

## **KLEINE ANFRAGE**

**des Abgeordneten Thomas de Jesus Fernandes, Fraktion der AfD**

**Zahlungen der Landesregierung an Medien und Influencer für Werbung, Anzeigen, Kampagnen und Informationsmaßnahmen**

**und**

## **ANTWORT**

**der Landesregierung**

### **Vorbemerkung**

Durch das Ministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Tourismus und Arbeit und das Ministerium für Bildung und Kindertagesförderung wird neben den in der Antwort zu Frage 1 aufgeführten Angaben auf die Antwort der Landesregierung zu der Kleinen Anfrage auf Drucksache 8/715 verwiesen.

Die für das Ministerium für Inneres, Bau und Digitalisierung (IM) aufgeführten Ausgaben beinhalten für die Jahre 2020 und 2021 auch Mittel des damaligen Ministeriums für Energie, Infrastruktur und Digitalisierung (EM).

1. Auf welche Summen belaufen sich die jährlichen Aufwendungen der Landesregierung für Informationsmaßnahmen, Anzeigen, Kampagnen und Werbung im Zeitraum 2020 bis 2022 (bitte pro Jahr, beginnend ab 1. Juli 2020, auflühren)?

Den nachfolgenden Tabellen können die jährlichen Aufwendungen der Landesregierung für Informationsmaßnahmen, Anzeigen, Kampagnen und Werbung für den Zeitraum 2020 bis 2022 entnommen werden.

**2020**

<b>Geschäftsbereich</b>	<b>Gesamtkosten (brutto) in Euro</b>
Staatskanzlei (StK)	1 127 748,29
Ministerium für Inneres, Bau und Digitalisierung (IM) mit dem damaligen Ministerium für Energie, Infrastruktur und Digitalisierung (EM) mit den Abteilungen Bau, Digitalisierung und dem Stabsbereich Digitalisierung	160 506,05
Ministerium für Justiz, Gleichstellung und Verbraucherschutz (JM)	27 467,77
Finanzministerium	687 366,65
Ministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Tourismus und Arbeit (WM)	53 167,30
	2020 gesamt
Ministerium für Klimaschutz, Landwirtschaft, ländliche Räume und Umwelt (LM)	17 200,00
Ministerium für Bildung und Kindertagesförderung (BM)	667 413,80
Ministerium für Soziales, Gesundheit und Sport (SM)	78 397,35

**2021**

<b>Geschäftsbereich</b>	<b>Gesamtkosten (brutto) in Euro</b>
StK	964 631,33
IM/EM mit den Abteilungen Bau, Digitalisierung und Stabsbereich Digitalisierung	382 551,67
JM	25 376,46
FM	725 064,90
WM	39 769,82
LM	1 666,00
BM	1 018 437,79
SM	193 870,45
Ministerium für Wissenschaft, Kultur, Bundes- und Europaangelegenheiten (WKM)	4 823,67

**2022**

<b>Geschäftsbereich</b>	<b>Gesamtkosten (brutto) in Euro</b>
StK	712 174,45
IM	42 329,47
JM	29 490,71
FM	1 071 993,13
WM	36 694,42
LM	11 999,00
BM	1 040 330,95
SM	245 610,08
WKM	4 784,51

2. In welchen Medien (Printmedien, Onlinemedien, Radio, TV, sonstige Medien) hat die Landesregierung in welcher Höhe in den Jahren 2020 bis 2022 (beginnend ab 1. Juli 2020) Informationsmaßnahmen, Anzeigen, Kampagnen und Werbung geschaltet (bitte jeweils einzeln nach Summe, Medium und Jahr aufführen)?

Den nachfolgenden Tabellen können die jährlichen Aufwendungen der Landesregierung für Informationsmaßnahmen, Anzeigen, Kampagnen und Werbung für den Zeitraum 2020 bis 2022 entnommen werden.

## 2020

<b>Geschäftsbereich</b>	<b>Medium</b>	<b>Art der Maßnahme</b>	<b>Kosten (brutto) in Euro</b>
StK	Posterfläche Rostock Laage, Airport	Miete der Posterfläche Juli 2020	952,00
StK	Posterfläche Rostock Laage, Airport	Miete der Posterfläche August 2020	952,00
StK	Posterfläche Rostock Laage, Airport	Miete der Posterfläche September 2020	952,00
StK	Posterfläche Rostock Laage, Airport	Miete der Posterfläche Oktober 2020	952,00
StK	Posterfläche Rostock Laage, Airport	Miete der Posterfläche November 2020	952,00
StK	Posterfläche Rostock Laage, Airport	Miete der Posterfläche Dezember 2020	952,00
StK	F.A.Z. Kiosk-App, SZ-App	Bewerbung MV-Magazin 06/2020	23 340,36
StK	Facebook, Instagram, Google	Bewerbung MV-Magazin 06/2020	11 510,12
StK	Antenne MV und Ostseewelle HIT Radio	Schaltungskosten für Online-Audio-Kampagne „Studieren mit Meerwert“	11 913,43
StK	Audio Kampagne Crossvertise	Schaltungskosten für Audio-Kampagne	39 722,20
StK	Werbeflächen	Bewerbung Landesmarketingkampagne „MV tut gut.“ Weisse Flotte, Stralsund	6 700,00
StK	Festspiele MV/HNE Sponsorenpool	Anzeige in der Zeitungsbeilage	27 370,00
StK	Festspiele MV/HNE Sponsorenpool	Anzeige Magazin	5 057,50
StK	Festspiele MV/HNE Sponsorenpool	vier Anzeigen in den Abendprogrammen des Festspielfrühlings Rügen	5 057,50

<b>Geschäftsbereich</b>	<b>Medium</b>	<b>Art der Maßnahme</b>	<b>Kosten (brutto) in Euro</b>
StK	Festspiele MV/HNE Sponsorenpool	vier Anzeigen in den Programmen „Unerhörte Orte“	2 975,00
StK	Werbefläche Sport- und Kongresshalle & Freilichtbühne Schwerin	Bewerbung Landesmarketingkampagne „MV tut gut.“ Juli 2020	580,00
StK	Programmheft Sportkongress	Anzeige in Publikation Landesturnverband e. V.	500,00
StK	Werbeflächen	Bewerbung Landesmarketingkampagne „MV tut gut.“ Weisse Flotte, Stralsund	6 700,00
StK	Out of Home Kampagne 1. Welle „Studieren mit Meerwert“	Werbegroßflächen Ströer	111 284,04
StK	Out of Home Kampagne 1. Welle „Studieren mit Meerwert“	Schaltungskosten WallDecaux	18 834,13
StK	Out of Home Kampagne 2. Welle „Studieren mit Meerwert“	Werbegroßflächen Ströer	108 502,34
StK	Out of Home Kampagne 2. Welle „Studieren mit Meerwert“	Schaltungskosten WallDecaux	18 359,32
StK	Facebook, Instagram, Google	Bewerbung MV-Magazin 06/2020	16 929,50
StK	Werbefläche Sport- und Kongresshalle & Freilichtbühne Schwerin	Bewerbung Landesmarketingkampagne „MV tut gut.“ August 2020	580,00
StK	Festivalmagazin Usedomer Musikfestival	Anzeige 1/1 Seite	1 740,00
StK	Werbefläche Sport- und Kongresshalle & Freilichtbühne Schwerin	Bewerbung Landesmarketingkampagne „MV tut gut.“ September 2020	580,00
StK	Septemberausgabe des Käthe-Blattes	Anzeigenschaltung beim Jugendmedienverband e. V.	100,00
StK	Nordkurier	Anzeige Tag der Deutschen Einheit	3 480,00
StK	Werbefläche Sport- und Kongresshalle & Freilichtbühne Schwerin	Bewerbung Landesmarketingkampagne „MV tut gut.“ Oktober 2020	580,00
StK	Programmheft „Volleypower 2020/21“ SSC	Anzeige im Programmheft der SSC Sport-Marketing GmbH	324,80
StK	Hinstorff-Verlag/Katalog	Anzeige Katalog Frühjahr 2021	11 000,00

