

Kleine Anfrage

des Abgeordneten Cotta (AfD)

und

Antwort

der Thüringer Staatskanzlei

Effektivität, Kosten und Reichweite von Werbe- und Imagekampagnen der Thüringer Landesregierung und Ministerien in den Jahren 2017 bis 2022

Die Landesregierung und die Ministerien einschließlich Staatskanzlei haben in den letzten Jahren verschiedene Werbe- und Imagekampagnen durchgeführt, um ihre politischen Ziele und Initiativen zu kommunizieren. Es ist wichtig, die Effektivität dieser Kampagnen sowie die damit verbundenen Kosten und die Reichweite der anvisierten Zielgruppen zu bewerten, um die Transparenz und Effizienz der öffentlichen Ausgaben sicherzustellen.

Die **Thüringer Staatskanzlei** hat die **Kleine Anfrage 7/4698** vom 3. April 2023 namens der Landesregierung mit Schreiben vom 17. Mai 2023 beantwortet und mit Schreiben vom 29. August 2023 und 20. Oktober 2023 die Antworten überarbeitet.

1. Welche Werbe- beziehungsweise Imagekampagnen führte die Landesregierung beziehungsweise führten die Ministerien einschließlich Staatskanzlei in den Jahren 2017 bis einschließlich 2022 durch, welche Zeiträume umfassten die jeweiligen Kampagnen und welche Kosten entstanden dabei für die Landesregierung beziehungsweise die Ministerien einschließlich Staatskanzlei (bitte nach Ministerien einschließlich Staatskanzlei, durchgeführten Kampagnen und beauftragten Unternehmen beziehungsweise Einzelpersonen aufschlüsseln)?
2. Wie viele der genannten Werbe- beziehungsweise Imagekampagnen wurden öffentlich ausgeschrieben und welche externen Unternehmen oder Einzelpersonen wurden von der Landesregierung beziehungsweise den Ministerien einschließlich Staatskanzlei für die Durchführung beauftragt (bitte nach Ministerien einschließlich Staatskanzlei, durchgeführten Kampagnen und beauftragten Unternehmen beziehungsweise Einzelpersonen aufschlüsseln)?
3. In welchen Zeitungen, Zeitschriften, Fernsehsendern, Onlineplattformen, sozialen Netzwerken, Kinos, Radiosendern und über welche sonstigen Plattformen und Anbieter wurden die in Frage 1 genannten Werbe- beziehungsweise Imagekampagnen in Thüringen in den Jahren 2017 bis einschließlich 2022 veröffentlicht?

4. Welche Ergebnisse erbrachte die Auswertung der unter Frage 1 genannten Werbe- beziehungsweise Imagekampagnen in Thüringen und wie groß war der Personenkreis, der mit den durchgeführten Werbe- beziehungsweise Imagekampagnen erreicht werden konnte (bitte aufschlüsseln nach Ministerien einschließlich Staatskanzlei und durchgeführten Kampagnen)?
5. Wie hoch waren die jeweiligen Kosten der unter Frage 1 genannten Werbe- beziehungsweise Imagekampagnen in Thüringen und welche Ausgaben entstanden in den einzelnen Bereichen wie Planung, Produktion, Veröffentlichung und Auswertung (bitte aufschlüsseln nach Ministerien einschließlich Staatskanzlei, durchgeführten Kampagnen und Kostenkategorien)?

Antwort zu den Fragen 1 bis 5:

Die Fragen beantworte ich mit der beigefügten Tabelle, welche die im Rahmen einer Ressortabfrage erhobenen Informationen enthält. Die Aufschlüsselung der Informationen erfolgte in der Tabelle so, dass eine zweifelsfreie Zuordnung der Kampagnenkosten möglich ist.

Unter dem Begriff "Werbe- beziehungsweise Imagekampagne" wird hier die Gesamtheit aller gestalteten Werbemittel und deren Einsatz in ausgewählten Werbeträgern und Werbegebieten verstanden, die in einem bestimmten Werbezeitraum und im Hinblick auf eine bestimmte Zielgruppe eingesetzt werden.

Die Landesregierung ist sich der hohen Bedeutung des Frage- und Informationsrechts der Abgeordneten für die Erfüllung parlamentarischer Aufgaben bewusst. Dieses Recht unterliegt jedoch den verfassungsrechtlichen Grenzen des Artikels 67 Abs. 3 der Verfassung des Freistaats Thüringen. So kann beziehungsweise muss die Landesregierung die Beantwortung einer parlamentarischen Anfrage gegebenenfalls einschränken, wenn gesetzliche Vorschriften oder schutzwürdige Interessen Einzelner entgegenstehen.

In der Beantwortung der Kleinen Anfrage 7/4698 wurde das Frage- und Informationsrecht des Abgeordneten im Hinblick auf das Recht auf Wahrung von Geschäftsgeheimnissen betroffener Unternehmen und somit schutzwürdige Belange Dritter die durch Artikel 12 Grundgesetz (Berufsfreiheit) geschützten Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse der betroffenen Auftragnehmer/-innen, abgewogen.

Nach Einschätzung der Landesregierung würden durch die Offenlegung des Wertes einzelner Unteraufträge von Landeskampagnen Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse offengelegt, welche nur einem begrenzten Personenkreis bekannt sind und folglich berechnete wirtschaftliche Interessen berühren. Diese Einschätzung beruhte insbesondere darauf, dass es sich auch bei Abgeordneten des Thüringer Landtags beziehungsweise den Fraktionen in Bezug auf die Zusammenarbeit mit den genannten Agenturen um potenzielle Marktteilnehmende handelt, die wirtschaftliche Interessen verfolgen.

