

Antwort

der Bundesregierung

**auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Martin Erwin Renner, Dr. Götz Frömming, Ronald Gläser, weiterer Abgeordneter und der Fraktion der AfD
– Drucksache 21/6590 –**

Aufwendungen der Bundesregierung für Informationsmaßnahmen, Anzeigen, Kampagnen und Werbung für das Jahr 2025

Vorbemerkung der Fragesteller

In den Jahren von 2020 bis 2022 stiegen die Aufwendungen der Bundesregierung für Informationsmaßnahmen, Anzeigen, Kampagnen und Werbung noch von 116 745 706,53 Euro auf 194 631 794,50 Euro erheblich an (vgl. die Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage auf Bundestagsdrucksache 20/6676, S. 2). Mit dem Wegfall der Informationsmaßnahmen respektive Kampagnen für die sogenannte Corona-Pandemie entfiel ein großer Teil der Kosten, sodass sich im Jahr 2023 die Aufwendungen auf 84 696 854 Euro (vgl. die Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage auf Bundestagsdrucksache 20/11327, S. 2) reduzierten. Mit 88 662 009 Euro erhöhten sich die Aufwendung im Jahr 2024 erneut (vgl. die Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage auf Bundestagsdrucksache 21/378, S. 2).

Das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung veröffentlicht halbjährlich den Bericht zu „Öffentlichkeitsmaßnahmen der Bundesregierung“ (vgl. www.bundesregierung.de/breg-de/service/newsletter-und-abos/oeffentlichkeit-sarbeit, letzter Aufruf 8. Juni 2026). Dieser Bericht listet die jeweiligen Kampagnen aller Bundesministerien und ausgewählter Beauftragter der Bundesregierung sowie des Presse- und Informationsamtes auf. Hier ergibt sich für die Fragesteller Informationsbedarf zu den Kosten dieser aufgeführten Informationsmaßnahmen, Anzeigen, Kampagnen und Werbung für das Jahr 2025 (1. Januar bis 31. Dezember). Der Fragezeitraum wird aufgrund des nahenden Endes des ersten Halbjahres auf das angefangene Jahr 2026 erweitert.

Die Fragesteller möchten vor diesem Hintergrund auf die umfangreichen Antworten der Bundesregierung auf die Kleinen Anfragen auf den Bundestagsdrucksachen 21/378, 20/11327, 20/6676 sowie 19/21280 hinweisen und bitten um die Fortsetzung der Form der Auflistungen der Bundesregierung im Rahmen der oben aufgeführten Drucksachen.

Vorbemerkung der Bundesregierung

Die Bundesregierung hat den verfassungsmäßigen Auftrag, die Bürgerinnen und Bürger über ihre Tätigkeit, Vorhaben und Ziele zu informieren. Um diesem Auftrag nachzukommen und verständlich und bürgernah zu informieren, nutzt sie eine große Bandbreite an Kanälen und Informationsangeboten und passt diese laufend an. Dabei handelt es sich nicht um Werbung, sondern um Information im Sinne des verfassungsrechtlichen Auftrags. Es wird nicht für ein Produkt oder eine Dienstleistung geworben, sondern über die Politik der Bundesregierung informiert.

Einige finanzielle Aufwendungen im Sinne der Fragestellung sind in Rahmenverträgen pauschal enthalten und können nicht gesondert ausgewiesen werden. Umfassende Abfragen innerhalb der Ressorts, die über die vorhandenen Datenbestände hinausgehende Recherchen durch die Bundesregierung erfordert hätten, konnten innerhalb der kurzen Frist nicht durchgeführt werden. Soweit zur Beantwortung einzelner Fragen ressortübergreifende Abfragen innerhalb des nachgeordneten Geschäftsbereichs erforderlich waren, konnten diese aufgrund des begrenzten Zeitrahmens nicht erfolgen. Die vorliegende Antwort beschränkt sich daher auf die innerhalb der verfügbaren Zeit ermittelbaren Informationen und erhebt ausdrücklich keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Die Auslandsöffentlichkeitsarbeit ist in den Angaben nicht erfasst.