<b>Geschäftsbereich</b>	<b>Medium</b>	<b>Art der Maßnahme</b>	<b>Kosten (brutto) in Euro</b>
StK	Werbefläche Sport- und Kongresshalle & Freilichtbühne Schwerin	Bewerbung Landesmarketingkampagne „MV tut gut.“ November 2020	580,00
StK	Veranstaltungskalender 2021 Landesturnverband e. V.	Anzeige	812,00
StK	Werbefläche	Parkhausbanner Schwerin	14 293,51
StK	Werbefläche Sport- und Kongresshalle & Freilichtbühne Schwerin	Bewerbung Landesmarketingkampagne „MV tut gut.“ Dezember 2020	580,00
StK	Welt am Sonntag	Regionalanzeigen M-V	14 674,00
StK	SVZ	Anzeigenschaltung 30 Jahre M-V	6 579,52
StK	Times Media GmbH	Anzeige German Times	19 080,00
StK	Studienführer Die Zeit	Doppelseite Advertorial Umsetzung Agentur	3 474,80
StK	Studienführer Die Zeit	Doppelseite Advertorial Anzeige	20 739,56
StK	Studienwahl-Magazin	Anzeige 1/1 Seite in 4c als 2. Umschlagsseite	25 379,72
StK	Studienwahl-Magazin	Anzeige 1/1 Seite in 4c als 2. Umschlagsseite-Agenturkosten A und B One	856,80
StK	Bannerschaltung BENTO	Anzeige/Agenturkosten	1 993,25
StK	Digital Facebook und Instagram	HIT Bewerbung	4 000,00
StK	MV Magazin Kombi Print	Anzeige Piste Rostock Juli-Sept. 2020	12 412,00
StK	MV Magazin Kombi Print	Anzeige Piste Rostock Juli-Sept. 2020	1 948,80
StK	Digitale Werbung in Schüler Apps an 01./2021	Scooloi, studyflix und StudySmarter	26 651,00
StK	Ostsee-Zeitung („30 Jahre MV“)	Online (Multimediasseite inkl. Social Media), Print (Beilage „30 Jahre MV – 30 emotionale Bilder die M-V ausmachen“)	28 652,00
StK	MV-Magazin 3/2020	Mediabudget Bewerbung (Facebook, Instagram, Google, Ströer)	31 320,00
StK	MV-Magazin 2/2020	Mediabudget Bewerbung (Facebook, Instagram, Google)	29 750,00
StK	MV-Magazin 2/2020	Mediakosten Ströer (OMS-Tageszeitungs-Kombi)	35 699,98

<b>Geschäftsbereich</b>	<b>Medium</b>	<b>Art der Maßnahme</b>	<b>Kosten (brutto) in Euro</b>
StK	Werbeflächen und Anzeigen	Weihnachts-Kampagne 2020 „Corona“ – Akzeptanz Schutzmaßnahmen	51 990,16
StK	Anzeige im Stern	Kampagne „Wir sind Urlaubsland“	24 787,70
StK	Anzeige Schwerin live	Kampagne „Wir sind Urlaubsland“	3 808,00
StK	Schaltung im Regional TV	Produktion & Ausstrahlung von 16 Kurzbeiträgen „Wir sind Urlaubsland“	34 272,00
StK	Anzeige Rostock LIFE	Kampagne „Wir sind Urlaubsland“	2 975,00
StK	Anzeigen Piste Rostock und Neubrandenburg	Kampagne „Wir sind Urlaubsland“	6 380,00
StK	Anzeige Schwerin live & Journal eins MV	Kampagne „Wir sind Urlaubsland“	3 570,00
StK	Nordkurier Mediengruppe, NB	Druck und Verteilung zweites Corona-Infoblatt	38 669,76
StK	Ostseezeitung Rostock	Druck und Verteilung zweites Corona-Infoblatt	85 724,00
StK	Medienhaus Nord	Druck und Verteilung zweites Corona-Infoblatt	42 650,11
StK	Social Media Kanäle der StK	Kampagne Corona-Helden	7 500,00
StK	Blitzverlag	Anzeige Landesregierung vor Ort Grimmen	368,88
StK	Blitzverlag	Anzeige Landesregierung vor Ort Anklam	470,96
IM	Außenwerbung	Werbespots auf Videowänden für Online-Marktplatz und Shop des Landes	1 495,24
IM	Social Media (Facebook, Instagram, LinkedIn)	Social Media Kampagne zum Digitalisierungskongress NOERD 2021 inklusive Konzeption und Vorbereitung	57 846,84
IM	Social Media (Facebook, Instagram, LinkedIn)	Sichtbarmachung von Digitalisierungsmaßnahmen auf den Kanälen von DigitalesMV	24 396,15
IM	Social Media (Facebook, Instagram, LinkedIn)	Bewerbung der Onlinehandelsplattform des Landes im Zuge von Corona inkl. Konzeption und Vorbereitung	55 305,48
IM	MV Verlag und Marketing	Vorpommern Magazin Anzeige-schaltung für Sichtbarmachung der Digitalisierungsmaßnahmen über DigitalesMV	714,00

<b>Geschäftsbereich</b>	<b>Medium</b>	<b>Art der Maßnahme</b>	<b>Kosten (brutto) in Euro</b>
IM	Neueins GmbH	PR Beitrag: Spielentwicklung in M-V	928,00
IM	inpact Media GmbH	Publikation redaktioneller Beitrag „Zukunft Deutschland“ im Handelsblatt	7 121,00
IM	Onlinemedien/soziale Medien (Facebook, Instagram)	Imagekampagne zur Nachwuchsgewinnung im amtlichen Geo-informations- und Vermessungswesen	2 238,80
IM	Plakate/Aufkleber	Imagekampagne zur Nachwuchsgewinnung im amtlichen Geo-informations- und Vermessungswesen	2 548,87
IM	Fahrzeugbeschriftung	Imagekampagne zur Nachwuchsgewinnung im amtlichen Geo-informations- und Vermessungswesen	769,08
JM	Instagram/Facebook	Nachwuchswerbung	2 964,56
JM	PISTE	Nachwuchswerbung	6 960,00
JM	SCHWERINlive	Nachwuchswerbung	1 160,00
JM	SVZ	Nachwuchswerbung	3 201,60
FM	Printmedien	Zentrale Nachwuchswerbekampagne	59 974,00
FM	Printmedien	Anzeigen für Nachwuchswerbung des FM	19 995,65
FM	Onlinemedien	Zentrale Nachwuchswerbekampagne, Fachkräftewerbekampagne und werbliche Unterstützung des Karriereportals	323 819,00
FM	sonstige Medien	Zentrale Nachwuchswerbekampagne	149 698,00
LM	Verbandsnachrichten Bauernverband	Anzeige zur Mela	1 624,00
LM	www.chancen-mv.de	Werbekostenzuschuss für die Webseite	2 950,00
LM	Ostsee-Zeitung	Nachhaltigkeitskampagne	4 022,00
LM	Wallpaper	Nachhaltigkeitskampagne	1 682,00
LM	Online	Nachhaltigkeitskampagne	6 922,00
SM	Websites oder RP	Informationsmaßnahmen Corona – Vietnamesisch, Französisch, Persisch, Tirgrinya, Polnisch, Arabisch, Russisch	350,00

<b>Geschäftsbereich</b>	<b>Medium</b>	<b>Art der Maßnahme</b>	<b>Kosten (brutto) in Euro</b>
SM	Schwerin live/Journal eins	Erklärung Fördersäulen sozialer Schutzfonds	2 975,00
SM	Social Media	Kampagne Familieninfo	606,90
SM	Handreichung	Handreichung Kinderschutz/ Kinderschutz-App	768,00
SM	Schwerin live/Journal eins	Anzeige Ehrenamtskarte	2 900,00
SM	Flyer	Nachdruck Gesunder Babyschlaf	565,50
SM	Websites oder RP	Übersetzung Informationen Lockerung Corona-Maßnahmen polnisch	47,21
SM	Flyer	Übersetzung Infoblatt Eltern in acht Sprachen	800,00
SM	Websites oder RP	Übersetzung der neuen Corona- Verordnung für M-V in sieben Sprachen	397,88
SM	Websites oder RP	Übersetzung Corona-Verordnung in sechs Sprachen	382,80
SM	Websites oder RP	Übersetzung Zusatz zur Corona- Verordnung in sechs Sprachen	313,20
SM	Handreichung	Übersetzung Corona polnisch und arabisch	366,79
SM	Schreiben	Übersetzung Schreiben Schutzphase polnisch und arabisch	269,18
SM	Social Media	Konzeption Umbau Kampagne Familieninfo	1 570,75
SM	Website oder RP	Entwicklung der Website für die Ehrenamtskarte	30 142,70
SM	Druckerzeugnisse	Folder zur Einführung der Ehrenamtskarte	2 289,84
SM	Flyer	Flyer Einführung Ehrenamtskarte	1 600,80
SM	Anzeige	Anzeige M-V Magazin Einführung Ehrenamtskarte	8 932,00
SM	Anzeige	Anzeige Rostock Life Einführung Ehrenamtskarte	1 160,00
SM	Kampagne	Einführungskampagne Ehrenamts- karte on- und offline	13 688,00
SM	Werbung	Entwicklung, Design und Produk- tion Give Aways Ehrenamtskarte	8 270,80