Im Bestreben, die oben genannten Grundrechtspositionen im Wege der praktischen Konkordanz in Ausgleich und zur jeweils größtmöglichen Entfaltung zu bringen, erfolgte eine Güter- und Interessensabwägung unter Beachtung des Grundsatzes der Verhältnismäßigkeit. Im Ergebnis dieser Interessensabwägung gemäß Artikel 67 Abs. 3 Satz 1 Nr. 1 der Verfassung des Freistaats Thüringen wurde bei der Antwort auf die Angabe des Wertes der Einzelaufträge verzichtet. Stattdessen wurden Gesamtsummen nach Jahr, Kategorie und Ressort gebildet. Sofern die Anzahl der Einzelaufträge so gering war, dass Rückschlüsse auf das Preisgefüge der Unternehmen möglich waren, wurde die Gesamtsumme aus den Jahreswerten gebildet.

Darüber hinaus möchte ich die Fragen 2 ("Wie viele der genannten Werbe- beziehungsweise Imagekampagnen wurden öffentlich ausgeschrieben und welche externen Unternehmen oder Einzelpersonen wurden von der Landesregierung beziehungsweise den Ministerien einschließlich der Staatskanzlei für die Durchführung beauftragt?") und 4 ("Welche Ergebnisse erbrachte die Auswertung der unter Frage 1 genannten Werbe- beziehungsweise Imagekampagnen in Thüringen und wie groß war der Personenkreis, der mit den durchgeführten Werbe- beziehungsweise Imagekampagnen erreicht werden konnte?") folgendermaßen erläutern:

Alle Kampagnen wurden öffentlich ausgeschrieben oder vergaberechtskonform in Einzelleistungen an kleine und mittlere Unternehmen vergeben. Neben der tabellarisch aufgeführten ermittelten Reichweite ergaben alle abgeschlossenen inhaltlichen Evaluierungen der Kampagnen eine positive Resonanz und eine Steigerung des Bekanntheitsgrads der beworbenen Inhalte innerhalb des Zielpublikums.

Prof. Dr. Hoff
Minister

Anlage *

Endnote:

- * Auf den Abdruck der Anlage wurde verzichtet. Ein Exemplar der Antwort der Landesregierung mit Anlage erhielten jeweils vorab der Fragesteller, die Fraktionen, die Parlamentarische Gruppe der FDP sowie die fraktionslosen Abgeordneten. In der Landtagsbibliothek liegt diese Drucksache mit Anlage zur Einsichtnahme bereit. Des Weiteren kann sie unter der oben genannten Drucksachenummer im Abgeordneteninformationssystem sowie im Internet unter der Adresse: www.parldok.thueringen.de eingesehen werden.

Kleine Anfrage Nr. 4698 des Abgeordneten Jens Cotta (AfD)
 Effektivität, Kosten und Reichweite von Werbe- und Imagekampagnen der
 Thüringer Landesregierung und Ministerien in den Jahren 2017 bis 2022

Hier: Antwort der Thüringer Staatskanzlei (TSK)

Frage 1-5:

Ich frage die Landesregierung:

1. Welche Werbe- bzw. Imagekampagnen führte die Landesregierung bzw. führten die Ministerien einschließlich Staatskanzlei in den Jahren 2017 bis einschließlich 2022 durch, welche Zeiträume umfassten die jeweiligen Kampagnen und welche Kosten entstanden dabei für die Landesregierung bzw. die Ministerien einschließlich Staatskanzlei (bitte nach Ministerien einschließlich Staatskanzlei, durchgeführten Kampagnen und beauftragten Unternehmen bzw. Einzelpersonen aufschlüsseln)?
2. Wie viele der genannten Werbe- bzw. Imagekampagnen wurden öffentlich ausgeschrieben und welche externen Unternehmen oder Einzelpersonen wurden von der Landesregierung bzw. den Ministerien einschließlich Staatskanzlei für die Durchführung beauftragt (bitte nach Ministerien einschließlich Staatskanzlei, durchgeführten Kampagnen und beauftragten Unternehmen bzw. Einzelpersonen aufschlüsseln)?
3. In welchen Zeitungen, Zeitschriften, Fernsehsendern, Onlineplattformen, sozialen Netzwerken, Kinos, Radiosendern und über welche sonstigen Plattformen und Anbieter wurden die in Frage 1 genannten Werbe- bzw. Imagekampagnen in Thüringen in den Jahren 2017 bis einschließlich 2022 veröffentlicht?
4. Welche Ergebnisse erbrachte die Auswertung der unter Frage 1 genannten Werbe bzw. Imagekampagnen in Thüringen und wie groß war der Personenkreis, der mit den durchgeführten Werbe- bzw. Imagekampagnen erreicht werden konnte (bitte aufschlüsseln nach Ministerien einschließlich Staatskanzlei und durchgeführten Kampagnen)?
5. Wie hoch waren die jeweiligen Kosten der unter Frage 1 genannten Werbe- bzw. Imagekampagnen in Thüringen und welche Ausgaben entstanden in den einzelnen Bereichen wie Planung, Produktion, Veröffentlichung und Auswertung (bitte aufschlüsseln nach Ministerien einschließlich Staatskanzlei, durchgeführten Kampagnen und Kostenkategorien)?

