Kleine Anfrage der Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN (Bundestagsdrucksache 17/11349), dass die Richtlinien zur Überprüfung geförderter Publikationen 2010 geändert wurden. Der Antwort des BMZ zufolge handele es sich lediglich um die Einführung eines vereinfachten Verfahrens. Einzelheiten dazu gab das BMZ nicht bekannt. Wegen fehlender Statistiken konnte die Bundesregierung nicht ausräumen, dass es öfter zu Fällen kommt, bei denen die Fördermittel einbehalten werden, wenn der Inhalt vom BMZ als nicht förderfähig bewertet wird. Weiterhin heißt es im Antwortschreiben, dass Negativ-Kampagnen nicht unter den Titel „Förderung der entwicklungspolitischen Bildungsarbeit“ fallen und somit nicht vom BMZ gefördert werden können.

Hierzu wird festgestellt: Der Begriff „Negativ-Kampagnen“ könnte so interpretiert werden, dass geförderte Medien keine Kritik üben dürfen. Gesellschaftliche Entwicklungen und entwicklungspolitische Maßnahmen müssen aber kritisch hinterfragt werden dürfen – eine kritische Reflexion muss daher integraler Bestandteil entwicklungspolitischer Bildungsarbeit sein. In diesem Zusammenhang dürfte das Ergebnis der Evaluierung der EU-Budgetlinie für Awareness-Raising-Projekte von Interesse sein, die häufig auch ihre kritische Stimme erheben. Im Sinne der Wirkungsorientierung waren die Projekte im Bereich der Kampagnenarbeit, insbesondere der Konsumentenkampagnen besonders wirkungsvoll.

Allgemein kann beobachtet werden, dass die staatliche Einflussnahme im Handlungsfeld zivilgesellschaftlicher Organisationen zunimmt. Rückmeldungen aus der Zivilgesellschaft zufolge übernimmt die im Jahr 2012 initiierte gemeinnützige Gesellschaft „Engagement Global“ Aufgaben der Zivilgesellschaft, u. a. den Ausbau des Beratungs- und Informationsangebots, die vermehrte Durchführung von öffentlichen Veranstaltungen, aber auch die wichtige Vernetzungsfunktion von zivilgesellschaftlichen Organisationen.

Darüber hinaus bleibt unklar, welche Maßstäbe und Kriterien für Unternehmen und Wirtschaftsverbände gelten sollen. Denn bei der Zielgruppenbeschreibung des Förderprogramms Entwicklungspolitische Bildung (www.engagement-global.de/feb-rahmenbedingungen.html) heißt es: „Ein besonderes Anliegen ist es darüber hinaus, verstärkt neue Zielgruppen und Institutionen anzusprechen und zu motivieren, zum Beispiel Unternehmen, Wirtschaftsverbände, Diasporen, Museen, Bibliotheken, Sportverbände.“

Wir fragen die Bundesregierung:

1. Bei welchen geförderten Organisationen bzw. Publikationen machen Printprodukte „einen wesentlichen Teil der geförderten Maßnahme“ (vgl. Bundestagsdrucksache 17/11349) aus und mussten dem zufolge dem BMZ vor Drucklegung zur Kontrolle vorgelegt werden?
2. Liegen hierzu (vgl. Frage 1) entsprechende Listen vor, wenn ja zu welchen Jahren (bitte die Listen für alle Jahre, die vorhanden sind, als Anlage der Antwort beifügen)?
3. Muss die für den entwicklungspolitischen Bildungsanspruch geforderte „ausgewogene, sachliche, verschiedene Aspekte beleuchtende Darstellung“ (vgl. Bundestagsdrucksache 17/11349) in einzelnen Artikeln oder durch die Vielfalt der Gesamtpublikation erfüllt sein?
4. Bei welchen der geförderten Publikationen und Projekte, bei denen Printmedien einen wesentlichen Teil der geförderten Mittel ausmachen, bestanden „Zweifel, ob sie im Einklang mit dem Förderkonzept des BMZ stehen“ (vgl. Bundestagsdrucksache 17/11349)?
5. Aufgrund welcher Indizien entscheidet das BMZ, dass bei gewissen Zuschussempfängern Zweifel an der Übereinstimmung ihrer Publikationen mit dem Förderkonzept des BMZ bestehen?
6. Entspricht der Artikel „Verzerrte Wahrnehmung“, erschienen im „E+Z“, Ausgabe 12/2012, nach Meinung der Bundesregierung einer „ausgewogene[n], sachliche[n], verschiedene Aspekte beleuchtende[n] Darstellung“ (vgl. Bundestagsdrucksache 17/11349)?
Wenn ja, aufgrund welcher Kriterien?
Wenn nein, aufgrund welcher Kriterien?
7. Gelten für die von „Engagement Global“ publizierten Printmedien, wie das „E+Z“, die gleichen Richtlinien in Bezug auf den entwicklungspolitischen Bildungsanspruch wie für geförderte Projekte von zivilgesellschaftlichen Organisationen, bei denen Printmedien einen wesentlichen Teil der geförderten Mittel ausmachen?
8. Welche konkreten Änderungen wurden im Jahr 2010 in den Richtlinien zur Überprüfung geförderter Publikationen gemacht, um dem BMZ ein „vereinfachtes Verfahren“ zu ermöglichen (bitte einzeln aufzuführen)?
9. Wie stellt die Bundesregierung sicher, dass im Rahmen der entwicklungspolitischen Bildungsarbeit geförderte Publikationen auch in Zukunft den Leser zur kritischen Meinungsbildung anregen?
10. Gibt es ein Konzept, wie sich die Bundesregierung die Bildungsarbeit zivilgesellschaftlicher Gruppen mit Unternehmen vorstellt?
 - a) Wenn ja, wie sieht dieses Konzept aus?
 - b) Wenn nein, welche Maßstäbe gelten bei der Bildungsarbeit mit der Zielgruppe Unternehmen?

11. Gelten nach Auffassung der Bundesregierung bei der Bildungsarbeit mit Unternehmen die gleichen Maßstäbe wie bei der Bildungsarbeit mit Schulkindern, wie im Beutelsbacher Konsens vermerkt?
12. Wie definiert die Bundesregierung den Begriff „Negativ-Kampagne“ (vgl. Bundestagsdrucksache 17/11349)?
13. Welche Kriterien müssen erfüllt sein, um eine Publikation oder einen Artikel mit der Begründung es handele sich um eine „Negativ-Kampagne“ nicht weiter zu fördern?
14. Welche negativen Folgen von sogenannten „Negativ-Kampagnen“ erwartet die Bundesregierung für Unternehmen und Wirtschaftsverbände?
15. Wie definiert die Bundesregierung eine „Positiv-Kampagne“?
16. Welche Aktionen bzw. konkreten Initiativen sind Nichtregierungsorganisationen im Rahmen solcher „Positiv-Kampagnen“ gestattet, ohne die finanzielle Förderung durch das BMZ in Gefahr zu bringen?
17. Wie ist die Einschätzung der Bundesregierung zur Wirkung von Kampagnen, die Konsumenten auf negative Auswirkungen des Konsums hinweisen und zum kritischen Nachdenken über ihren eigenen Konsum anregen?
18. Anhand welcher Kriterien grenzt die Bundesregierung die Begriffe „Negativ-Kampagne“ und „Konsumenten-Kampagne“ voneinander ab?
19. Welche Schlussfolgerungen zieht die Bundesregierung aus der Evaluierung der EU-Budgetlinie für Awareness-Raising-Projekte im Hinblick auf die Wirkung verschiedener Methoden der Bildungs-, Informations- und Kampagnenarbeit in der deutschen entwicklungspolitischen Bildungsarbeit?
20. In welcher Form können zivilgesellschaftliche Gruppen zukünftig im Rahmen der Förderrichtlinien auf Missstände in Unternehmen und Wirtschaftsverbänden aufmerksam machen?
21. Welche Maßnahmen führt „Engagement Global“ konkret im Bereich des entwicklungspolitischen Informationsangebots durch?
22. Wie unterscheiden sich Aufgabenverteilung und die Richtlinien im Bereich des entwicklungspolitischen Informationsangebots von „Engagement Global“ und der zivilgesellschaftlichen Organisationen?
23. In welchen konkreten Bereichen überschneidet sich die Aufgabenverteilung im Bereich des entwicklungspolitischen Informationsangebots von „Engagement Global“ und der zivilgesellschaftlichen Organisationen?
24. Wurden im Jahr 2012 bei zivilgesellschaftlichen Organisationen Fördermittel im Bereich des entwicklungspolitischen Informationsangebots gekürzt?

Berlin, den 18. Dezember 2012

Renate Künast, Jürgen Trittin und Fraktion

