

Kleine Anfrage

des Abgeordneten Martin Brandl (CDU)

und

Antwort

des Ministeriums für Wirtschaft, Klimaschutz, Energie und Landesplanung

Kosten für Kampagne „Unser Ener“

Die **Kleine Anfrage 1005** vom 9. August 2012 hat folgenden Wortlaut:

Ich frage die Landesregierung:

1. An welche Agentur(en) ist das in Vorlage 16/893 bezifferte Agenturhonorar in Höhe von 1,8 Millionen Euro geflossen?
2. Wodurch ist der hohe Anteil von Agenturkosten an den Gesamtkosten – über die Laufzeit von 2007 bis 2011 37,3 %, in den einzelnen Jahren von 30,8 % bis 79,8 % – begründet?
3. Inwiefern hält die Landesregierung die anteilmäßig hohen Agenturkosten für gerechtfertigt?
4. Welche Leistungen wurden dafür von der/den Agentur(en) erbracht?
5. In welcher Weise ist die Auswahl der Agentur(en) erfolgt?

Das **Ministerium für Wirtschaft, Klimaschutz, Energie und Landesplanung** hat die Kleine Anfrage namens der Landesregierung mit Schreiben vom 31. August 2012 wie folgt beantwortet:

Die Kampagne „Unser Ener“ informierte von März 2007 bis Mitte 2011 über Energie-Einsparmöglichkeiten, vor allem bei der Gebäudesanierung und dem energieoptimierten Bauen.

Ein wesentlicher Teil der Kampagne war eine umfangreiche Öffentlichkeitsarbeit, um die Bürgerinnen und Bürger in Rheinland-Pfalz zu erreichen und über die umfassenden Informations- und Beratungsmöglichkeiten sowie die zur Verfügung stehenden Förderprogramme zu informieren.

Dies vorausgeschickt, beantworte ich die vorgenannte Kleine Anfrage wie folgt:

Zu Frage 1:

Im Zeitraum 2007 bis 2011 wurde ein Betrag von insgesamt 1,76 Mio. Euro an die Agenturen HDW Werbeagentur GmbH (Mainz und Saarbrücken) sowie Solarpraxis AG und ab 2010 an deren Tochtergesellschaft Sunbeam GmbH (Berlin) gezahlt.

Zu Frage 2:

In Vorlage 16/893 zur Sitzung des Wirtschaftsausschusses am 12. Januar 2012 wurden die Kosten der Kampagne „Unser Ener“ detailliert aufgeschlüsselt:

| Kosten | Gesamt 2007 | Gesamt 2008 | Gesamt 2009 | Gesamt 2010 | Gesamt 2011 |
|-----------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|------------------|
| Agenturhonorar | 467 876 € | 366 107 € | 410 238 € | 375 768 € | 136 767 € |
| Mediabudget | 312 682 € | 506 720 € | 645 134 € | 725 025 € | 0 € |
| Öffentlichkeitsarbeit | 89 406 € | 73 716 € | 40 928 € | 15 483 € | 0 € |
| Infomobil | 0 € | 167 381 € | 84 670 € | 17 947 € | 0 € |
| Fachveranstaltungen | 84 485 € | 62 472 € | 18 916 € | 18 680 € | 13 646 € |
| Wettbewerb | 0 € | 11 194 € | 15 720 € | 29 634 € | 20 898 € |
| Gesamt | 954 448 € | 1 187 589 € | 1 215 607 € | 1 182 537 € | 171 311 € |
| | | | | | |
| Gesamt 2007 bis 2011 | 4 711 492 € | | | | |

Im Jahr 2007 lag der Anteil der Agenturkosten an den Gesamtkosten der Kampagne mit 49,0 % höher als in den Jahren 2008 bis 2010, da besonders in der Konzeptions- und Anfangsphase der Kampagne eine intensive Betreuung und fachliche Unterstützung notwendig war.

In den Jahren 2008 bis 2010 stieg der Anteil der Ausgaben für Medien- und Öffentlichkeitsarbeit sowie für Fachveranstaltungen, wodurch die Anteile des Agenturhonorars an den Gesamtkosten auf 30,8 %, 33,7 % bzw. 31,8 % sanken.