<b>Geschäftsbereich</b>	<b>Medium</b>	<b>Art der Maßnahme</b>	<b>Kosten (brutto) in Euro</b>
StK	Werbeflächen	Bewerbung Landesmarketingkampagne „MV tut gut.“ Weisse Flotte, Müritz II/2020	1 800,00
StK	Werbeflächen	Bewerbung Landesmarketingkampagne „MV tut gut.“ Weisse Flotte, Müritz Juli – Oktober 2020	2 400,00
StK	Werbefläche	Parkhausbanner Schwerin	30 038,98
StK	Abi-Zeitung Th.-Heuss-Gymnasium	Anzeigenschaltung	325,00
StK	Werbeflächen	Fahrgastschiff 2Luk van Cuyk2 April – Juni 2020	1 799,99
StK	Werbeflächen	Fahrgastschiff „Luk van Cuyk2 Juli – Oktober 2020	2 339,49
StK	Multimediabroschüre Landesimkerverband M-V	Anzeige	5 642,10
StK	SuperOstsee	Anzeige Sonderheft Broschüre	8 157,45
StK	Veranstaltungsheft Dt. Jugendmeisterschaften	Anzeige	1 200,00
StK	VielSehn Magazin Alles MV	Anzeige	2 261,00
StK	Studienwahl 2021/2022	Anzeige	523,60
StK	Studienwahl 2021/2022	Anzeige	25 379,73
StK	Kulturkalender 07/2021	Anzeige	595,00
StK	Käthe-Blatt Schülerzeitung	Werbeanzeige	100,00
StK	Hiddensee-Inselmagazin	Anzeige	833,00
StK	Journal Eins	Anzeige Theatersommer Wismar	1 190,00
StK	Werbeflächen	Weisse Flotte MS Schwerin 2021	6 700,00
StK	Werbeflächen	Elektrofähre 12	6 700,00
StK	Werbeflächen	Motorschiff „Altefähr“	6 700,00
StK	Festspiele MV/HNE Sponsorenpool	Anzeige in der Zeitungsbeilage	27 370,00
StK	Festspiele MV/HNE Sponsorenpool	Anzeige Magazin	5 057,50
StK	Festspiele MV/HNE Sponsorenpool	vier Anzeigen in den Abendprogrammen des Festspiel frühlings Rügen	5 057,50
StK	Festspiele MV/HNE Sponsorenpool	vier Anzeigen in den Programmen „Unerhörte Orte“	2 975,00
StK	Festivalmagazin Usedomer Musikfestival	Anzeige 1/1 Seite	1 785,00
StK	Kiek An	Anzeige im Magazin des DJV	595,00
StK	Werbeflächen	Pferdefestival Redefin	2 742,95
StK	Mitteldeutsche Zeitung	Anzeige Ummantelung Tag der Deutschen Einheit	6 805,80

<b>Geschäftsbereich</b>	<b>Medium</b>	<b>Art der Maßnahme</b>	<b>Kosten (brutto) in Euro</b>
StK	Saisonheft Damenvolleyball SSC	Anzeige	3 570,00
StK	KOMPASS U 4	Anzeige	2 000,00
StK	MAZ Mühlengeez	Anzeige und Werbefläche MeLa	2 618,00
StK	Programmheft DM Ringen SV Warnemünde e. V.	Anzeige	2 500,00
StK	Katalog der Vorpommerschen Verlage	Anzeige Buchkatalog	2 800,00
StK	OZ, NK, SVZ, Lokalzeitungen MV, SuperIllu, SZ, Welt am Sonntag	Anzeige zur neuen Landesmarke – Tourismusstart	39 046,26
StK	Digital	Studieren.de/Agenturumsatzung A&B One	1 785,00
StK	Digital	Studieren.de/Schaltungskosten	10 560,06
StK	DJH Mitgliedermagazin Extratour	Anzeige	8 591,80
StK	Studienführer Die Zeit	Doppelseite Advertorial Anzeige	11 543,00
StK	MV-Magazin 1/2021	Mediavolumen (Bannerschaltung, Suchmaschinenmarketing, Social Media-Marketing)	35 402,50
StK	MV-Magazin 2/2021	Mediavolumen (Bannerschaltung, Suchmaschinenmarketing, Social Media-Marketing)	35 700,00
StK	MV-Magazin 3/2021	Mediavolumen (Bannerschaltung, Suchmaschinenmarketing, Social Media-Marketing)	27 499,80
StK	Werbeflächen und Anzeigen	Weihnachts-Kampagne 2020 „Corona“ – Akzeptanz Schutzmaßnahmen	37 230,26
StK	Schaltung und Untertitelung im Regional TV	Weihnachts-Kampagne 2020 „Corona“ – Akzeptanz Schutzmaßnahmen – MV Reporter	46 400,00
StK	Medienhaus Nord	Druck und Verteilung drittes Corona-Infoblatt	44 165,76
StK	Nordkurier Mediengruppe, NB	Druck und Verteilung drittes Corona-Infoblatt	38 669,76
StK	Ostseezeitung Rostock	Druck und Verteilung drittes Corona-Infoblatt	85 724,00
StK	Nordkurier Mediengruppe, NB	Druck und Verteilung viertes Corona-Infoblatt	40 519,50
StK	Medienhaus Nord	Druck und Verteilung viertes Corona-Infoblatt	45 316,66
StK	Ostseezeitung Rostock	Druck und Verteilung viertes Corona-Infoblatt	90 529,25

<b>Geschäftsbereich</b>	<b>Medium</b>	<b>Art der Maßnahme</b>	<b>Kosten (brutto) in Euro</b>
StK	Websites und Apps	Impfkampagne M-V	139 999,93
StK	Social Media Kanäle der StK	Aufklärungskampagne Corona	5 236,00
IM	THW-Journal	Grußwort und Anzeige Nachwuchswerbung Polizei	2 046,80
IM	Landesverband regional TV	Ausstrahlung Werbebildtafeln vier Wochen für die Bewerbung der Online-Handelsplattform M-V	6 425,00
IM	Nordkurier	Anzeige Digitaler Marktplatz MV – Nordkurier Gesamtausgabe	6 716,86
IM	Ostsee-Zeitung	Anzeige Print Januar 2021 für die Bewerbung der Online- Handelsplattform M-V	5 950,00
IM	Ostsee-Zeitung	Anzeige Online Januar 2021 für die Bewerbung der Online- Handelsplattform M-V	8 374,87
IM	Ostsee-Zeitung und Schwerin live	Anzeigen für die Bewerbung des Digitalisierungskongresses NOERD 2021	15 309,35
IM	Ostseewelle	Radiospots für die Bewerbung der Online-Handelsplattform M-V	20 010,00
IM	Antenne M-V	Radiokampagne „Rettet unsere Restaurants“	23 500,00
IM	Schwerin live	Anzeige Print Januar/ Februar 2021 für die Bewerbung der Online-Handelsplattform M-V	12 412,00
IM	inpact Media GmbH	Publikationen zum Thema „Unternehmertum“ in der Wirtschaftswoche	14 196,00
IM	Social Media (Facebook, Instagram, LinkedIn)	Weihnatskampagne inkl. Produktion verschiedener Grafiken für die Bewerbung der Online-Handelsplattform M-V im Lockdown	31 685,28
IM	Social Media (Facebook, Instagram, LinkedIn)	Werbekampagne zum Digitali- sierungskongress NOERD 2021	24 859,50
IM	Social Media (Facebook, Instagram, LinkedIn)	Sichtbarmachung von Digitali- sierungsmaßnahmen über die Kanäle von DigitalesMV	70 365,51
IM	Landesverband regional TV	Filmbeträge über DigiTrans- Richtlinie	71 300,00

<b>Geschäftsbereich</b>	<b>Medium</b>	<b>Art der Maßnahme</b>	<b>Kosten (brutto) in Euro</b>
IM	Social Media (Facebook, Instagram, LinkedIn)	Planung und Durchführung Kommunikationskampagne „Händlersprint“ für die Bewerbung der Online-Handelsplattform M-V im Zuge des Lockdowns	17 136,00
IM	Onlinemedien/soziale Medien (Facebook, Instagram)	Imagekampagne zur Nachwuchsgewinnung im amtlichen Geoinformations- und Vermessungswesen	3 689,00
JM	Instagram/Facebook	Nachwuchswerbung inkl. Livestream Jura-Infotag	5 611,17
JM	PISTE	Nachwuchswerbung	5 712,00
JM	Lernplattform StudyFlix	Add-Nachwuchswerbung	2 380,00
FM	Printmedien	Zentrale Nachwuchswerbekampagne	36 888,00
FM	Printmedien	Anzeigen für Nachwuchswerbung des FM	29 843,90
FM	Onlinemedien	Zentrale Nachwuchswerbekampagne, Fachkräftewerbekampagne und werbliche Unterstützung des Karriereportals MV	368 769,00
FM	sonstige Medien	Zentrale Nachwuchswerbekampagne	143 094,00
WM	Internetseite WM Auslage an öffentlichen Stellen (z. B. Wirtschaftskammern MV)	Druck Teilnahme-Unterlagen landesweiter Preis „Unternehmer des Jahres“	404,60
WM	Internetseite WM Auslage an öffentlichen Stellen (z. B. Wirtschaftskammern MV)	Druck Publikation „Corona-Hilfen MV“	5 402,60
WM	Internetseite WM Auslage bei Partner Gesundheitsbranche	Nachdruck Broschüre „Gesundheitsziele für MV“	1 520,82
WM	Zeitschrift „Ausbildung + Beruf + Zukunft“ Ausbildungsreport 2021 für M-V	Anzeigenschaltung	357,00
WM	Schwerin live	Anzeigenschaltung „Durchstarten in MV“	6 000,00