1. Auf welche Summe belaufen sich die Aufwendungen der Bundesregierung für Informationsmaßnahmen, Anzeigen, Kampagnen und Werbung für das komplette Jahr 2025 (1. Januar bis zum 31. Dezember)?

Es wird auf die Vorbemerkung der Bundesregierung verwiesen. In diesem Sinne beläuft sich die über Mediaagenturen abgerechnete Summe im Jahr 2025 auf 59 960 593,68 Euro.

2. In welchen Medien (Printmedien, Onlinemedien, Radio, TV, sonstige) hat die Bundesregierung in welcher Höhe die reinen Schaltkosten für das Jahr 2025 (1. Januar bis zum 31. Dezember) Informationsmaßnahmen, Anzeigen, Kampagnen und Werbung geschaltet (bitte jeweils einzeln nach Summe und Medium aufschlüsseln)?

Es wird auf die Vorbemerkung der Bundesregierung verwiesen. In diesem Sinne sind im Folgenden die reinen Schaltkosten im Jahr 2025 inklusive Mehrwertsteuer (ohne Agenturhonorare, ohne Kreativekosten) angegeben.

Online: 29 966 452,97 Euro

Print: 2 578 535,79 Euro

TV: 3 423 753,32 Euro

Außenwerbung: 18 444 101,69 Euro

Hörfunk: 1 696 102,00 Euro

Kino: 748 203,15 Euro

Medienübergreifend: 1 206 711,00 Euro

3. In welchen Medien (Printmedien, Onlinemedien, Radio, TV, sonstige) hat die Bundesregierung in welcher Höhe (bitte die Agenturhonorare und Kreationskosten angeben) für das Jahr 2025 (1. Januar bis zum 31. Dezember) Informationsmaßnahmen, Anzeigen, Kampagnen und Werbung geschaltet (bitte jeweils einzeln nach Summe, Medium und Agentur aufschlüsseln)?

Es wird auf die Vorbemerkung der Bundesregierung verwiesen. Zusätzlich wird darauf hingewiesen, dass Kommunikationskampagnen häufig medienübergreifend entwickelt und durchgeführt werden. Daher ist es entgegen der Fragestellung teilweise nicht möglich, Kosten nach Medium und Agentur aufzuschlüsseln. Da sich die Frage auf Schaltung bezieht, wurden daher nur Informationsmaßnahmen beziehungsweise Kampagnen berücksichtigt, bei denen solche Schaltmaßnahmen im Vordergrund stehen. In diesem Sinne können für das Jahr 2025 folgende Angaben zu Gesamtkosten für Schaltungen (inklusive Agenturhonorare/Kreation) gemacht werden.

Summe (inklusive Agenturhonorare/Kreation)	Medium	Agenturen
10 633 426,53 Euro	Online	as mediendesign, familie redlich AG, Google Irland Limited, Klaro Media, Mediafabrik, Mediaplus Germany GmbH & Co.KG, Mediascale Köln Gesellschaft für innovative Medienvermarktung mbH & Co.KG, RYSM GmbH/365 Sherpas BPI, Scholz & Friends Berlin GmbH, Scholz & Friends Digital Media GmbH, Zum goldenen Hirschen Holding GmbH, Digitas GmbH, BEBE Media GmbH, Init, Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co.KG, SYZYGY Performance Marketing GmbH, neues Handeln AG, Cosmonauts & Kings GmbH, Peperoni Werbe- und PR- Agentur GmbH, WPR Communication GmbH & Co.KG, Mediaplus Berlin GmbH & Co.KG, GBB, Digital Media,
1 670 074,52 Euro	Print	familie redlich AG, Mediaplus Germany GmbH & Co.KG, Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co.KG, SZ Scala GmbH, Mediaplus Berlin GmbH & Co.KG, GBB, Zum goldenen Hirschen Berlin GmbH,
389 130,00 Euro	TV	Mediaplus Germany GmbH & Co.KG
3 918 797,00 Euro	Außenwerbung	Mediaplus Germany GmbH & Co.KG, neues handeln AG, Mediaplus Berlin GmbH & Co.KG, Scholz&Friends, SYZYGY Performance Marketing GmbH
100 601,03 Euro	Hörfunk	Mediaplus Germany GmbH & Co.KG, Mediaplus Berlin GmbH & Co.KG
nicht separat bezifferbar, siehe oben.	Kino	Mediaplus Germany GmbH & Co.KG, Crossmedia GmbH
3 536 149,21 Euro	medienübergreifend	familie redlich AG, Ifok, Jung von Matt AG, Mediaplus Germany GmbH & Co.KG, netzeffekt, neues handeln AG, Mediaplus Gruppe für innovative Media GmbH & Co.KG, Mediaplus Berlin GmbH & Co.KG, Zum goldenen Hirschen Berlin GmbH