Im letzten Jahr der Kampagne, dem Jahr 2011, stieg der Anteil der Agenturkosten auf 79,8 %. Die prozentuale Erhöhung des Anteils der Agenturkosten ergibt sich daraus, dass der Aufwand für die Medien- und Öffentlichkeitsarbeit im Vorfeld der Landtagswahl im März 2011 stark reduziert wurde.

Die genannten prozentualen Anteile des Agenturhonorars an den Gesamtkosten sind somit weniger in der absoluten Höhe des Honorars, sondern vielmehr in unterschiedlich hohen Medienbudgets begründet.

Zu den Fragen 3 und 4:

Zu den Aufgaben der beauftragten Agenturen gehörten vor allem:

- Erstellung und Gestaltung von Kommunikationskonzepten,
- Ausarbeitung der vorgestellten Ideen in Text, Bild und Ton sowie neuen Medien,
- Entwurf/Layout/Text/Weiterentwicklung und Umsetzung der Kampagne „Unser Ener“ in Anzeigen, Funkspots und Informations- und Werbematerialien (Ausarbeitung der verschiedenen Motive, Fotografie/Shootingorganisation, Entwicklung/Konzept),
- Vorbereitung der dezentralen Aktionstage und Kommunikation mit den Akteuren vor Ort, inklusive Bewerbung der Veranstaltungen,
- inhaltliche Bearbeitung und Layout der vielfältigen Broschüren und der Internetplattformen (z. B. Beraterplattform),
- Gestaltung und Pflege der Internetseite www.unserener.de,
- Produktionskosten,
- Media-Erfolgskontrolle,
- Entwicklung neuer Ideen und fachliche Zuarbeit für die Weiterentwicklung der Kampagne,
- Planung der Presseaktivitäten in enger Abstimmung mit der Pressestelle des Ministeriums und fachliche Zuarbeit,
- Mitorganisation und Begleitung des Unser Ener-Wettbewerbs,
- Mitbetreuung des Partnernetzwerks (27 verschiedene Organisationen), u. a. Vorbereitung und Moderation der Partnertreffen, laufende Betreuung der Partner während der Kampagne,
- Koordinierung der Unterstützung des Aktionstages durch das Partnernetzwerk,
- fachliche Unterstützung der Veranstalter von Aktionstagen (z. B. Pressematerialien),
- Überarbeitung und Neuerstellung von Broschüren und Flyern (fachliche Bearbeitung),
- inhaltliche Pflege der Unser Ener-Webseite.

Diese umfangreichen kreativen, fachlichen und organisatorischen Aufgaben ergeben die Höhe der Agenturkosten.

Zu Frage 5:

Die vom damaligen Ministerium für Umwelt, Forsten und Verbraucherschutz abgeschlossenen Verträge wurden im Rahmen freihändiger Vergaben vergeben. Die Auftragsvergabe erfolgte nach Auswahl unter mehreren Agenturen, die ihre Konzepte für eine Kampagne vorgestellt hatten. Die Auftragsvolumina lagen unterhalb der für eine öffentliche Ausschreibung notwendigen Schwellenwerte der damals gültigen Vergabeverordnung. So konnte die Auftragsvergabe unter Beachtung der Regelungen des § 55 LHO vorgenommen werden, nach denen eine freihändige Vergabe im Einzelfall zulässig ist, insbesondere wenn sie den Anforderungen des § 3 Nr. 4 VOL/A genügt. Da es sich um eine freiberufliche Leistung handelt, deren Art und Umfang vor der Vergabe nicht eindeutig und erschöpfend beschrieben werden konnte und zugleich besondere schöpferische Fähigkeiten der Auftragnehmer notwendig waren, wurde aufgrund der Regelungen in § 3 Nr. 4 Buchstabe h und i VOL/A eine freihändige Vergabe durchgeführt. Den Regelungen des Wettbewerbsrechts und den grundlegenden Vorgaben des Vergaberechts entsprechend, wurden von unterschiedlichen Agenturen drei Vergleichsangebote eingeholt. Die Vergabeentscheidung erfolgte anschließend unter Berücksichtigung der Qualität der eingereichten Unterlagen, der Zuverlässigkeit der Anbietenden und der zu erwartenden Kosten.

Eveline Lemke
Staatsministerin