<b>Geschäftsbereich</b>	<b>Medium</b>	<b>Art der Maßnahme</b>	<b>Kosten (brutto) in Euro</b>
WM	Nordkurier Gesamtausgabe	Anzeigenschaltung zur Bewerbung der Kampagne „MV impft – Gemeinsam Verantwortung übernehmen“	2 998,80
WM	Ostseezeitung	Anzeigenschaltung zu den Themen „Golfen in MV“ und „Fit und Gesund“	23 086,00
SM	Websites oder RP	Übersetzung Corona-Verordnung März in elf Sprachen	1 535,10
SM	Websites oder RP	Übersetzung „Unser Weg durch die Pandemie – die nächsten Schritte“ in elf Sprachen	746,38
SM	Websites oder RP	Übersetzung neue Corona-Verordnung in zwei Sprachen	345,10
SM	Broschüre	Nachdruck Broschüre Kindertagesförderung in M-V	2 700,68
SM	Websites oder RP	Übersetzung Öffnungsschritte in MV in elf Sprachen	1 129,01
SM	Websites oder RP	Übersetzung Corona-Verordnung	1 189,49
SM	Druckerzeugnis	Bilanzierung des Landesaktionsplanes	1 636,25
SM	Plakate und Elternbriefe	„Ich lass‘ mich impfen, weil mein Kind in die KITA geht“	490,00
SM	Plakate und Elternbriefe	„Ich lass‘ mich impfen, weil mein Kind in die KITA geht“	239,68
SM	Elternbrief Kindertagesstätten, personalisiert	„Ich lass‘ mich impfen, weil mein Kind in die KITA geht“	325,15
SM	Elternbriefe	Postversand Elternbriefe	1 870,87
SM	Video	Corona-Lage in Kita und Schule	500,00
SM	Handreichung	Übersetzung „Deutsch lernen und Verständigung“ in fünf Sprachen	444,39
SM	Websites oder RP	Übersetzung Wegweiser Ausbildung/Gesundheit/med. Versorgung/Krankenkassen/Beratung	2 301,58
SM	Druckerzeugnis	Maßnahmenplan 2.0 UN-Behindertenrechtskonvention	3 135,65
SM	Druckerzeugnis	Layout und Satz Maßnahmenplan 2.0 UN Behindertenrechtskonvention	1 309,00
SM	Merkblätter	Übersetzung Corona, fünf Sprachen	1 166,20

<b>Geschäftsbereich</b>	<b>Medium</b>	<b>Art der Maßnahme</b>	<b>Kosten (brutto) in Euro</b>
SM	Broschüre	Entwicklung, Gestaltung, Illustration und Druck 5 000 Exemplare Wörterbuch der geschlechtlichen Vielfalt LSBTwie*	7 247,10
SM	Websites oder RP	Übersetzung Leichte Sprache Fortschreibung Maßnahmenplan 2.0	6 206,00
SM	Websites oder RP	Webbanner Ehrenamtskarte für Partnerseiten	476,00
SM	Plakate	Großflächen Plakatkampagne Einführung Ehrenamtskarte auf 120 Flächen	40 714,52
SM	Anzeige	Erstellung Anzeigen Ehrenamtskarte	2 284,80
SM	/	Strategische Medienplanung Öffentlichkeitsarbeit Ehrenamtskarte	3 332,00
SM	Film	Ehrenamtskarte Imagefilm	7 618,38
SM	Trafficboards	Ehrenamtskarte, 15 Trafficboards	27 784,51
SM	Werbung	Ehrenamtskarte Werbung auf Bussen	3 034,50
SM	Anzeige	Anzeigen EhrenSache/Ehrenamtskarte	7 140,00
SM	Anzeige & LED-Wand	Anzeige Ehrenamtskarte mit LED-Wand	1 178,10
SM	Druckerzeugnis	Nachauflage Flyer, Broschüre, Karte Ehrenamtskarte	2 906,87
SM	Kampagne	Jahresendkampagne Ehrenamtskarte	3 427,20
SM	Werbung	Heckbeklebung Bus Ehrenamtskarte	1 607,10
SM	Anzeige	Ehrenamtskarte Anzeige in IHK Magazinen	4 969,14
SM	Kampagne	Jahresendkampagne City Card Ehrenamtskarte	3 659,87
SM	Kampagne	Jahresendkampagne Freie Auslage City Cards	9 189,18
SM	Schreiben	Weihnachtskarte Ehrenamtskarten-Partner	1 728,87
SM	Werbung	Nachauflage Werbematerial Ehrenamtskarte	3 981,57

<b>Geschäftsbereich</b>	<b>Medium</b>	<b>Art der Maßnahme</b>	<b>Kosten (brutto) in Euro</b>
SM	Kampagne	Anzeigen in M-V-Magazinen Ehrenamtskarte	10 299,45
SM	Werbung	Nachauflage Werbematerial Ehrenamtskarte	1 988,97
SM	Anzeige	Digitale Werbung Ehrenamtskarte	10 930,15
SM	Radio-Werbung	Informationsmaßnahme	10 000,00
WKM	Facebook	Bewerbung von Beiträgen und Maßnahmen der politischen Bildung	587,27

**2022**

<b>Geschäftsbereich</b>	<b>Medium</b>	<b>Art der Maßnahme</b>	<b>Kosten (brutto) in Euro</b>
StK	Facebook	Anzeigenschaltung Digitale Hochschulinformationstage Dezember 2021	1 520,88
StK	Werbeflächen	Weisse Flotte GmbH, Waren	4 200,00
StK	Werbefläche	Parkhausbanner Schwerin	56 641,69
StK	Facebook	Anzeige HIT „Studieren mit Meerwert“	666,64
StK	SuperOstsee SuperIllu	Anzeige	8 374,92
StK	Festspiele MV/HNE Sponsorenpool	Anzeige im Programmheft Festspielfrühling	4 165,00
StK	Festspiele MV/HNE Sponsorenpool	Anzeige im Jahresprogramm	26 180,00
StK	Festspiele MV/HNE Sponsorenpool	Anzeige im Festspielmagazin	5 057,50
StK	Festspiele MV/ HNE Sponsorenpool	sechs Anzeigen in den Abend- programmheften bei den besucherstärksten Konzerten im Festspiel-Sommer (3 x Redefin, 1 x Klütz, 1 x Fleesensee, 1 x Torgelow) sowie vier Anzeigen in den Abend- programmheften von vier Abend- konzerten des Festspielfrühlings Rügen 2022 (Eröffnung, Abschluss und zwei weitere Konzerte)	5 057,50
StK	VielSehn Magazin Alles MV	Anzeige	2 261,00
StK	Werbeflächen	Weisse Flotte GmbH, Schwerin	5 000,00