Hinweis zu BMFTR: Das BMFTR unterscheidet zwischen Öffentlichkeitsarbeit und Fachinformation. Der in der Vorbemerkung der Fragesteller zitierte Bericht zu den „Öffentlichkeitsmaßnahmen der Bundesregierung“ enthält nur diejenigen Maßnahmen, die als Öffentlichkeitsarbeit geführt werden. Fachinformationen sind hingegen nicht enthalten. Im Sinne der Fragestellung wurden zu den Fragen 2 und 3 deshalb über den Bericht hinausgehende Angaben gemacht.

Hinweis BMVg: Aufgrund der Struktur des Rahmenvertrages BMVg zur Arbeitgeberkommunikation können die hier abgefragten Kosten, ausschließlich für Nachwuchswerbung (Agenturhonorare und Kreativkosten), nicht hinreichend differenziert abgebildet werden. Eine Aufschlüsselung gemäß der Fragestellung wird im BMVg nicht geführt.

4. Plant die Bundesregierung Informationsmaßnahmen, Kampagnen, Anzeigen und Werbung, welche für das Jahr 2026 in Medien und in den sozialen Medien (Printmedien, Onlinemedien, Radio, TV, Internet, soziale Medien, sonstige) geschaltet werden sollen?
 - a) Wenn ja, welche (bitte nach Mediaagentur, Medium, geplanter Anzeige, geplanter Kampagne oder Informationsmaßnahme, Bundesministerium und potenziellen Kosten auflisten)?
 - b) Wenn nein, warum nicht (bitte erläutern, weshalb keine Informationsmaßnahmen, Kampagnen und Anzeigen durch die Bundesregierung geplant sind)?

Die Fragen 4 bis 4b werden gemeinsam beantwortet.

Die Kontrollbefugnis des Parlaments erstreckt sich grundsätzlich nur auf bereits abgeschlossene Vorgänge und umfasst nicht die Befugnis, in laufende Verhandlungen und Entscheidungsvorbereitungen einzugreifen (BVerfGE 124, 78 [121]; 137, 185 [234 f.]).

5. Nutzte die Bundesregierung für die Verbreitung ihrer Informationen oder ihrer Kampagnen für das Jahr 2025 (1. Januar bis zum 31. Dezember) die Unterstützung von sogenannten YouTubern beziehungsweise Influencern in weiteren sozialen Medien (YouTube, Facebook, Instagram, „X“ [ehemals Twitter] etc.)?
 - a) Wenn ja, um welche YouTuber beziehungsweise weitere Influencer handelt es sich hierbei, und welche Kriterien legt die Bundesregierung für eine etwaige Zusammenarbeit mit YouTubern beziehungsweise Influencern zugrunde?
 - b) Wenn ja, welche Beiträge wurden im genannten Zeitraum für welche Leistungen gezahlt (bitte pro Jahr, Namen und Thema respektive Kampagnen aufschlüsseln)?
 - c) Wenn nein, warum nicht?

Die Fragen 5 bis 5c werden gemeinsam beantwortet.