Bezeichnung der Werbe- und Imagekampagne	Jahr	Zeitraum	beauftragtes Unternehmen/ Einzelperson	Erscheinungsort	Ergebnisse und Größe des Personenkreises	Kosten				
						Gesamtsumme	Planung	Produktion	Veröffentlichung	Auswertung
Impfkampagne	2017	--	--	--	--	--	--	--	--	--
	2018	--	--	--	--	--	--	--	--	--
	2019	--	--	--	--	--	--	--	--	--
	2020	11.04.2020	Funke Mediengruppe	Thüringenweit im Verteilergebiet	859.500 Exemplare	--	--	--	--	--
	2021	16.01. - 31.01.2021	Suhler Verlagsgesellschaft mbH	Suhl, Bad Salzungen, Schmalkalden, Hildburghausen, Sonneberg, Meiningen	174.005 Exemplare	--	--	--	--	--
	2021	16.01. - 31.01.2022	Wochenspiegel Thüringen GmbH	Suhl, Bad Salzungen, Schmalkalden, Hildburghausen, Sonneberg, Meiningen	174.005 Exemplare	--	--	--	--	--
	2021	16.01. - 30.01.2021	Leipziger Media GmbH	Altenburg	20.000 Werbeeinblendungen pro Rotation	--	--	--	--	--
	2021	16.01.2021	Leipziger Media GmbH	Altenburg	54.000 Exempare	--	--	--	--	--
	2021	16.01.2021	Funke Service GmbH	Thüringenweit im Verteilergebiet	807.825 Print	--	--	--	--	--
	2021	16.01.2021 - 22.01.2021	Funke Service GmbH	Thüringenweit im Verteilergebiet	300.000 digital	--	--	--	--	--
	2021	22.04.2021	St. Benno Verlag	Abonnenten-Kreis	26.000 Exemplare	--	--	--	--	--
	2021	25.04.2021	Evangelisches Medienhaus GmbH	Abonnenten-Kreis	8.015 Exemplare	--	--	--	--	--
	2021	17.07.2022	Suhler Verlagsgesellschaft mbH	Suhl, Bad Salzungen, Schmalkalden, Hildburghausen, Sonneberg, Meiningen	174.005 Exemplare	--	--	--	--	--
	2021	17.07. - 30.07.2021	Funke Service GmbH	Nordthüringen. Eisenach, Ilmkreis, Saalfeld/Rudolstadt, Thüringer Vogtland.	345.625 Haushalte	--	--	--	--	--
	2021	28.07.2021	Axel Springer	Thüringenweit	26.236 Exemplare162.000 LeserInnen	--	--	--	--	--
	2021	29.07.2021	Axel Springer	Thüringenweit	26.236 Exemplare162.000 LeserInnen	--	--	--	--	--
	2021	29.07. - 31.07.2021	Media Impact	PLZ-Gebiete 98693, 98694, 96701, 98716, 99310, 99326, 99330, 99331, 99334, 99338, 36452, 98530, 98544, 98547, 98553, 98559, 98574, 98587, 98590, 98593, 98596, 96617, 98597, 98630, 98631, 98634, 98639, 98646, 98660, 98663, 98666, 98667, 98673, 98527, 98528, 98529, 96515, 96523, 96524, 96528, 96724, 98746, 98554, 96515, 96523, 96524, 96528, 98724, 98746, 98673, 98678	100.000 Ad-Impressions	--	--	--	--	--
	2021	30.07.2021	Axel Springer	Thüringenweit	26.236 Exemplare162.000 LeserInnen	--	--	--	--	--
	2021	16-07. - 31.07.2021	Suhler Verlagsgesellschaft mbH	Südthüringen	/	--	--	--	--	--
	2021	31.07.2021	Axel Springer	Thüringenweit	26.236 Exemplare162.000 LeserInnen	--	--	--	--	--
2021	01.08. - 05.08.2021	Media Impact	PLZ-Gebiete 98693, 98694, 96701, 98716, 99310, 99326, 99330, 99331, 99334, 99338, 36452, 98530, 98544, 98547, 98553, 98559, 98574, 98587, 98590, 98593, 98596, 96617, 98597, 98630, 98631, 98634, 98639, 98646, 98660, 98663, 98666, 98667, 98673, 98527, 98528, 98529, 96515, 96523, 96524, 96528, 96724, 98746, 98554, 96515, 96523, 96524, 96528, 98724, 98746, 98673, 98678	100.000 Ad-Impressions	--	--	--	--	--	