<b>Geschäftsbereich</b>	<b>Medium</b>	<b>Art der Maßnahme</b>	<b>Kosten (brutto) in Euro</b>
StK	Werbeflächen	Weisse Flotte GmbH, Stralsund – Motorschiff Altefähr	5 000,00
StK	Werbeflächen	Weisse Flotte GmbH, Stralsund – Elektro-Fähre	5 000,00
StK	SVZ Sonderbeilage 70 Jahre SVZ	Anzeige	2 335,80
StK	Journal Eins	Anzeige Theatersommer Wismar	1 190,00
StK	Urlaubslotse OstseeZeitung	Anzeige	4 522,00
StK	Hiddensee-Inselmagazin	Anzeige	833,00
StK	Festivalmagazin Usedomer Musikfestival	Anzeige 1/1 Seite	1 785,00
StK	Golf Guide Golfverband M-V	Anzeige	3 570,00
StK	Kunst Heute des Künstlerbundes M-V	Anzeige	1 000,00
StK	Das Magazin/Kurznachzehn Verlag	Anzeige	4 498,20
StK	Berichtsheft Landessporttag 2022 des LSB	Anzeige	595,00
StK	Saisonheft 2022/23 SSC Damenvolleyball	Anzeige	3 500,00
StK	Katalog Vorpommersche Verlage	Anzeige	2 800,00
StK	Studienführer Die Zeit	Doppelseite Advertorial Anzeige	9 811,55
StK	MV-Magazin 1/2022	Mediavolumen (Bannerschaltung, Suchmaschinenmarketing, Social Media-Marketing)	29 750,00
StK	MV-Magazin 2/2022	Mediavolumen (Bannerschaltung, Suchmaschinenmarketing, Social Media-Marketing)	29 750,00
StK	MV-Magazin 3/2022	Mediavolumen (Suchmaschinenmarketing, Social Media-Marketing)	17 850,00
StK	Tag der Deutschen Einheit 2022	Bannerschaltung (Multiscreen Power im Funke Premium-Netzwerk)	2 380,00
StK	Ausstrahlung im Regional TV	Kampagne „Durchstarten trotz Corona“	35 700,00
StK	Ostseezeitung Rostock	Druck und Verteilung fünftes Corona-Infoblatt	101 239,27
StK	Medienhaus Nord	Druck und Verteilung fünftes Corona-Infoblatt	48 880,99
StK	Nordkurier Mediengruppe, NB	Druck und Verteilung fünftes Corona-Infoblatt	46 350,50

<b>Geschäftsbereich</b>	<b>Medium</b>	<b>Art der Maßnahme</b>	<b>Kosten (brutto) in Euro</b>
StK	Nordkurier Mediengruppe, NB	Druck und Verteilung sechstes Corona/Energie-Infoblatt	202 972,35
StK	Blitzverlag	Anzeige Landesregierung vor Ort Binz/OT Prora	355,22
StK	OZ	Anzeige Landesregierung vor Ort Binz/OT Prora	657,02
StK	OZ	Anzeige Landesregierung vor Ort Wismar	399,84
StK	Blitzverlag	Anzeige Landesregierung vor Ort Wismar	405,20
StK	Blitzverlag	Anzeige Landesregierung vor Ort Waren (Müritz)	368,42
StK	Nordkurier	Anzeige Landesregierung vor Ort Waren (Müritz)	572,39
IM	THW-Journal	Grußwort und Anzeige Nachwuchswerbung Polizei	2 046,80
IM	TV	Werbung	23 800,00
IM	Onlinemedien/soziale Medien (Facebook, Instagram)	Imagekampagne zur Nachwuchsgewinnung im amtlichen Geoinformations- und Vermessungswesen	1999,20
IM	Youtube	Einstellen des Videos zum digitalen Bauantrag	0,00
JM	Lernplattform StudyFlix	Add-Nachwuchswerbung	1 190,00
JM	Lernplattform StudySmarter	Add-Nachwuchswerbung	4 165,00
JM	Instagram/Facebook	Livestream Jura-Infotag	416,50
JM	SVZ HGN+LWL	Ankündigung Landesregierung vor Ort „Energie“	1 428,00
JM	BLITZ LWL	Ankündigung Landesregierung vor Ort „Energie“	836,51
JM	SCHWERINlive	Ankündigung „Tag der offenen Tür im JM“	1 190,00
JM	BLITZ SN	Ankündigung „Tag der offenen Tür im JM“	777,07
JM	SVZ Schwerin	Ankündigung „Tag der offenen Tür im JM“	1 130,50
FM	Printmedien	Anzeigen für Nachwuchswerbung des FM	32 507,00
FM	Printmedien	Kommunikationskampagne Grundsteuerreform	58 702,56
FM	Printmedien	Anzeigen für Zentrale Nachwuchswerbekampagne	36 426,62

<b>Geschäftsbereich</b>	<b>Medium</b>	<b>Art der Maßnahme</b>	<b>Kosten (brutto) in Euro</b>
FM	Onlinemedien	Zentrale Nachwuchswerbekampagne, Fachkräftewerbekampagne und werbliche Unterstützung des Karriereportals MV	528 628,00
FM	Onlinemedien	Anzeigen für Nachwuchswerbung	3 927,00
FM	Onlinemedien	Informationsmaßnahmen zu bevorstehenden Haushaltsgesprächen	892,50
FM	Radio	Kommunikationskampagne Grundsteuerreform	56 739,20
FM	sonstige Medien	Zentrale Nachwuchswerbekampagne	148 559,00
FM	sonstige Medien	Informationsmaßnahmen „Landesregierung vor Ort“	267,75
WM	Zeitschrift „Ausbildung + Beruf + Zukunft“ Ausbildungsreport 2021 für M-V	Anzeigen-Schaltung	357,00
WM	Nordkurier Mediengruppe GmbH & Co. KG	Anzeigen-Schaltung für Bürgerforum 2022 in Demmin	1 367,13
WM	Mecklenburger Blitz Verlag und Werbeagentur GmbH & Co. KG	Anzeigen-Schaltung für Bürgerforum 2022 in Demmin	519,79
WM	Amtsblätter in den sechs Landkreisen und der beiden kreisfreien Städten in M-V	Anzeigenschaltung und redaktionelle Beiträge zur Bewerbung des Tages der erneuerbaren Energien in M-V 2022	11 602,50
WM	Ostseewelle	Werbespots und redaktionelle Beiträge zur Bewerbung des Tages der erneuerbaren Energien in M-V 2022	22 848,00
LM	Verbandsnachrichten Bauernverband	Anzeige zur Mela	1 666,00
LM	Juni-Media	Kampagne MV 1, Wismar TV, Neueins	7 438,00
LM	Fotograf Christian Rödel	Fotodokumentation Inselhafen Prerow	2 895,00
BM	Print	Informationskampagne „Bildung für Groß und Klein“	41 650,00
BM	Print	Lehrerwerbekampagne	115 645,81
BM	Online	Lehrerwerbekampagne	33 619,70
BM	Social Media	Lehrerwerbekampagne	176 265,69
BM	Radio	Lehrerwerbekampagne	0,00

<b>Geschäftsbereich</b>	<b>Medium</b>	<b>Art der Maßnahme</b>	<b>Kosten (brutto) in Euro</b>
BM	TV	Lehrerwerbekampagne	0,00
BM	sonstige Medien	Lehrerwerbekampagne	199 619,30
SM	Websites oder RP	Übersetzung, fünf Sprachen	981,75
SM	Flyer	Nachdruck Flyer Gesunder Babyschlaf, 7 500 Exemplare	1 221,15
SM	Websites oder RP	Übersetzung Englisch, Ukrainisch, Russisch	160,65
SM	Backlit Hintergrund	Backlit Hintergrund	397,46
SM	Websites oder RP	Übersetzung Englisch, Ukrainisch, Russisch	981,75
SM	Postkarte	Gestaltung und Druck Postkarten, 4 x 3 000 Stück	828,24
SM	Druckerzeugnis	Maßnahmenplan 2.0 UN-Behindertenkonvention	7 357,77
SM	PDF	Erstellung barrierefreies PDF	523,60
SM	Flyer	Förderung Kinderwunschbehandlung	499,80
SM	Websites oder RP	Übersetzung Grußworte Integration, fünf Sprachen	428,40
SM	Flyer	Nachdruck Flyer Krebsregistrierung M-V	1 893,90
SM	Flyer	Versand Krebsregistrierung M-V	249,93
SM	Social Media Kampagne	Badewasser/Badewasserkarte	2 975,00
SM	Broschüre	Aktualisierung und Nachdruck 5 000 Exemplare LSBTwie* Wörterbuch	5 598,95
SM	Anzeige Schwerin Live	Podcast	7 140,00
SM	Anzeige und LED Wand Rostock Life	Podcast	1 594,60
SM	Werbung	Große Ehrenamtskarte	699,46
SM	Anzeige	Anzeige Ehrenamtskarte	1 646,01
SM	Anzeige	Anzeige Ehrenamtskarte	1 297,10
SM	Anzeige	Anzeige Ehrenamtskarte	476,00
SM	Anzeige	Anzeige Ehrenamtskarte	892,50
SM	Anzeige und LED Wand	Anzeige und LED-Wand Ehrenamtskarte	2 249,10
SM	Anzeige	Grafisches Layout und Erstellung Anzeigenmotiv Ehrenamtskarte	1 356,60
SM	Anzeige	Anzeige Ehrenamtskarte	416,50
SM	Broschüre	Partnerbroschüre Ehrenamtskarten-Partner	2 600,45
SM	Plakate	Ehrenamtskarte	1 416,10
SM	Flyer	Ehrenamtskarte	2 395,17