Es wird auf die Vorbemerkung der Bundesregierung in ihrer Antwort zu Frage 5 auf Bundestagsdrucksache 21/378 verwiesen. Als Teilelement eines effektiven und effizienten Mediaplans werden bei der Beauftragung der Influencerinnen und Influencer die allgemeinen Kennzahlen der Mediaplanung, insbesondere der TKP (Tausender-Kontakt-Preis) berücksichtigt. Eine Übersicht über die pro Jahr/Kampagne beauftragten Influencerinnen und Influencer und die dafür geleisteten Beträge kann der Anlage 1* entnommen werden.

* Von einer Drucklegung der Anlage wird abgesehen. Diese ist auf Bundestagsdrucksache 21/6939 auf der Internetseite des Deutschen Bundestages abrufbar.

BMF, BMI, BMVg, BMWE, BMAS, BMDS, BMUKN, BMG, BMLEH, BMWSB, BKM, BK-Amt und BPA nutzten für das Jahr 2025 für die Verbreitung ihrer Informationen oder ihrer Kampagnen keine Influencerinnen und Influencer im Sinne der Fragestellung.

6. Welche waren die durch die Bundesregierung beworbenen Themen respektive Kampagnen oder Informationsmaßnahmen für das Jahr 2025 vom 1. Januar bis zum 31. Dezember (bitte nach Höhe des finanziellen Aufwandes und des auftraggebenden Bundesministeriums beziehungsweise der auftraggebenden Bundesbehörde aufschlüsseln)?

Die Bundesregierung führte im Jahr 2025 die in der Anlage 2* genannten Informationsmaßnahmen, Kampagnen und Anzeigen durch. Nicht alle in der Anlage 2 genannten Kosten sind im gleichen Haushaltsjahr kassenwirksam geworden. Der Abrechnungszeitraum kann hier variieren und sowohl das Vor- als auch Folgejahr betreffen.

7. Haben die Bundesministerien und ihre nachgeordneten Behörden Mediaagenturen im Jahr 2025 beauftragt, um Beiträge auf den Kanälen der jeweiligen Bundesministerien oder ihrer nachgeordneten Behörden in den sozialen Medien (YouTube, Facebook [Meta], Instagram, „X“ [ehemals Twitter], LinkedIn etc.) für Informationsmaßnahmen, Kampagnen oder Anzeigen zu erstellen (wenn ja, bitte nach Bundesministerium, Mediaagentur, Kampagne oder Informationsmaßnahme respektive Anzeige, Kosten der Kampagne und das genaue Datum [Tag, Monat, Jahr] auflisten)?

Es wird auf die Vorbemerkung der Bundesregierung in ihrer Antwort zu Frage 7 auf Bundestagsdrucksache 21/378 verwiesen. Insbesondere ist aufgrund der Kürze des für die Beantwortung zur Verfügung stehenden Zeitraums der nachgeordnete Bereich in den Angaben nicht enthalten. Die Bundesregierung ließ im Jahr 2025 die in der Anlage 3* genannten Informationsmaßnahmen, Kampagnen und Anzeigen durch Mediaagenturen planen.

8. Wann wird der nächste Bericht zu den „Öffentlichkeitsmaßnahmen der Bundesregierung“ für das erste Halbjahr 2026 (1. Januar bis 30. Juni) veröffentlicht?

Das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung beabsichtigt, den Bericht zu den Öffentlichkeitsmaßnahmen der Bundesregierung für das erste Halbjahr 2026 im zweiten Halbjahr 2026 zu veröffentlichen.

* Von einer Drucklegung der Anlage wird abgesehen. Diese ist auf Bundestagsdrucksache 21/6939 auf der Internetseite des Deutschen Bundestages abrufbar.

Anlage 2

Zur Beantwortung der Frage 6:

Bundesministerium der Finanzen (BMF)	
Kampagne/Thema/Informationsmaßnahme im Jahr 2025	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)
Zwei Anzeigeschaltungen [Print / TZ, am 17.05.2025]: Traueranzeige des BMF zum Tod von Margot Friedländer (FAZ, Jüdische Allgemeine)	8.466,26 Euro
Anzeigeschaltung [Print/ TZ, am 18.09.2025]: jährliche Grußwortanzeige „Rosch Haschana“ (Jüdische Allgemeine)	3.347,05 Euro

Auswärtiges Amt (AA)	
Kampagne/Thema/Informationsmaßnahme im Jahr 2025	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)
Grußworte zum jüdischen Feiertag „Rosh Hashana“	4.026,96 Euro
Reise- und Sicherheitshinweise	6.283,20 Euro
Basis- und Hintergrundwissen Außenpolitik	11.098,10 Euro
Stellenanzeigen	71.665,85 Euro

Hinweis: Die Auslandsöffentlichkeitsarbeit ist in den Angaben nicht erfasst.

