



Präsidenten
des Landtags Nordrhein-Westfalen
Herr André Kuper MdL
Platz des Landtags 1
40221 Düsseldorf

LANDTAG
NORDRHEIN-WESTFALEN
17. WAHLPERIODE
**NEUDRUCK
VORLAGE
17/5878**

Alle Abg

25. Oktober 2021
Seite 1 von 1

**Haushaltsplanentwurf 2022 - Einzelplan 02 Ministerpräsident
Antwort der Landesregierung auf Nachfragen der Fraktion der AfD
im Hauptausschuss des Landtags**

Sehr geehrter Herr Landtagspräsident,

der Hauptausschuss hat in seiner Sitzung am 30. September 2021 unter TOP 1 den Entwurf des „Gesetzes über die Feststellung des Haushaltsplans des Landes Nordrhein-Westfalen für das Haushaltsjahr 2022 (Haushaltsgesetz 2022)“ beraten.

Im Nachgang dazu wurden am 14. Oktober auch schriftlich Fragen der Fraktion der AfD zum Einzelplan 02 an mich gerichtet, deren Beantwortung ich hiermit gerne nachkomme. Für eine Weiterleitung an den Vorsitzenden des Hauptausschusses wäre ich dankbar.

Mit freundlichen Grüßen


Nathanael Liminski

**Schriftliche Antwort der Landesregierung auf Nachfragen
zum Einzelplan 02 des Haushaltsplanentwurfs 2022**

1.1 Welche Gesamtausgaben sind anlässlich des 75. Geburtstages für Presseinformation und Öffentlichkeitsarbeit entstanden?

1.2 Wie verteilen sich die Kosten auf die einzelnen Formate der Feierlichkeiten?

Die beiden Fragen werden zusammen beantwortet:

Bis dato sind bisher anlässlich des 75. Landesgeburtstags des Landes Nordrhein-Westfalen Gesamtausgaben in Höhe von 270.977,34 € entstanden.

Die Ausgaben verteilen sich auf die einzelnen Formate wie folgt:

- Öffentlichkeitsarbeit (Logo, Roll-ups, Film, Clips pp.) 75.283,10 €
 - Veranstaltung 28./29.8.2021 Kleines Bürgerfest
(Künstler, Moderator, Agentur pp) 53.254,75 €
 - Truck-Tour (Print-Produkte, Ausstattung, Anzeigen) 100.139,10 €
 - Illuminationen historischer Gebäude, Kreis- und
Rathäuser, Schlösser und Türme in den Landesfarben 42.300,39 €
- Gesamtausgaben: 270.932,34 €

1.3 Welche Erkenntnisse liegen der Landesregierung zur Reichweite und den Zugriffszahlen der von ihr digital eingesetzten Medien vor?

1.4 Welche Veränderungen bei den Zugriffszahlen ergaben sich bei Internetauftritt der Landesregierung auf der Seite www.land.nrw?

1.5 Wieviele Zugriffe konnten verzeichnet werden, die zu einer Aktion, wie z.B. das Abonnieren des Newsletters der Landesregierung, führten?

Die Fragen 1.3 – 1.5 werden zusammen beantwortet:

In den Zeiträumen von Mai 2017 bis September 2021 haben sich die Aufrufe der Website, die Zahl der Abonnenten des Newsletters, Twitter-Account sowie der Facebook- und YouTube-Auftritte jeweils vervielfacht, dabei sind die Zahlen insbesondere seit dem Ausbruch der Pandemie 2020 auf allen Informationskanälen gestiegen.

Die konkreten Bezugspunkte sind in der Tabelle angeführt. Auf Instagram ist die Landesregierung erst seit Februar 2020 vertreten, sodass für den Kanal kein entsprechender Langzeitvergleich möglich ist.

Stichtag	Newsletter-empfänger	Facebook Seiten-Likes	Twitter-Abonnenten	Instagram-Abonnenten	YouTube Abonnenten
5. Mai 2017	7.465	50.071	7. Sept. 2017: 16.800	-	56
9. April 2020	30.215	100.302	15. Juni 2020: 42.950	8. April 2020: 28.538	815
3. Sept. 2021	34.457	229.036	59.608	168.104	8.089

Zeitraum	Website Zugriffe
Mai bis Dezember 2017	17.342.912
2018	11.021.244
2019	10.867.599
2020	54.119.040
einschl. September 2021	52.355.872

1.6 Welche digitalen Kampagnen (Inhouse und Outhouse) verfolgte die Landesregierung seit Regierungsbildung und welche Ausgaben ergaben sich daraus?

Das Landespresse- und Informationsamt informiert die Bürgerinnen und Bürger gemäß verfassungsrechtlichem Auftrag regelmäßig über seine bekannten digitalen Kanäle über die Regierungstätigkeiten.

Neben der Internetseite dienen außerdem die Auftritte der Landesregierung bei Twitter, Facebook und seit Ende Februar 2020 auch bei Instagram dieser Informationsvermittlung. Zuletzt hat sich die Informationsvermittlung verstärkt den Themen Corona und Corona-Schutzimpfung gewidmet. Zu beiden Themen hat die Landesregierung im Rahmen einer digitalen Informations- und Aufklärungskampagne kommuniziert.