<b>Geschäftsbereich</b>	<b>Medium</b>	<b>Art der Maßnahme</b>	<b>Kosten (brutto) in Euro</b>
SM	Anzeige	Informationsmaßnahme Mediennutzung in Familien mit kleinen Kindern	81,52
SM	Covid-Informationsschreiben	Schreiben an Haushalte in Mecklenburg-Vorpommern	197 250,62
WKM	Facebook	Bewerbung von Beiträgen und Maßnahmen der politischen Bildung	3 165,63
WKM	Nordkurier Mediengruppe Neubrandenburg	Printanzeige für die Veranstaltung „Landesregierung vor Ort“	619,04
WKM	Nordkurier Mediengruppe Neubrandenburg	Printanzeige für die Veranstaltung „Landesregierung vor Ort“	619,04

3. Plant die Landesregierung Informationsmaßnahmen, Kampagnen, Anzeigen und Werbung, welche für das Jahr 2023 in Medien und in den sozialen Medien (Printmedien, Onlinemedien, Radio, TV, Internet, soziale Medien, sonstige Medien) geschaltet werden sollen?
- a) Wenn ja, welche (bitte nach Mediaagentur, Medium, geplanter Anzeige, geplanter Kampagne oder Informationsmaßnahme, Landesministerium und potenziellen Kosten auflisten)?
  - b) Wenn nicht, warum nicht (bitte erläutern, weshalb keine Informationsmaßnahmen, Kampagnen und Anzeigen durch die Landesregierung geplant sind)?

#### **Zu a)**

Die von der Landesregierung – neben den auf den Social-Media-Kanälen Facebook und Instagram regelmäßig veröffentlichten Informationen – geplanten Maßnahmen können der nachfolgenden Tabelle mit folgenden Maßgaben entnommen werden.

<b>Geschäftsbereich</b>	<b>Medium</b>	<b>geplante Maßnahme</b>	<b>Geplante Kosten (brutto) in Euro</b>
StK	Festspiele MV/HNE Sponsorenpool	Anzeige im Programmheft Festspielfrühling	4 165,00
StK	Festspiele MV/HNE Sponsorenpool	Anzeige im Jahresprogramm	26 180,00
StK	Festspiele MV/HNE Sponsorenpool	Anzeige im Festspielmagazin	5 057,50
StK	Festspiele MV/HNE Sponsorenpool	sechs Anzeigen in den Abendprogrammheften bei den besucherstärksten Konzerten im Festspiel-Sommer (3 x Redefin, 1 x Klütz, 1 x Fleesensee, 1 x Torgelow) sowie vier Anzeigen in den Abendprogrammheften von vier Abendkonzerten des Festspielfrühlings Rügen 2023 (Eröffnung, Abschluss und zwei weitere Konzerte)	5 057,50
StK	Festivalmagazin Usedomer Musikfestival	Anzeige 1/1 Seite	1 785,00
StK	Fischerfest Gaffelrigg Flyer	Anzeige	2 000,00
StK	Fischerfest Gaffelrigg Programm	Anzeige	2 500,00
StK	SuperOstsee der SuperIllu	Anzeige	8 374,92
StK	ART Map	Anzeige	2 356,20
StK	Studienführer Die Zeit	Doppelseite Advertorial Umsetzung Agentur A und B One	856,80
StK	Studienführer Die Zeit	Doppelseite Advertorial Anzeige	12 004,72
StK	Out of Home Kampagne 2023	Agenturleistung Werk 3	5 880,00
StK	Citycards zur OOHK 2023	Agenturleistung und Schaltung	5 385,00
StK	Out of Home Kampagne 2023	Schaltungskosten Ströer und Waldecaux sowie Druckkosten	108 612,45
StK	Out of Home Kampagne 2023 – digitale Begleitung – Onlineradio	Bewerbung auf digitalen Plattformen	25 000,00
StK	Podcast	zwölf Folgen bis 05/2024	61 879,95
StK	Onlineradiowerbung Digital Spotify und Deezer etc.	Bewerbung des Podcasts Agenturleistung	5 000,00
StK	Onlineradio Digital Spotify und Deezer etc.	Bewerbung des Podcasts Schaltungskosten	25 000,00
StK	Tagesspiegel	Anzeige	5 931,20

<b>Geschäftsbereich</b>	<b>Medium</b>	<b>geplante Maßnahme</b>	<b>Geplante Kosten (brutto) in Euro</b>
StK	DJH Magazin	Schaltung im DJH-Magazin Extratour 1/2023 Anzeige print	8 591,80
IM	Soziale Medien	Imagekampagne zur Nachwuchsgewinnung im amtlichen Geoinformations- und Vermessungswesen	Nutzung Restguthaben aus dem 2022 erworbenen Kontingent
JM	Lernplattform StudyFlix	Add-Nachwuchswerbung	4 165,00
JM	Ostsee-Zeitung	Anzeigen online und Print	1 069,81
FM	Printmedien	Zentrale Nachwuchswerbekampagne	32 500,00
FM	Printmedien	Anzeigen für Nachwuchswerbung des FM	41 784,54
FM	Onlinemedien	Zentrale Nachwuchswerbekampagne, Fachkräftewerbekampagne und werbliche Unterstützung des Karriereportals M-V	635 500,00
FM	sonstige Medien	Nachwuchswerbekampagne	140 000,00
LM	Fotograf Christian Rödel	Fotodokumentation Inselhafen Prerow	23 160,00
LM	Juni Media MV 1	Kampagne MV 1, Wismar TV, Neueins	22 314,00
LM	Verbandsnachrichten Bauernverband	Anzeige zur Mela	1 666,00
BM	Print	Informationskampagne „Bildung für Groß und Klein“	85 000,00
BM	Printprodukte und sonstige Informationsmaßnahmen	Allgemeine Öffentlichkeitsarbeit zu Bildung und Schule, Fachkräftegewinnung	31 400,00
BM	Print	Lehrerwerbekampagne	140 000,00
BM	Online	Lehrerwerbekampagne	60 000,00
BM	Social Media	Lehrerwerbekampagne	230 000,00
BM	Radio	Lehrerwerbekampagne	0,00
BM	TV	Lehrerwerbekampagne	0,00
BM	sonstige Medien	Lehrerwerbekampagne	320 000,00
BM	sonstige Kosten für Information (Stellenbörse, Website, Konzeptkosten)	Lehrerwerbekampagne	220 000,00

Geschäftsbereich	Medium	geplante Maßnahme	Geplante Kosten (brutto) in Euro
SM	Internetseiten <a href="https://www.integrationsministerkonferenz.de">https://www.integrationsministerkonferenz.de</a>  <a href="https://www.facebook.com/sozial.mv/">https://www.facebook.com/sozial.mv/</a>  <a href="https://www.instagram.com/sozialministerium/">https://www.instagram.com/sozialministerium/</a>	Mecklenburg-Vorpommern ist 2023 Vorsitzland der Integrationsministerkonferenz. Daraus leiten sich verschiedene Maßnahmen ab. Darüber hinaus werden Maßnahmen bedarfsorientiert durchgeführt.  1. Entwicklung Wort/Bild Marke (LOGO) und Merchandising Produkte für den Vorsitz der Integrationsministerkonferenz (IntMK)  2. Übernahme Website der Integrationsministerkonferenz (laut Beschluss TOP 7.2 – 17. IntMK 2021)  3. Öffentlichkeitsarbeits-Kampagne über Integrationsprojekte in M-V	1. 1 600,00 Euro (Firma 53 Media GbR – Sitz Schwerin)  2. ca. 9 000,00 Euro für 2023 (Firma Webmen – Sitz Bremen)  3. keine extra Kosten für Öffentlichkeitsarbeit Kampagne (wird durch hauseigene Pressestelle und die Geschäftsstelle IntMK realisiert)
SM	Internet	Online-Beteiligung zur Fortschreibung des Landesaktionsplanes für die Gleichstellung und Akzeptanz sexueller und geschlechtlicher Vielfalt (LAP Vielfalt)	4 326,84
WKM	Facebook	Bewerbung von Beiträgen und Maßnahmen der politischen Bildung	3 500,00

**Zu b)**

Das Ministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Tourismus und Arbeit beantwortet die Fragen 3, a) und b) zusammenhängend wie folgt:

Bis zum jetzigen Zeitpunkt sind Informationsmaßnahmen, Kampagnen, Anzeigen und Werbung für das Jahr 2023 noch nicht konkretisiert. Gegebenenfalls wird auf aktuelle Situationen reagiert. Auf den Social-Media-Kanälen Facebook und Instagram informiert das Ministerium regelmäßig über Aktivitäten. Das Ministerium für Bildung und Kindertagesförderung verweist in Bezug auf die Mediaagenturen auf die Beantwortung zu Frage 6.

