

Kleine Anfrage

der Abgeordneten Sandra Weeser, Michael Theurer, Grigorios Aggelidis, Renata Alt, Jens Beeck, Dr. Jens Brandenburg (Rhein-Neckar), Dr. Marco Buschmann, Carl-Julius Cronenberg, Dr. Marcus Faber, Daniel Föst, Otto Fricke, Thomas Hacker, Reginald Hanke, Peter Heidt, Markus Herbrand, Torsten Herbst, Dr. Gero Clemens Hocker, Manuel Höferlin, Dr. Christoph Hoffmann, Reinhard Houben, Ulla Ihnen, Olaf in der Beek, Pascal Kober, Konstantin Kuhle, Ulrich Lechte, Dr. Martin Neumann, Hagen Reinhold, Christian Sauter, Frank Schäffler, Dr. Wieland Schinnenburg, Frank Sitta, Judith Skudelny, Dr. Hermann Otto Solms, Bettina Stark-Watzinger, Dr. Marie-Agnes Strack-Zimmermann, Benjamin Strasser, Katja Suding, Linda Teuteberg, Stephan Thomae, Manfred Todtenhausen, Dr. Florian Toncar, Gerald Ullrich, Nicole Westig und der Fraktion der FDP

Ausgaben der Bundesregierung für die Bewerbung von Gesetzen

Die Bundesregierung hat in ihrer Antwort auf eine schriftliche Einzelfrage (März 2021, Nr. 410) mitgeteilt, dass sie für die Kommunikation des Sorgfaltspflichtengesetzes (sog. Lieferkettengesetz) über 1,1 Mio. Euro ausgegeben bzw. in Auftrag gegeben hat. Aus Sicht der Fragesteller ist es äußerst fraglich, warum die Werbekampagne für das Gesetz bereits in Auftrag gegeben und öffentlich gemacht wurde, bevor der Gesetzentwurf überhaupt vom Gesetzgeber, dem Deutschen Bundestag, beraten wurde. Auch in der öffentlichen Berichterstattung ist dieser Vorgang kritisch beleuchtet worden (<https://www.welt.de/politik/deutschland/article229601733/Hubertus-Heil-Hunderttausende-Euro-fuer-Gesetz-das-es-noch-nicht-gibt.html>). Da die Mittel zur Finanzierung einer solchen Bewerbung von Gesetzen aus dem Budget des jeweiligen Ministeriums stammen, die sich wiederum aus dem größtenteils steuerfinanzierten Bundeshaushalt speisen, ist der Vorgang aus Sicht der Fragesteller auch vor diesem Hintergrund bemerkenswert. Deshalb ist es von Interesse, ob es sich hierbei um einen Einzelfall handelt, oder dieses Vorgehen auch bei anderen Gesetzen angewendet wurde.

Wir fragen die Bundesregierung:

1. Welche Gesetze hat die Bundesregierung in der laufenden Legislaturperiode zu welchen Kosten bewerben lassen (bitte nach Gesetz, beteiligten Ministerien und Summe der Werbekosten aufschlüsseln)?
2. Mit welchen Werbe- und PR-Agenturen haben die Ministerien zur Bewerbung der Gesetzesvorhaben zusammengearbeitet (bitte nach Gesetz und beteiligten Ministerien aufschlüsseln)?

3. Bei welchen Gesetzen hat die Bundesregierung Aufträge für die Kommunikation bzw. Bewerbung erteilt, bevor diese in erster Lesung vom Deutschen Bundestag beraten wurden (bitte nach Gesetz und beteiligte Ministerien aufschlüsseln)?
4. Bei welchen Gesetzen hat die Bundesregierung Aufträge für die Kommunikation bzw. Bewerbung erteilt, bevor diese vom Deutschen Bundestag abschließend beraten wurden (bitte nach Gesetz und beteiligte Ministerien aufschlüsseln)?
5. Aus welchen Gründen erteilt die Bundesregierung Aufträge für die Bewerbung von Gesetzen, bevor diese vom Deutschen Bundestag beraten und beschlossen wurden?
6. Wird aus Sicht der Bundesregierung das Verfassungsorgan Deutscher Bundestag in seiner zentralen Funktion für die Gesetzgebung in ausreichendem Maße respektiert, wenn die Bundesregierung bereits vor dessen Beratung bzw. Beschluss eines Gesetzes Werbung für selbiges in Auftrag gibt?
7. Wie stellt die Bundesregierung sicher, dass die Kommunikation bzw. Bewerbung von Gesetzen sowie die Höhe der dafür aufgewendeten Kosten im Jahr einer Bundestagswahl nicht den Eindruck erwecken, damit indirekt Wahlwerbung für Parteien zu machen?
8. Agieren die Bundesministerien bei der Auftragsvergabe für die Bewerbung von Gesetzentwürfen oder Gesetzen eigenständig oder gibt es innerhalb der Bundesregierung einheitliche Vorgaben hinsichtlich der Höhe der Werbekosten oder andere Faktoren, die die Bundesministerien befolgen müssen?
9. Warum ist aus Sicht der Bundesregierung die Medienarbeit des Bundespresseamtes nicht ausreichend, um die Bürgerinnen und Bürger in Deutschland über Bundesgesetze zu informieren bzw. wieso bedarf es darüber hinaus einer aktiven Bewerbung über Anzeigen, Schaltungen, Außenwerbung etc.?

Berlin, den 5. Mai 2021

Christian Lindner und Fraktion