Bundesministerium der Verteidigung (BMVg)	
Kampagne/Thema/Informationsmaßnahme im Jahr 2025	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)
Zielgruppenorientierte personalwerbliche Kampagnenmotive	41.790.882 €

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWE)	
Kampagne/Thema/Informationsmaßnahme im Jahr 2025	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)
Energiewechsel (Energieeffizienz und erneuerbare Energien)	566.618,23 Euro

Bundesministerium für Forschung, Technologie und Raumfahrt (BMFTR)	
Kampagne/Thema/Informationsmaßnahme im Jahr 2025	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)
BAföG	274.003,87 EUR
MINT	57.120,00 EUR
Wissenschaftsjahr 2025	48.773,94 EUR
bmftr.bund.de	12.541,92 EUR

Bundesministerium der Justiz und Verbraucherschutz (BMJV)	
Kampagne/Thema/Informationsmaßnahme im Jahr 2025	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)
Rosch Haschana	2.396,66 Euro
Antisemitismus	1.110,77 Euro
Rechtsstaat	1.891,12 Euro
Namensrecht	346,07 Euro
Miete	1.064,66 Euro
Gewaltschutz	149,80 Euro

Bundesministerium für Bildung, Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMBFSFJ)	
Kampagne/Thema/Informationsmaßnahme im Jahr 2025	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)
Allianz gegen Einsamkeit	912.183,00 Euro
„Pflege kann was“ – Kampagne zur Gewinnung von Auszubildenden in der Pflege	2.594.908,00 Euro
„Pflegeeltern – Zeit, die prägt“	1.364.295,00 Euro
Kampagne des Queerbeauftragten der 20. Legislaturperiode	305.528,00 Euro
Aufstiegs-BaföG	163.827,00 Euro

Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS)	
Kampagne/Thema/Informationsmaßnahme im Jahr 2025	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)
Nominiertenkommunikation zum Deutschen Fachkräftepreis 2025	26.520,35 Euro

INQA: Allgemeine LinkedIn-Marketing Kampagne	11.900,00 Euro
INQA-Coaching Herbstkampagne	35.571,10 Euro
INQA in Wirtschaftsnewslettern	27.557,90 Euro
Aktivierungskampagne „Deutschland wird barrierefrei“	683.096,23 Euro

Bundesministerium für Digitales und Staatsmodernisierung (BMDS)	
Kampagne/Thema/Informationsmaßnahme im Jahr 2025	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)
Scholz&Friends/SYZYGY: Glasfaser	671.160,00 Euro
MIG (Mobilfunkinfrastrukturgesellschaft mbH): Mobilfunk-Messwoche	175.899,00 Euro

Bundesministerium für Verkehr (BMV)	
Kampagne/Thema/Informationsmaßnahme im Jahr 2025	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)
#mehrAchtung und Runter vom Gas/Verkehrssicherheit	101.500 Euro
Tunnelsicherheit/Verkehrssicherheit	60.000 Euro
Straßenwärter/Verkehrssicherheit	1.700 Euro
Deutschlandnetz/Elektromobilität	25.200 Euro
Digitale Infrastruktur/Diverse	7.600 Euro
i-Kfz/Digitalisierung im Verkehrsbereich	7.300 Euro
KI/Diverse	4.300 Euro
ÖPNV/Rad- und Fußverkehr/Diverse	3.400 Euro
Recruiting/Veranstaltungen/Messen/Diverse	11.050 Euro

Bundesministerium für Umwelt, Klimaschutz, Naturschutz und Verbraucherschutz (BMUKN)	
Kampagne/Thema/Informationsmaßnahme im Jahr 2025	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)
Einwegkunststofffonds ¹	5.566,27 Euro