4. Nutzte die Landesregierung für die Verbreitung ihrer Informationen oder ihrer Kampagnen im Zeitraum von 2020 bis 2022 (beginnend ab 1. Juli 2020) die Unterstützung von sogenannten Youtubern bzw. Influencern in weiteren sozialen Medien (YouTube, Facebook, Instagram, Twitter etc.)?
  - a) Wenn ja, um welche Youtuber bzw. weitere Influencer handelt es sich hierbei und welche Kriterien legt die Landesregierung für eine etwaige Zusammenarbeit mit Youtubern bzw. Influencern zugrunde?
  - b) Wenn ja, welche Beiträge wurden im genannten Zeitraum für welche Leistungen gezahlt (bitte pro Jahr, Namen und Thema respektive Kampagnen aufzuführen)?
  - c) Wenn nicht, warum nicht?

**Zu a) und b)**

Im Jahr 2020 und 2022 wurden keine YouTuber bzw. Influencer beauftragt.

Die von der Landesregierung im Jahr 2021 beauftragten YouTuber bzw. Influencer können der nachfolgenden Tabelle mit folgenden Maßgaben entnommen werden.

**2021**

<b>Geschäftsbereich</b>	<b>Benennung Influencer, YouTuber</b>	<b>Auswahlkriterien</b>	<b>Thema Kampagne</b>	<b>Geplante Kosten (brutto) in Euro</b>
IM	Nico Gutjahr	Die Beauftragung erfolgte im Rahmen des Agenturvertrages zur Kommunikation der Veranstaltung.	Bewerbung des Digitalisierungskongresses NØRD 2021	6 545,00

**Zu c)**

Die Landesregierung plant keine Beauftragungen, da kein Bedarf hierfür gesehen wird.

5. Welche Themen respektive Kampagnen oder Informationsmaßnahmen wurden durch die Landesregierung im Zeitraum von 2020 bis 2022 beworben (beginnend ab 1. Juli 2020 und bitte pro Jahr nach Höhe des finanziellen Aufwandes und des auftraggebenden Ministeriums bzw. der auftraggebenden Landesbehörde aufzuführen)?

Die von der Landesregierung beworbenen Kampagnen und Informationsmaßnahmen können der nachfolgenden Tabelle mit folgenden Maßgaben entnommen werden.

## 2020

<b>Geschäftsbereich</b>	<b>Thema/Kampagne/Maßnahme</b>	<b>Kosten (brutto) in Euro</b>
StK	Landesmarketingkampagne „MV tut gut.“	329 191,84
StK	Hochschulmarketingkampagne „Studieren mit Meerwert“	443 742,73
StK	Weihnachts-Kampagne 2020 „Corona“ – Akzeptanz Schutzmaßnahmen	87 056,96
StK	„Wir sind Urlaubsland“ – Gemeinsame Kampagne mit TMV	78 940,25
StK	Zweites Corona-Infoblatt	180 476,67
StK	Social Media Kampagne Corona Helden	7 500,00
StK	Veranstaltungsreihe Landesregierung vor Ort	839,84
IM	Bewerbung der Onlinehandelsplattform des Landes und damit verbunden Sichtbarmachung der MV-weiten Händler/ Gastronomen während der Corona-Pandemie	56 800,72
IM	Sichtbarmachung von Digitalisierungsmaßnahmen im Land	33 159,15
IM	Sichtbarmachung Digitalisierungskongress NØRD 2021	57 846,84
IM	Imagekampagne zur Nachwuchsgewinnung im amtlichen Geoinformations- und Vermessungswesen	9915,34
JM	Nachwuchsgewinnung/Nachwuchswerbung/ Anzeigen online und Print	14 286,16
JM	Nachwuchsgewinnung/Nachwuchswerbung/ JVA-Bus-Beklebung	6 735,83
JM	Nachwuchsgewinnung/Nachwuchswerbung/ Flyer-Aktualisierung	185,60
JM	Rechtsinformation/Betreuungsrecht, Nachbarrecht, Vereinsrecht etc./Broschüren/Flyer (jeweils Aktualisierungen)	1 977,58
JM	Festjahr jüdisches Leben/Ankündigungsflyer	371,11
FM	Nachwuchswerbung des FM	19 995,65
FM	Zentrale Nachwuchswerbekampagne	312 609,00
FM	Zentrale Fachkräftewerbekampagne	121 174,00
FM	Werbliche Unterstützung des Karriereportals M-V	99 708,00

<b>Geschäftsbereich</b>	<b>Thema/Kampagne/Maßnahme</b>	<b>Kosten (brutto) in Euro</b>
BM	Ausbildungskampagne – Anzeigen M-V-Magazin, Druck Flyer und Aufsteller	7 743,00
BM	Gewinnung und Bindung von Personal im staatlichen Schuldienst in Mecklenburg-Vorpommern/Lehrerwerbekampagne	581 572,25
SM	Anzeige Erklärung Fördersäulen sozialer Schutzfonds	2 975,00
SM	Social Media Kampagne Familieninfo	606,90
SM	Anzeige Ehrenamtskarte	2 900,00
SM	Anzeige MV Magazin Einführung Ehrenamtskarte	8 932,00
SM	Anzeige Rostock Life Einführung Ehrenamtskarte	1 160,00
SM	Einführungskampagne Ehrenamtskarte on- und offline	13 688,00

**2021**

<b>Geschäftsbereich</b>	<b>Thema/Kampagne/Maßnahme</b>	<b>Kosten (brutto) in Euro</b>
StK	Landesmarketingkampagne „MV tut gut.“	290 474,12
StK	Hochschulmarketingkampagne „Studieren mit Meerwert“	70 517,79
StK	Weihnachts-Kampagne 2020 „Corona“ – Akzeptanz Schutzmaßnahmen	83 630,26
StK	Drittes Corona-Infoblatt	183 163,92
StK	Viertes Corona-Infoblatt	191 609,31
StK	Impfkampagne MV	139 999,93
StK	Social Media Aufklärungskampagne Corona	5 236,00
IM	DigiTrans-Richtlinie	52 360,00
IM	Bewerbung der regionalen Händler und ihrer Präsentationsmöglichkeiten auf der Onlinehandelsplattform des Landes M-V	132 210,01
IM	Sichtbarmachung von Digitalisierungsmaßnahmen im Land	70 365,51
IM	Sichtbarmachung Digitalisierungskongress NØRD 2021	54 365,85
IM	Imagekampagne zur Nachwuchsgewinnung im amtlichen Geoinformations- und Vermessungswesen	9 524,50
JM	Nachwuchsgewinnung/Nachwuchswerbung/ Anzeigen online und Print	13 286,67
JM	Nachwuchsgewinnung/ Nachwuchsinformation/Livestream Jura-Infotag	571,20
JM	Rechtsinformation/ Betreuungsrecht, Nachbarrecht, Vereinsrecht etc./Broschüren/Flyer (jeweils Aktualisierungen)	9 784,45
FM	Nachwuchswerbung des FM	29 843,90
FM	Zentrale Nachwuchswerbekampagne	304 932,00
FM	Zentrale Fachkräftewerbekampagne	178 500,00
FM	Werbliche Unterstützung des Karriereportals M-V	65 319,00

<b>Geschäftsbereich</b>	<b>Thema/Kampagne/ Maßnahme</b>	<b>Kosten (brutto) in Euro</b>
WM	Wirtschaft, Arbeit, Gesundheit, Tourismus, Fachkräfte	37 566,62
WM	drei gezielte Informationsschreiben im Rahmen der Covid-Impfkampagne, um über Impfangebote gemäß den jeweiligen STIKO-Empfehlungen aufzuklären	766 721,31
BM	Ausbildungskampagne – Anzeigen MV-Magazin	12 915,00
BM	Kampagne Teststrategie – zwei Motive	5 823,56
BM	Gewinnung und Bindung von Personal im staatlichen Schuldienst in Mecklenburg-Vorpommern/Lehrerwerbekampagne	905 582,84
SM	Großflächen Plakatkampagne Einführung Ehrenamtskarte auf 120 Flächen	40 714,52
SM	Ehrenamtskarte Imagefilm	7 618,38
SM	Ehrenamtskarte, 15 Trafficboards	27 784,51
SM	Ehrenamtskarte Werbung auf Bussen	3 034,50
SM	Anzeigen EhrenSache/Ehrenamtskarte	7 140,00
SM	Anzeige Ehrenamtskarte mit LED-Wand	1 178,10
SM	Jahresendkampagne Ehrenamtskarte	3 427,20
SM	Heckbeklebung Bus Ehrenamtskarte	1 607,10
SM	Ehrenamtskarte Anzeige in IHK Magazinen	4 969,14
SM	Jahresendkampagne City Card Ehrenamtskarte	3 659,87
SM	Jahresendkampagne Freie Auslage City Cards	9 189,18
SM	Anzeigen in MV Magazinen Ehrenamtskarte	10 299,45
SM	Digitale Werbung Ehrenamtskarte	10 930,15
SM	Informationsmaßnahme zu Frühen Hilfen in Mecklenburg-Vorpommern	10 000,00
WKM	Bewerbung von Beiträgen und Maßnahmen der politischen Bildung	587,27
WKM	Themenblätter Europa	4 236,40