Die digitale Informations- und Aufklärungskampagne der Landesregierung beinhaltet sowohl Informationen über das Virus allgemein als auch

zu Verhaltenshinweisen wie Abstands- und Hygieneregeln, dem Kontaktverbot, der Maskenpflicht und generellen Corona-Regeln.

Die diesbezügliche Kampagne rund um die Corona-Schutzimpfung behandelte Themen wie die Impfstoffverteilung, die Impfreihenfolge und die Impfterminvergabe.

Darüber hinaus haben Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Landespresseamts zahlreiche Informations-Grafiken für den Einsatz in den Sozialen Medien hausintern erstellt. Anlässe waren jeweils Änderungen der Corona-Regeln wie zum Beispiel nach Beschlüssen der Ministerpräsidentenkonferenz oder durch Anpassungen der Coronaschutzverordnungen.

Informations- und Aufklärungskampagne Corona

Das Land steht in der verfassungsrechtlichen Pflicht, seine Bürgerinnen und Bürger bestmöglich vor den gesundheitlichen Gefahren der Corona-Pandemie zu schützen.

Dies setzt insbesondere die Aufklärung und Information der Bevölkerung über mögliche Schutzmaßnahmen voraus, um das Infektionsgeschehen einzudämmen und eine Überlastung der Gesundheitsinfrastruktur zu vermeiden. Aufgrund der Dynamik der Infektionslage ergab sich ein hoher Kommunikationsbedarf zu Verhaltenshinweisen und Schutzmaßnahmen sowie immer wieder kurzfristigen Anpassungen der Corona-Schutzregeln.

Dieser Kommunikationsbedarf wurde unter anderem durch Kampagnen im digitalen Bereich abgebildet, um die Informations- und Wissensvermittlung für die Bevölkerung möglichst breit aufzustellen.

Hierzu wurden Anzeigen in den Sozialen Medien Facebook und Instagram geschaltet. Weiter wurden Online-Spots bei Spotify, Bannerwerbung auf Nachrichtenseiten mit einem Link zur Corona-Sonderseite der Landesregierung sowie Spots auf Smart-TVs eingesetzt. Diese Maßnahmen dienten dazu, einen möglichst großen Teil der nordrhein-westfälischen Bürgerinnen und Bürger zu anzusprechen, die zum Beispiel über klassische Zeitungsanzeigen nicht erreicht werden können. Hierbei wurden auch regelmäßig mehrsprachige Spots eingesetzt.

Neben den Ausgaben für die Anzeigenschaltung sind im Rahmen der Informations- und Aufklärungskampagne Corona auch Ausgaben für Kreation und Erstellung, also Design und Animation, von digitalen Inhalten (z.B. Informationsgrafik, Animation oder Videoclip) entstanden.

Inhaltlich enthielten diese unter anderem Hinweise zur Maskenpflicht, zum Kontaktverbot oder zu Abstands- und Hygieneregeln. Darüber hinaus wurden auch Reise- und Quarantänehinweise, Informationen zu den kostenlosen Bürgertests oder die schrittweise Wiedereröffnung gastronomischer Angebote thematisiert.

Gesamtausgaben: 455.211 Euro

Insbesondere für die Kampagne zur Aufklärung und Information über Maßnahmen und Folgen der Corona-Pandemie wurde im Jahr 2020 außerplanmäßig im Kapitel 02 010 ein besonderer Ausgabetitel 547 10 eingerichtet und mit 5 Millionen Euro dotiert. Corona-Kommunikationsmaßnahmen sind im Jahr 2020 fast ausschließlich aus diesem Titel bestritten worden.

Für das Jahr 2021 wurde für diese Maßnahmen dem Titel 531 10 durch das Finanzministerium aus Verstärkungsmitteln im Einzelplan 20 - Allgemeine Finanzverwaltung – zusätzlich 2,5 Millionen Euro bereitgestellt.

Informations- und Aufklärungskampagne Impfen

Mit dem Start der Schutzimpfungen als zentraler Maßnahme in der Bekämpfung der Corona-Pandemie wurde ab Dezember 2020 ein weiteres Kommunikationsfeld eröffnet. Zentrale Inhalte der Informations- und Aufklärungskampagne zum Thema Corona-Schutzimpfung waren und sind u.a. die Information über den Prozess der Impfung (beispielhaft: Wirkung, unterschiedliche Impfstoffe, Priorisierung, Reihenfolge, Terminierung, Verabreichung) sowie über notwendige Verhaltenshinweise und Schutzmaßnahmen, bis ein ausreichender Impfschutz der Bevölkerung erreicht ist.

Hierzu wurden Anzeigen in den Sozialen Medien Facebook und Instagram geschaltet, es wurden auch regelmäßig mehrsprachige Spots eingesetzt. Auch Online-Spots bei Spotify kamen zum Einsatz.