	2021	29.07. - 05.08.2021	Axel Springer	PLZ-Gebiete: 98693, 98694, 98701, 98716, 99310, 99326, 99330, 99331, 99334, 99338, 98452, 98530, 98544, 98547, 98553, 98559, 98574, 98587, 98590, 98593, 98596, 98617, 98597, 98630, 98631, 98634, 98639, 98646, 98660, 98663, 98666, 98667, 98669, 98673, 98527, 98528, 98529, 98515, 98523, 98524, 98528, 98724, 98746, 98554, 98515, 98523, 98524, 98528, 98724, 98746, 98528, 98724, 98746, 98673, 98678	99.991 Ad Impress.4.099 Klicks4,10 %	--	--	--	--	
	2021	20.07.2022 ¹	Axel Springer	Thüringen, Sachsen, Sachsen-Anhalt	500.000 Auflage	--	--	--	--	
	2021		BlueLine Agentur GbR	--	--	--	--	--	--	
	2021		Maniax at Work	--	--	--	--	--	--	
	2021		Maniax at Work	--	--	--	--	--	--	
	2021		Maniax at Work	--	--	--	--	--	--	
	2021		Maniax at Work	--	--	--	--	--	--	
	2021	02.08.2021	Axel Springer	Thüringenweit	26.236 Exemplare162.000 LeserInnen	--	--	--	--	
	2021	03.08.2021	Axel Springer	Thüringenweit	26.236 Exemplare162.000 LeserInnen	--	--	--	--	
										Die Evaluierung der Kampagne ist bisher nicht abgeschlossen.
					Gesamtsumme*	189.286,00 €	--	--	--	
Bezeichnung der Werbe- und Imagekampagne	Jahr	Zeitraum	beauftragtes Unternehmen/ Einzelperson	Erscheinungsort	Ergebnisse und Größe des Personenkreises	Kosten				
Bundeszentrale Feierlichkeiten zum Tag der Deutschen Einheit					Hinweis: Die Evaluierung der Kampagne ist noch nicht abgeschlossen.	Gesamtsumme	Planung	Produktion	Veröffentlichung	Auswertung
Bewerbung des Bürgerfestes zum Tag der Deutschen Einheit 2022 in Erfurt - Print	2022	24.09.2022	Suhler Verlagsgesellschaft mbH & co. KG Südthüringer Presse Plus	Ausgabe HAT SPP Haupt TOTAL	thüringenweit					
	2022	28.09.2022 und 01.10.2022	Axel Springer SE	sonderplazierte Anzeige in der BILD Thüringen	thüringenweit					
					Gesamtsumme Print	13.361,32 €				
Bewerbung des Bürgerfestes zum Tag der Deutschen Einheit 2022 in Erfurt - Radio	2022	01.10. 3x 30 Sek. 02.10. 2x 30 Sek.	Antenne Thüringen GmbH & Co.KG	Antenne TH, Radio Top40	thüringenweit/ deutschlandweit					
	2022	24.09.-30.09.	mir.) marketing im radio thüringen GmbH	Radio Landes Welle Thüringen	thüringenweit/ deutschlandweit					
	2022	24.09-30.09 3x tgl. //30.09.4x tgl.	Antenne Thüringen GmbH & Co.KG	Antenne TH, Radio Top40	thüringenweit/ deutschlandweit					
	2022	23.09.-24.09.	Antenne Thüringen GmbH & Co.KG	Antenne TH, Radio Top40	thüringenweit/ deutschlandweit					
	2022	01.10.-02.10. insg. 4x 42 Sek. Spots	Landeswelle Thüringen GmbH & Co. KG		thüringenweit/ deutschlandweit					
	2022				Gesamtsumme Radio	20.061,48 €				
Bewerbung des Bürgerfestes zum Tag der Deutschen Einheit 2022 in Erfurt - Anzeigen versch. Art und deren Gestaltung	2022	29.09.	Funke Services GmbH	Bel.-Einh. Thüringen Gesamtausgabe TA/ TLZ/OTZ Platzierung:Takt Tageszeitung	thüringenweit					
	2022	28.09.-30.09.	media impact	Multi-Screen Cubes	PLZ targeting 04/ 06/ 96/ 99/ 07/ 98					
	2022	25.09 / 26.09.-01.10.	Funke Services GmbH	E-Paper Digitaler Sonntag, Apps	digital					
	2022	24.09.2022	Funke Services GmbH	TA/ TLZ/ OTZ/Allgemeiner Anzeiger	Nordostthüringen, Westthüringen, Mittelthüringen					
	2022	01.10.-02.10.	media impact	Multi-Screen						
	2022		Funke Services GmbH	Mitte E-Paper, erweitertes Gebiet Allgemeiner Anzeiger, Digitaler Sonntag	digital					
	2022				Gesamtsumme Anzeigen	35.917,33 €	davon Planungskosten: 1.360,65 €			
Bewerbung des Bürgerfestes zum Tag der Deutschen Einheit 2022 in Erfurt - mobile Großflächenplakate, clip, LED-Flächen, sonstige Plakate	2022		termedia		Erfurt, Jena Gera, Saalfeld, Ronneburg, Ilmenau, Rudolstadt, Pößneck, Schleusingen, Arnstadt, Sonneberg an Schwimmbädern, in Schaufenstern der Erfurter Innenstadt					
	2022		WirmachenDruck.de (GmbH)	in Erfurt						
	2022				Gesamtsumme Plakate	80.725,16 €	davon Produktionskosten: 148,12 €			
Bewerbung des Bürgerfestes zum Tag der Deutschen Einheit 2022 in Erfurt - Messezubehör (Werbewand, Messecounter)	2022	Junii/ Juli 2022	Flyeralarm GmbH	zu verschiedenen Veranstaltungen						
	2022	Junii/ Juli 2022	bente media	zu verschiedenen Veranstaltungen						
	2022				Gesamtsumme Messezubehör	738,42 €				
Bewerbung des Bürgerfestes zum Tag der Deutschen Einheit 2022 in Erfurt - CityCards (Konfektionierung, Distribution, Controlling)	2022	22.09. für 2 Wochen	City News GmbH & Co. KG	Citycards in Bars, Kneipen, Restaurants, Cafés	Erfurt, Weimar, Jena Gera, Gotha, Apold, Arnstadt, Rudolstadt, Sömmerda, Ilmenau, Meiningen, Suhl, Saalfeld, Eisenach, Altenburg, Schmöln, Mühlhausen, Nordhausen					
	2022				Gesamtsumme CityCards	5.705,38 €				

	Gesamtsumme Bewerbung des Bürgerfestes zum Tag der Deutschen Einheit 2022	156.509,09 €
--	--	---------------------

Die Evaluierung der Kampagne ist bisher nicht abgeschlossen.

*Einzelkostenpositionen (Planung, Produktion, Veröffentlichung, Auswertung) nicht ermittelbar

Kleine Anfrage Nr. 4698 des Abgeordneten Jens Cotta (AfD)
 Effektivität, Kosten und Reichweite von Werbe- und Imagekampagnen der
 Thüringer Landesregierung und Ministerien in den Jahren 2017 bis 2022
 Hier: Antwort des Thüringer Ministeriums für Bildung, Jugend und Sport (TMBJS)
 Frage 1-5:

Ich frage die Landesregierung:

1. Welche Werbe- bzw. Imagekampagnen führte die Landesregierung bzw. führten die Ministerien einschließlich Staatskanzlei in den Jahren 2017 bis einschließlich 2022 durch, welche Zeiträume umfassten die jeweiligen Kampagnen und welche Kosten entstanden dabei für die Landesregierung bzw. die Ministerien einschließlich Staatskanzlei (bitte nach Ministerien einschließlich Staatskanzlei, durchgeführten Kampagnen und beauftragten Unternehmen bzw. Einzelpersonen aufschlüsseln)?
2. Wie viele der genannten Werbe- bzw. Imagekampagnen wurden öffentlich ausgeschrieben und welche externen Unternehmen oder Einzelpersonen wurden von der Landesregierung bzw. den Ministerien einschließlich Staatskanzlei für die Durchführung beauftragt (bitte nach Ministerien einschließlich Staatskanzlei, durchgeführten Kampagnen und beauftragten Unternehmen bzw. Einzelpersonen aufschlüsseln)?
3. In welchen Zeitungen, Zeitschriften, Fernsehsendern, Onlineplattformen, sozialen Netzwerken, Kinos, Radiosendern und über welche sonstigen Plattformen und Anbieter wurden die in Frage 1 genannten Werbe- bzw. Imagekampagnen in Thüringen in den Jahren 2017 bis einschließlich 2022 veröffentlicht?
4. Welche Ergebnisse erbrachte die Auswertung der unter Frage 1 genannten Werbe bzw. Imagekampagnen in Thüringen und wie groß war der Personenkreis, der mit den durchgeführten Werbe- bzw. Imagekampagnen erreicht werden konnte (bitte aufschlüsseln nach Ministerien einschließlich Staatskanzlei und durchgeführten Kampagnen)?
5. Wie hoch waren die jeweiligen Kosten der unter Frage 1 genannten Werbe- bzw. Imagekampagnen in Thüringen und welche Ausgaben entstanden in den einzelnen Bereichen wie Planung, Produktion, Veröffentlichung und Auswertung (bitte aufschlüsseln nach Ministerien einschließlich Staatskanzlei, durchgeführten Kampagnen und Kostenkategorien)?

Bezeichnung der Werbe- und Imagekampagne	Jahr	Zeitraum	beauftragtes Unternehmen/ Einzelperson	Erscheinungsort	Ergebnisse und Größe des Personenkreises	Kosten				
						Gesamtsumme	Planung	Produktion	Veröffentlichung	Auswertung
Benennung der konkreten Kampagne										
Einführungskampagne Beitragsfreies Kitajahr	2017	Dezember	Somengo GmbH	Social Media, Mediengruppe Thüringen u. a.						
	2018									
	2019									
	2020									
	2021									
		Gesamtsumme**					40.063,41 €			
Einführungskampagne Bildungsfreistellung	2017	April - Dezember	Somengo GmbH	Youtube, eigene Website, Facebook, Twitter						
	2018	Februar-Dezember	s.o.	s.o., sowie Citycards und Mediengruppe Thüringen	230.000					
	2019	Januar - Juni	s.o.	Google Ads, Youtube, eigene Webseite, Facebook, Twitter						
	2020									
	2021									
		Gesamtsumme**					67.643,08 €			
Lehrergewinnungskampagne	2018	Mai - Dezember	Frank & Hauéis GmbH	Bild Thüringen, Facebook						
	2019	Januar - Dezember	Logiform GmbH	Facebook, Instagram, Twitter, WiYou, Studi.info, TA, OTZ, TLZ, DLRG-Jahreshft, Citycards, Thüringenweite Bespielung von Ganzsäulen, City-Light-Postern, Großflächen und digitalen Werbeflächen / Futureplan / Scoolio-App / Hochschulmagazine (Uni Ilmenau, Erfurt, Jena) / Workbook / WiYou-Advertorial / Lehrerkalender GEW und tiv / Anzeigenschaltung und Bericht GEW Mitgliederzeitschrift / Studienführer Studienwahl / Mediengruppe Thüringen (Thüringer Allgemeine, Thüringische Landeszeitung und Ostthüringer Zeitung, Freies Wort, Südthüringer Zeitung, Meininger Tageblatt) / absolut karriere	Mehrere Millionen Sichtkontakte*					
	2020	Januar - Dezember	anteilig Bietergemeinschaft	Didacta Magazin, Thüringer Schule, CampusEcho, Futureplan, WiYou, StudiInfo, Out-of-Home-Plakataktionen, City-Light-Poster-Kampagne, Ganzsäulen, Digitale Advertorials WiYou, Studi-Info, Bannerwerbung, Scoolio-App, Facebook-Gruppe, Twitter, Youtube, eigene Webseite, Instagram	Mehrere Millionen Sichtkontakte*					

2021	Januar-Dezember	s.o.	Facebook, Instagram, Youtube, Twitter, TikTok, eigene Webseite, App-Werbung Knowunity, Bannerwerbung WiYou und Studinfo, Nativead Studis-online, Studycheck.de, Scoolio, Karriereportal Freistaat Thüringen, MDR Jump, Antenne Thüringen, Radio Top 40, TA, OTZ, TLZ, DLRG-Jahresheft, Broschüre Gymnasiale Oberstufe, Citycards, Plakate an Universitäten, Infomagazin Berufsbildende Schulen	Mehrere Millionen Sichtkontakte*						
2022	Januar-Dezember	s.o.	MDR-Jump, Antenne Thüringen, TikTok, Instagram, Facebook, Youtube, Magazin ZeitCampus, DIE WELT, GEW, Außenwerbung, Verkehrsmittelwerbung, Anzeigenschaltung in der ZEIT: Sonderveröffentlichung Arbeitgebermarke Öffentlicher Dienst, Studi.Info-Magazin, Schülerkalender FuturePlan, Schüler-App Scoolio, 2 Anzeigen im WiYou-Printmagazin, WiYou Bannerwerbung Online, Didacta-Magazin; Schaltung einer NativeAd auf studis-online.de,	Mehrere Millionen Sichtkontakte*						
Gesamtsumme					2.774.871,02 €	1.278.681,99 €	451.961,88 €	954.825,16 €	70.339,80 €	

* Gesamtreichweiten enthalten auch Mehrfachkontakts, z. B. im Rahmen von Plakataktionen

** Eine Detaillauswertung ist nicht möglich

Kleine Anfrage Nr. 4698 des Abgeordneten Jens Cotta (AfD)
Effektivität, Kosten und Reichweite von Werbe- und Imagekampagnen der
Thüringer Landesregierung und Ministerien in den Jahren 2017 bis 2022

Hier: Antwort des Thüringer Ministeriums für Arbeit, Soziales, Gesundheit, Frauen und Familie (TMASGFF)

Frage 1-5:

Ich frage die Landesregierung:

1. Welche Werbe- bzw. Imagekampagnen führte die Landesregierung bzw. führten die Ministerien einschließlich Staatskanzlei in den Jahren 2017 bis einschließlich 2022 durch, welche Zeiträume umfassten die jeweiligen Kampagnen und welche Kosten entstanden dabei für die Landesregierung bzw. die Ministerien einschließlich Staatskanzlei (**bitte nach Ministerien einschließlich Staatskanzlei, durchgeführten Kampagnen und beauftragten Unternehmen bzw. Einzelpersonen aufschlüsseln**)?