¹ Reine Information an Fachpublikum in einschlägigen Fachzeitschriften

Bundesministerium für Gesundheit (BMG)	
Kampagne/Thema/Informationsmaßnahme im Jahr 2025	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)
ePA? Na sicher!	849.886,00 Euro
Krankenhaus mit Zukunft	1.600.000,00 Euro
Ein gesundes neues Jahr	1.400.000,00 Euro

Bundesministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat (BMLEH)	
Kampagne/Thema/Informationsmaßnahme im Jahr 2025	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)
Informationsoffensive zur Einführung einer verpflichtenden Tierhaltungskennzeichnung (Information für Verbraucherinnen und Verbraucher)	778,34 Euro
Torffrei gärtnern! (Fach- und Verbraucherinformation zu den Eigenschaften und Einsatzmöglichkeiten von Torfersatz)	379.670,47Euro
Informationsoffensive zu Jodsalz (Information für Verbraucherinnen und Verbraucher zum Thema Jodsalz)	261.262,83 Euro
Informationsoffensive zur Bio-Zertifizierung in der Außer-Haus-Verpflegung	361.883,67 Euro
Beilagenschaltung Forschungsfelder 1/2025: Code und Korn	92.679,04 Euro

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ)	
Kampagne/Thema/Informationsmaßnahme im Jahr 2025	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)
„Sorry, I can’t. But together we can.“ – BMZ-Inklusionskampagne anlässlich des Global Disability Summit 2025	346.099,71 Euro
Social-Media-Informationsmaßnahme zum Tag der Menschen mit Behinderungen am 03.12.2025	8.200,00 Euro

Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen (BMWSB)	
Kampagne/Thema/Informationsmaßnahme im Jahr 2025	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)
Bau-Turbo	keine

Bundeskanzleramt (inkl. Beauftragte)	
Kampagne/Thema/Informationsmaßnahme im Jahr 2025	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)
Internetseiten (Information über Tätigkeit, Vorhaben und Ziele des/der Ostbeauftragten)	48.674,50 Euro
Print-Publikationen zur Information über Tätigkeit, Vorhaben und Ziele des/der Ostbeauftragten (Bericht der Ostbeauftragten; Flyer, Quiz)	84.422,06 Euro

Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (BPA)	
Kampagne/Thema/Informationsmaßnahme im Jahr 2025	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)
Anzeige im Ballbegleiter des Bundespresseballs	3.153,50 Euro
Anzeige Allg. jüdische Wochenzeitung „Rosch Haschana“	2.542,92 Euro
Begleitkampagne zur Regierungsarbeit „Das kann Deutschland“	4.723.622,46 Euro
Traueranzeigen	1.108,22 Euro
Ausschreibung Media-Rahmenverträge	10.418,45 Euro
Bewerbung Tag der offenen Tür	194.626,60 Euro

Anlage 3

Zur Beantwortung der Frage 7:

Hinweis: Es werden die reinen Schaltkosten inkl. MwSt. (ohne Agenturhonorare, ohne Kreativekosten) für Maßnahmen angegeben. Bei der Darstellung der Kosten konnten Stellenanzeigen teilweise nur uneinheitlich berücksichtigt werden.

Auswärtiges Amt (AA)			
Datum	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)	Mediaagenturen
19.03.2025	Basis- und Hintergrundwissen Außenpolitik	11.098,10 Euro	Init, BEBE Media

Hinweis: Die Auslandsöffentlichkeitsarbeit ist in den Angaben nicht erfasst.

Bundesministerium der Verteidigung (BMVg)			
Datum	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)	Mediaagenturen
2025	Zielgruppenorientierte personalwerbliche Kampagnenmotive	41.790.882 Euro	Castenow GmbH, Unbound Media GmbH
2025	Veteranentag	2.854.800 Euro	Media Plus GmbH

Hinweis: Für das BMVg handelt es sich dabei ausschließlich um Arbeitgeberkommunikation (Nachwuchswerbung) sowie den Veteranentag.