Neben den Ausgaben für die Anzeigenschaltung sind im Rahmen der Informations- und Aufklärungskampagne Impfen auch Ausgaben für Kreation und Erstellung, also Design und Animation, von digitalen Inhalten (z.B. Informationsgrafik, Animation oder Videoclip) entstanden. Inhaltlich enthielten diese unter anderem Hinweise zur Impfreihenfolge, zur Terminvergabe und über den Fortschritt der Impfkampagne. Neben der Information rund ums Thema Impfen war der Aufruf zur

Schutzimpfung, zielgruppengerecht und in unterschiedlichen Tonalitäten, zentraler Inhalt der Kampagne.

Gesamtausgaben: 235.347 Euro

Für diese Kampagne wurden Haushaltsmittel aus dem Corona-Rettungsschirm des Landes eingesetzt, die der Landtag dem Ministerium für Arbeit, Gesundheit und Soziales zur Aufklärung und Information rund um das Thema Corona-Schutzimpfung zur Verfügung gestellt hat (Kapitel 11 010 Titel 54788).

1.7 In welchem Umfang kann in diesem Kapitel (Ausgaben für Kommunikationsmanagement - Service Center der Landesregierung-) seit dem 31.12.2019 ein Personalaufwuchs verzeichnet werden (Nettopersonalaufwuchs) und welche Ausgaben ergeben sich daraus?

Im für die Koordinierung des ServiceCenters verantwortlichen Referat LPA 6 in der Staatskanzlei hat es seit dem 31. Dezember 2019 keinen Personalzuwachs gegeben.

Der derzeitige Betreiber des ServiceCenters ist die Majorel Berlin GmbH. Der Dienstleister erbringt die Dienstleistung entsprechend vertraglicher Vorgaben, dazu gehört beispielsweise der Servicelevel. Hinsichtlich der personellen Ausstattung zur Erreichung des Servicelevels gibt es keine Vorgaben; die personelle Ausstattung liegt in ausschließlicher Zuständigkeit und Verantwortung des Dienstleisters.

Die Beschäftigten des Dienstleisters sind keine Bediensteten des Landes. Die beauftragte Serviceleistung wird nach Leistungsparametern wie beispielsweise für geleistete Gesprächsminuten und nicht nach Personaleinsatz abgerechnet.

1.8 Wie viele Redenschreiber beschäftigt die Landesregierung und wie veränderte sich die Anzahl seit 31.12.2020?

Unter welchem Titel werden die diesbezüglichen Ausgaben abgebildet?

Welche Ausgaben fallen hierfür an?

Für Reden und Namensbeiträge ist im Organisationsplan der Staatskanzlei das Referat M 6 ausgewiesen. Dieses ist mit einer Stelle für eine Referatsleitung und einer Stelle für eine Referentin/einen Referenten ausgestattet. Aufgabenzuschnitt, Stellenausstattung und personelle Besetzung des Referates wurden aus der Zeit der Vorgängerregierung unverändert übernommen und haben sich seitdem auch nicht verändert. Die Personalausgaben beliefen sich im Jahr 2020 auf 167.000 Euro und werden je nach Status der Bediensteten aus den Personalausgabebetiteln 422 01 und 428 01 im Kapitel 02 010 des Einzelplans 02 geleistet.

1.9 Welche Ausgaben fielen im Bereich der Staatskanzlei für die Bewirtung von Gästen seit dem 31.12.2020 an?

Ausgaben für die Bewirtung von Gästen fallen in fast allen Bereichen der Staatskanzlei an und werden entsprechend aus vielen unterschiedlichen Haushaltspositionen bestritten. Das Spektrum reicht vom einfachen Besprechungscatering (Kaffee, Konferenzgetränke) über den Mittagsimbiss für Tagungsteilnehmer bis zur Bewirtung aus herausgehobenen protokollarischen Anlässen.

Ein Teil der Bewirtungsaufwendungen wird aus dem Haushaltstitel 54110 „Zur Erfüllung von Repräsentationsverpflichtungen der Landesregierung“ bestritten, der nach einer überschlägigen Schätzung zu rd. 15 % durch Bewirtungskosten in Anspruch genommen wird. Er umfasst neben Bewirtungen zu protokollarischen Veranstaltungen auch Aufwendungen für das Sitzungscatering bei Besprechungen im Hause (nur bei Teilnahme externer Gäste, zumeist nur Getränke) und für die Bewirtung einzelner Gäste der Hausspitze außerhalb protokollarischer Veranstaltungen.

Notwendige Bewirtungsaufwendungen begleiten die Sacharbeit nahezu aller Tätigkeitsbereiche der Staatskanzlei und werden nicht zentral erfasst. Sofern Aufwendungen für Bewirtungen in unmittelbarem Zusammenhang mit einer thematisch oder zielgruppenspezifisch ausgerichteten Veranstaltung stehen (z.B. Informationsveranstaltungen), werden sie sachgerecht dem Budget der jeweiligen Veranstaltung zugeordnet und aus diesem bestritten.