Bezeichnung der Werbe- und Imagekampagne	Jahr	Zeitraum	beauftragtes Unternehmen/ Einzelperson	Erscheinungsort	Ergebnisse und Größe des Personenkreises	Kosten				
						Gesamtsumme	Planung	Produktion	Veröffentlichung	Auswertung
Benennung der konkreten Kampagne					Hinweis: Die Evaluierung der Kampagnen ist noch nicht abgeschlossen.					
Impfkampagne	2017	fortlaufend	Lindgrün GmbH	Flyer, Website						
	2018	fortlaufend	Landesamt für Vermessung und Geoinformation	Flyer, Website						
	2019	fortlaufend	Sandruschka (öffentl. Ausschreibung)	Layout						
	2020	fortlaufend	Sandruschka Safer Print	Layout Website, Flyer, Plakate, Postkarten						
	Gesamtsumme*						72.998,95 €			
LSZ (Landesprogramm Solidarisches Zusammenleben der Generationen)	2017	2017/2018	donner & friends (öffentliche Ausschreibung)	Layout						
	2018	fortlaufend	Landesamt für Vermessung und Geoinformation	Plakate, Postkarten						
	2018	20.03.2018	Erfurter Werbegesellschaft	Roll-Ups						
	2018	2017/2018	donner & friends	Layout						
	2019	fortlaufend	Landesamt für Vermessung und Geoinformation	Flyer, Poster, Malbuch, Angebotskatalog						
	2019	fortlaufend	Taunus Präsente	Giveaway						
	2019	fortlaufend	dontex GmbH	Giveaway						
	2019	fortlaufend	IGO Werbemittel	Giveaway						
	2019	fortlaufend	Wir machen Druck	Giveaway						
	2019	fortlaufend	Prodono Werbemittel	Giveaway						
	2019	fortlaufend	donner & friends (Folgeauftrag)	Layout						
	2020	fortlaufend	donner & friends	Relaunch, Website, Giveaways						
	2022	fortlaufend	Wir machen Druck	Giveaways						
	2022	fortlaufend	Promowerk	Giveaways						
2022	fortlaufend	Landesamt für Vermessung und Geoinformation	Plakate							
Gesamtsumme*						74.319,81 €				
Verbundvorhaben "Impfen 60+ Impfbereitschaft 60+ fördern- Aufbau Thüringer Impfportal und Bereitstellung von Informationsangeboten für weitere Zielgruppen 0-17 Jahre und 18-59 Jahre	2017	2017	Lindgrün GmbH	Thüringen	Thüringer Bevölkerung, u.a Gesundheitseinrichtungen, KITA, Schulen	10.000,00 €				

Bezeichnung der Werbe- und Imagekampagne	Jahr	Zeitraum	beauftragtes Unternehmen/ Einzelperson	Erscheinungsort	Ergebnisse und Größe des Personenkreises	Kosten				
						Gesamtsumme	Planung	Produktion	Veröffentlichung	Auswertung
60 Jahre ESF	2017	März – Mai 2017 Print Eckfeld Anzeigen (25.3.2017) S-Bahn (Mai 2017) Großflächen (5.5-18.5.)	KNSK Werbeagentur GmbH (nach einem europaweiten Vergabeverfahren als Leadagentur)	Print: Anzeige Mediengruppe Thüringen, Südthüringer Presse Plus Straßenbahn-Gestaltung Erfurt und Gera OoH: 18/1-Plakate Erfurt, Gera, Jena, Weimar, Gotha	Print = Auflage 318.275 OoH = 0,32 Mio Sichtkontakte Reichweite Straßenbahn nicht evaluierbar	82.188,63 €	i. R. d. Agenturvertrages mit der KNSK Werbeagentur GmbH abgedeckt	Davon Produktionskosten: 1.613,64 €	Davon Veröffentlichungskosten: 80.574,99 €	i. R. d. Agenturvertrages mit der KNSK Werbeagentur GmbH abgedeckt
"Nein heißt Nein" + Nachdruck Postkarten	2018	2018/2019	CITI NEWS GmbH & Co. KG MARIANNE CONRAD, grafik-designerin & künstlerin	Erfurt, Weimar, Jena, Gera, Gotha, Apolda, Arnstadt, Rudolstadt, Sömmerda, Ilmenau, Meiningen, Suhl, Saalfeld, Eisenach, Altenburg, Schmöln, Mühlhausen, Nordhausen						
	2019	fortlaufend	Justizvollzugsanstalt Hohenleuben	Thüringen						
	Gesamtsumme					2.286,79 €	Davon Planungskosten: 535,50 €	Davon Produktionskosten: 251,00 €	Davon Veröffentlichungskosten: 1.500,29 €	
Image-Kampagne ESF	2018	15.05.-15.06.2018 und 15.10.-15.11.2018	KNSK Werbeagentur GmbH (nach einem europaweiten Vergabeverfahren als Leadagentur)	Out of Home: CLPs in Erfurt, Gera, Weimar, Jena, Eisenach, Gotha 18/1 in Erfurt, Gera, Jena, Suhl, Nordhausen Kino: 23 Kinocenter Digital: Echtzeitmarketing; Direktbuchungen (regionale und überregionale Zeitungen (z. B. über Mediengruppe Thüringen); YouTube	21,1 Millionen Bruttokontakte (Sichtkontakte über alle Kanäle (Kino, OoH, digital))	227.383,46 €	i. R. d. Agenturvertrages mit der KNSK Werbeagentur GmbH abgedeckt	63.308,00 €	164.075,46 €	i. R. d. Agenturvertrages mit der KNSK Werbeagentur GmbH abgedeckt
Informationskampagne zur Corona-Pandemie	2020	2020/2021	Communication Lab	Beratung						
	2020	2020/2021	DRK LV Thür.	Infoposter Corona						
	2020	2020/2021	Ströer Deutsche Städte Medien GmbH	Außenwerbung in Form City Light, Postern, Train Posten, Allgemeinanschlägen Litfaßsäulen						
	2021	2020/2021	Ströer Deutsche Städte Medien GmbH	Außenwerbung in Form City Light, Postern, Train Posten, Allgemeinanschlägen Litfaßsäulen						
	2021	2020/2021	Sandruschka	Layout						
	2021	2020/2021	Safer Print	Postkarten, Flyer, Aufkleber, Tischaufsteller						
	2021	2020/2021	Communication Lab	Beratung						
	2021	2021/2022	Somengo (öffentl. Ausschreibung)	Webseite, Facebook						