**2022**

<b>Geschäftsbereich</b>	<b>Thema/Kampagne/ Maßnahme</b>	<b>Kosten (brutto) in Euro</b>
StK	Landesmarketingkampagne „MV tut gut.“	233 296,61
StK	Hochschulmarketingkampagne „Studieren mit Meerwert“	11 999,07
StK	Film-TV-Beiträge „Durchstarten trotz Corona“ (Lokal-TV/Internet)	35 700,00
StK	Fünftes Corona-Infoblatt	212 364,28
StK	Sechstes Corona/Energie-Infoblatt	216 056,40
StK	Veranstaltungsreihe Landesregierung vor Ort	2 758,09
IM	DigiTrans-Richtlinie	23 800,00

<b>Geschäftsbereich</b>	<b>Thema/Kampagne/ Maßnahme</b>	<b>Kosten (brutto) in Euro</b>
IM	Imagekampagne zur Nachwuchsgewinnung im amtlichen Geoinformations- und Vermessungswesen	9648,32
JM	Nachwuchsgewinnung/Nachwuchswerbung/Anzeigen online und Print	5 355,00
JM	Nachwuchsgewinnung/ Nachwuchsinformation/Livestream Jura-Infotag	416,50
JM	Nachwuchsgewinnung/ Nachwuchswerbung/Ausbildungsmessen	999,60
JM	Veranstaltungen für Bürgerinnen und Bürger/Anzeigen online und Print	5 362,08
JM	Ehrenamtspreise der Justiz/ Durchführung der Ehrung	285,22
JM	Information/Betreuungsrecht, Nachbarrecht, Ausbildung, Schöffen/Broschüren/Flyer (jeweils Aktualisierungen)	7 942,25
FM	Zentrale Nachwuchswerbekampagne und Nachwuchswerbung des FM	324 775,62
FM	Zentrale Fachkräftewerbekampagne	322 490,00
FM	Werbliche Unterstützung des Karriereportals M-V	102 782,00
FM	Kommunikationskampagne Grundsteuerreform	115 441,76
FM	Informationsmaßnahmen	1 160,25
WM	Wirtschaft, Arbeit, Fachkräfte, Erneuerbare Energien	62 502,53
BM	Bildung für Groß und Klein	41 650,00
BM	Gewinnung und Bindung von Personal im staatlichen Schuldienst in Mecklenburg-Vorpommern/Lehrerwerbekampagne	914 248,73
SM	Badewasser/Badewasserkarte Social Media Kampagne	2 975,00
SM	Anzeige Schwerin Live Podcast	7 140,00
SM	Anzeige und LED Wand Rostock Life Podcast	1 594,60
SM	Anzeige Ehrenamtskarte	1 646,01
SM	Anzeige Ehrenamtskarte	1 297,10
SM	Anzeige Ehrenamtskarte	476,00
SM	Anzeige Ehrenamtskarte	892,50
SM	Anzeige und LED-Wand Ehrenamtskarte	2 249,10
SM	Anzeige Ehrenamtskarte	416,50
SM	Informationsmaßnahme zur Mediennutzung in Familien mit kleinen Kindern	81,52
SM	Covid-Informationsschreiben	197 250,62
WKM	Bewerbung von Beiträgen und Maßnahmen der politischen Bildung	3 165,63
WKM	Bewerbung der Bürgerveranstaltung „Landesregierung vor Ort“	1 238,08
WKM	Themenblätter Europa	380,80

Das Ministerium für Klimaschutz, Landwirtschaft, ländliche Räume und Umwelt verweist auf die Antwort zu Frage 2.

6. Welchen Mediaagenturen bediente sich die Landesregierung zur „Abwicklung ihrer Informationsmaßnahmen“ (bitte nach Planung, Einkauf und Abrechnung aufführen)?

In der Beantwortung werden die beauftragten Agenturen für die Gesamtleistung benannt. Ergänzend wird darauf hingewiesen, dass durch das Ministerium für Soziales, Gesundheit und Sport auch Unternehmen aufgeführt wurden, die üblicherweise nicht als „Medienagenturen“ zu bezeichnen sind. Das Ministerium für Klimaschutz, Landwirtschaft, ländliche Räume und Umwelt verweist auf die Antwort zu Frage 2.

<b>Geschäftsbereich</b>	<b>beauftragte Agentur zur Abwicklung der Maßnahmen</b>
StK	A&B One Kommunikationsagentur GmbH
StK	A&B One Digital GmbH
StK	büro v.i.p.
StK	kreativLABOR GmbH
StK	Mandarin Medien GmbH
StK	Medienzentrum Greifswald e. V.
IM	MVP Good Games Easy UG (Informationsmaßnahme zum digitalen Bauantrag)
IM	13° Crossmedia Agentur aus Neubrandenburg (Marketing und Kommunikation rund um den Digitalisierungskongress NØRD 2021)
JM	Hahn Direktmarketing, Büro v.i.p., Kreativlabor GmbH, Marthdesign, Stadtmagazin PISTE, Hanse Event GmbH, Ecki Raff, Studyflix GmbH, StudySmarter UG, Beate Schellpfeffer, Mecklenburger Blitzverlag, Ostsee-Zeitung, Zeitungsverlag Schwerin
FM	WERK3 Werbeagentur GmbH
FM	DREILAUT UG
FM	MANDARIN MEDIEN GmbH
WM	Antwort entfällt – es wurden keine Mediaagenturen beauftragt
BM	Lehrerwerbekampagne: Werbeagentur Werk3 Rostock
BM	Ausbildungskampagne: eigene Kampagne, Anzeigen in MV-Magazinen und Blitz
BM	Kampagne Teststrategie: Jonas Lieder Berlin (Entwicklung von zwei Motiven)
BM	Bildung für Groß und Klein: fachwerkler – Konzeption und Grafikdesign GbR
SM	Tinus
SM	Fachwerkler
SM	V.i.p. (Schwerin Live/Journal eins)
SM	Adria Sprachenservice
SM	Dien Hong
SM	Planet IC
SM	Projekt barfuss
SM	Primeline print
SM	Goldenleg Projects GmbH
SM	Tolingo
SM	Schabernack e. V.

<b>Geschäftsbereich</b>	<b>beauftragte Agentur zur Abwicklung der Maßnahmen</b>
SM	Tokati
SM	World Text
SM	AB Fachübersetzungen
SM	13° Crossmedia
SM	Capito
SM	Rostock Life
SM	Werk 3
SM	Kreativ Labor
SM	Rauh Research Management

7. Gibt es eine inhaltliche Unterrichtung im Sinne eines Briefings seitens der Landesregierung und ihrer Ministerien bei der Kooperation mit Youtubern und weiteren Influencern?
- Wenn ja, wie genau verläuft ein Briefing im Zuge der Kooperation mit Youtubern bzw. Influencern zu einem beauftragten Thema?
  - Wenn ja, ist ein Briefing eine vertragliche Grundlage für die Kooperation zwischen den Ressorts und den Youtubern respektive Influencern (bitte die rechtliche Grundlage anführen)?
  - Wenn ja, welche waren dies konkret (bitte die Unterrichtungen nach Datum, Landesministerium, Teilnehmer aus dem Landesministerium, Youtuber bzw. Influencer und Inhalt des Briefings im Zeitraum von 2020 bis 2022, beginnend ab 1. Juli 2020, auflisten)?

**Zu a) und b)**

Zu den Fragen ergeht außer durch das IM eine Fehlanzeige.

Die Fragen 7, a), b) und c) werden durch das IM zusammenhängend beantwortet:  
Der unter Frage 4 Beauftragte wurde durch eine Durchführungsagentur beauftragt und gebrieft.  
Einen direkten Kontakt zwischen dem Ministerium und dem Beauftragten gab es nicht.

**Zu c)**

Zu der Frage ergeht eine Fehlanzeige.

8. Wenn Frage 7 verneint wird, warum gibt es kein Briefing der Youtuber bzw. Influencer zur bestmöglichen Unterrichtung der Öffentlichkeit zum jeweiligen Thema?

Die Landesregierung sieht keinen Bedarf für ein Briefing im Sinne der Fragestellung. Im Übrigen wird auf die Beantwortung zu Frage 4 verwiesen.