Bundesministerium für Bildung, Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMBFSFJ)			
Datum	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)	Mediaagenturen
Dezember 2025	Allianz gegen Einsamkeit	734.564,00 Euro	Mediaplus Germany GmbH & Co.KG

September bis Dezember 2025	Elterngeld	174.469,00 Euro	Mediaplus Germany GmbH & Co.KG
April, Mai, Dezember 2025	Kampagne des Queerbeauftragten der 20. Legislaturperiode	160.598,00 Euro	Mediaplus Germany GmbH & Co.KG
März, April, Mai, Juni, September, Oktober, November; Dezember 2025.	„Pflege kann was“ – Kampagne zur Gewinnung von Auszubildenden in der Pflege	2.327.653,00 Euro	Mediaplus Germany GmbH & Co.KG
Dezember 2025	„Pflegeeltern – Zeit, die prägt“	580.254,00 Euro	Mediaplus Germany GmbH & Co.KG
Dezember 2025	Aufstiegs-BaföG	63.827,00 Euro	Mediaplus Germany GmbH & Co.KG

Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS)			
Datum	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)	Mediaagenturen
15.01.2025	Nominiertenkommunikation „Deutscher Fachkräftepreis 2025“	26.520,35 Euro	SYZYGY GmbH
01.09.2025	INQA: Allgemeine LinkedIn-Marketing Kampagne	11.900,00 Euro	Scholz & Friends Berlin GmbH, Scholz & Friends Digital Media GmbH
01.11.2025	INQA-Coaching Herbstkampagne	7.550,55 Euro	Scholz & Friends Berlin GmbH, Scholz & Friends Digital Media GmbH
06.11.2025	Aktivierungskampagne „Deutschland wird barrierefrei“	46.627,88 Euro	familie redlich AG

Bundesministerium für Digitales und Staatsmodernisierung (BMDS)		
Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreationskosten)	Mediaagenturen
Glasfaser	125.008,87 Euro	SYZYGY Deutschland GmbH
Mobilfunkmesswoche	18.000 Euro	

Bundesministerium für Verkehr (BMV)			
Datum	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreationskosten)	Mediaagenturen
2025	#mehrAchtung, Runter vom Gas / Verkehrssicherheit	101.500 Euro	Digital Media, (Meta)
2025	Tunnelsicherheit/Verkehrssicherheit	60.000 Euro	Meta
2025	Straßenwärter/Verkehrssicherheit	1.700 Euro	Meta
2025	Deutschlandnetz/Elektromobilität	25.200 Euro	Digital Media

Bundesministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat (BMLEH)			
Datum	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreationskosten)	Mediaagenturen
25.02.2025	Torffrei gärtnern! (Fach- und Verbraucherinformation zu den Eigenschaften und Einsatzmöglichkeiten von Torfersatz)	69.724,16 Euro	SYZYGY Performance Marketing GmbH
14.08.2025	Informationsoffensive zu Jodsalz (Information für Verbraucherinnen und Verbraucher zum Thema Jodsalz)	212.838,54 Euro	SYZYGY Performance Marketing GmbH

2025	Informationsoffensive zur Bio-Zertifizierung in der Außer-Haus-Verpflegung	14.874,60 Euro	Mediaplus Gruppe für Innovative Media GmbH & Co. KG
------	--	----------------	---

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ)			
Datum	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)	Mediaagenturen
13.03.2025	„Sorry, I can’t. But together we can.” – BMZ-Inklusionskampagne anlässlich des Global Disability Summit 2025	34.647,28 Euro	Mediaplus Germany GmbH & Co.KG
03.12.2025	Social-Media- Informationsmaßnahme zum Tag der Menschen mit Behinderungen am 03.12.2025	6.102,00 Euro	netzeffekt

Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen (BMWSB)			
Datum	Kampagne / Thema	Finanzieller Aufwand (endabgerechnete, reine Schaltkosten inkl. MwSt., keine Agenturhonorare und keine Kreativekosten)	Mediaagenturen
2025	Bau-Turbo	174.910,28 Euro	Mediaplus Germany GmbH & Co.KG