Bezeichnung der Werbe- und Imagekampagne	Jahr	Zeitraum	beauftragtes Unternehmen/ Einzelperson	Erscheinungsort	Ergebnisse und Größe des Personenkreises	Kosten				
						Gesamtsumme	Planung	Produktion	Veröffentlichung	Auswertung
Benennung der konkreten Kampagne	2021	2021/2022	rostoff.media	Webseite, Facebook, Twitter	Hinweis: Die Evaluierung der Kampagnen ist noch nicht abgeschlossen.					
	2021	2021/2022	Wir machen Druck	Flyer						
	2022	2021/2022	Somengo	Website, Facebook						
	Gesamtsumme					136.477,30 €	Davon Planungskosten: 24.015,36 €	Davon Produktionskosten: 155.746,62 €	Davon Veröffentlichungskosten: 20.023,32 €	
Bewerbung ESF-Weiterbildungsrichtlinie	2020	02.11.-27.12.2020	KNSK Werbeagentur GmbH (nach einem europaweiten Vergabeverfahren als Leadagentur)	Digital: Echtzeitmarketing (Datazulu GmbH), General Interest (Ströer) Social Business (Xing, LinkedIn) Social Media (Facebook)	Reichweite: 3.700.489	18.684,89 €	i. R. d. Agenturvertrages mit der KNSK Werbeagentur GmbH abgedeckt	Davon Produktionskosten: 1.008,27 €	Davon Veröffentlichungskosten: 17.676,62 €	i. R. d. Agenturvertrages mit der KNSK Werbeagentur GmbH abgedeckt
Strategische Öffentlichkeitsarbeit zum Programm AGATHE "Älter werden in der Gemeinschaft - Thüringer Initiative gegen Einsamkeit"	2021	14.06.2021-31.12.2021	donner+friends UG (hb) & Co. KG (Öffentliche Ausschreibung gemäß §§ 8, 9 UVgO)	thüringenweit, teilnehmende Projekte, Website	Thüringer Bevölkerung, insbes. Zielgruppen, teilnehmende Projekte und Netzwerkpartner					
	2021	14.06.2021-31.12.2021	Landesdruckerei, Onlinedruckanbieter, versch. Thüringer Kleinunternehmen	thüringenweit, teilnehmende Projekte, Website	Thüringer Bevölkerung, insbes. Zielgruppen, teilnehmende Projekte und Netzwerkpartner					
	2022	15.05.2022-31.12.2022	donner+friends UG (hb) & Co. KG (Öffentliche Ausschreibung gemäß §§ 8, 9 UVgO)	thüringenweit, teilnehmende Projekte, Website	Thüringer Bevölkerung, insbes. Zielgruppen, teilnehmende Projekte und Netzwerkpartner					
	2022	15.05.2022-31.12.2022	Landesdruckerei, Onlinedruckanbieter, versch. Thüringer Kleinunternehmen	thüringenweit, teilnehmende Projekte, Website	Thüringer Bevölkerung, insbes. Zielgruppen, teilnehmende Projekte und Netzwerkpartner					
	Gesamtsumme					161.605,43 €	Davon Planungskosten: 85.352,75 €	Davon Produktionskosten: 70.302,68 €	Davon Veröffentlichungskosten: 5.950,00 €	
Kampagne zu den ESF-Erklärfilmen	2022	22.08.-21.12.2022	KNSK Werbeagentur GmbH (nach einem europaweiten Vergabeverfahren als Leadagentur)	Social Media: YouTube, LinkedIn, Facebook, Instagram	2.718.796 Sichtkontakte	27.252,23 €	i. R. d. Agenturvertrages mit der KNSK Werbeagentur GmbH abgedeckt	Davon Produktionskosten: 3.477,76 €	Davon Veröffentlichungskosten: 23.774,47 €	i. R. d. Agenturvertrages mit der KNSK Werbeagentur GmbH abgedeckt
"25.11." zentr. Aktionstag Gewaltschutz	2022	15.11.-25.11.2022	Gera-Web GmbH Funke Mediengruppe	Soziale Netzwerke/Soziale Medien, Landing-Page, e-paper der Funke Mediengruppe für die Thüringer Zeitungen		1.892,10 €				

*Einzelkostenpositionen (Planung, Produktion, Veröffentlichung, Auswertung) nicht ermittelbar

Kleine Anfrage Nr. 4698 des Abgeordneten Jens Cotta (AfD)
 Effektivität, Kosten und Reichweite von Werbe- und Imagekampagnen der
 Thüringer Landesregierung und Ministerien in den Jahren 2017 bis 2022
 Hier: Antwort des Thüringer Ministeriums für Inneres und Kommunales (TMiK)

- Frage 1-5:**
 Ich frage die Landesregierung:
 1. Welche Werbe- bzw. Imagekampagnen führte die Landesregierung bzw. führten die Ministerien einschließlich Staatskanzlei in den Jahren 2017 bis einschließlich 2022 durch, welche Zeiträume umfassten die jeweiligen Kampagnen und welche Kosten entstanden dabei für die Landesregierung bzw. die Ministerien einschließlich Staatskanzlei**(bitte nach Ministerien einschließlich Staatskanzlei, durchgeführten Kampagnen und beauftragten Unternehmen bzw. Einzelpersonen aufschlüsseln)?**
 2. Wie viele der genannten Werbe- bzw. Imagekampagnen wurden öffentlich ausgeschrieben und welche externen Unternehmen oder Einzelpersonen wurden von der Landesregierung bzw. den Ministerien einschließlich Staatskanzlei für die Durchführung beauftrag**(bitte nach Ministerien einschließlich Staatskanzlei, durchgeführten Kampagnen und beauftragten Unternehmen bzw. Einzelpersonen aufschlüsseln)?**
 3. In welchen Zeitungen, Zeitschriften, Fernsehsendern, Onlineplattformen, sozialen Netzwerken, Kinos, Radiosendern und über welche sonstigen Plattformen und Anbieter wurden die in Frage 1 genannten Werbe- bzw. Imagekampagnen in Thüringen in den Jahren 2017 bis einschließlich 2022 veröffentlicht?
 4. Welche Ergebnisse erbrachte die Auswertung der unter Frage 1 genannten Werbe bzw. Imagekampagnen in Thüringen und wie groß war der Personenkreis, der mit den durchgeführten Werbe- bzw. Imagekampagnen erreicht werden konnte**(bitte aufschlüsseln nach Ministerien einschließlich Staatskanzlei und durchgeführten Kampagnen)?**
 5. Wie hoch waren die jeweiligen Kosten der unter Frage 1 genannten Werbe- bzw. Imagekampagnen in Thüringen und welche Ausgaben entstanden in den einzelnen Bereichen wie Planung, Produktion, Veröffentlichung und Auswertung**(bitte aufschlüsseln nach Ministerien einschließlich Staatskanzlei, durchgeführten Kampagnen und Kostenkategorien)?**

Bezeichnung der Werbe- und Imagekampagne	Jahr	Zeitraum	beauftragtes Unternehmen/ Einzelperson	Erscheinungsort	Ergebnisse und Größe des Personenkreises	Kosten				
						Gesamtsumme	Planung	Produktion	Veröffentlichung	Auswertung
Benennung der konkreten Kampagne										
Kampagne zur Nachwuchsgewinnung bei der Thüringer Polizei	2018	März - Dezember 2018	Samt & Seidel Erfurt	Thüringen						
	2018	01.12.2018	Samt & Seidel Erfurt	Thüringen						
	2018	Okt. - Nov. 2018	Samt & Seidel Erfurt	Thüringen						
	Gesamtsumme					11.067,24 €				
Kampagne zur Nachwuchsgewinnung bei der Thüringer Polizei	2017									
	2018									
	2019	15.04. - 31.12.2019	Neumeister Werbeagentur G	Thüringen						
	2020	01.06.2020	Neumeister Werbeagentur G	Thüringen						
	2021	24.11.2021 - 31.05.2022	Neumeister Werbeagentur G	Thüringen						
	2022	24.11.2021 - 31.05.2022	Neumeister Werbeagentur G	Thüringen						
	Gesamtsumme					476.238,40 €		Davon Produktionskosten: 40.107,76 €	Davon Veröffentlichungskosten: 435.225,84	
Kampagne zur Nachwuchsgewinnung bei der Thüringer Polizei	2017									
	2018									
	2019									
	2020									
	2021									
	2022	29.08.2022 - 31.08.2024	glow communications GmbH	Thüringen/Online			390.001,64 €		Davon Produktionskosten: 282.306,64 €	Davon Veröffentlichungskosten: 107.695 €

Kleine Anfrage Nr. 4698 des Abgeordneten Jens Cotta (AfD)
 Effektivität, Kosten und Reichweite von Werbe- und Thüringer Landesregierung und Ministerien in den Jahren 2017 bis 2022

Hier: Beantwortung durch das Thüringer Ministerium für Infrastruktur und Landwirtschaft (TMIL)

Frage 1-5: Ich frage die Landesregierung: 1. Welche Werbe- bzw. Imagekampagnen führte die Landesregierung bzw. führten die Ministerien einschließlich Staatskanzlei in den Jahren 2017 bis einschließlich 2022 durch, welche Zeiträume umfassten die jeweiligen Kampagnen und welche Kosten entstanden dabei für die Landesregierung bzw. die Mir

Bezeichnung der Werbe- und Imagekampagne	Jahr	Zeitraum	beauftragtes Unternehmen/ Einzelperson	Erscheinungsort	Ergebnisse und Größe des Personenkreises	Kosten				
						Gesamtsumme	Planung	Produktion	Veröffentlichung	Auswertung
Benennung der konkreten Kampagne										
Ortsgespräche im ländlichen Raum	2017									
	2018	ab Herbst 2018 lfd.	CoKnowConsulting; Kleine Arche; TLBG; Showtechnik Gera; Blueprint	versch. Veranstaltungen in Gemeinden des ländl. Raums Thüringens						
	2019	seit Herbst 2018 lfd.	KoRiS; ZehdehMedia; CreativeSolutions; Kleine Arche; TLBG; Marcel Krummrich	versch. Veranstaltungen in Gemeinden des ländl. Raums Thüringens						
	2020									
	2021	seit Herbst 2018 lfd.	Kleine Arche; Kartinka					Erstellung von Messewand für zukünftige Ortsgespräche		
	2022	seit Herbst 2018 lfd.	KoRiS; Funke Mediengruppe; Brandt Catering; HCS Medienwerk; TU Ilmenau	zwei Veranstaltungen in Gemeinden (Artern, Ilmenau) Bewerbung über TA Ilmenau (online+print), Facebook, Instagramm, WebSite TMIL				Bewerbung über TA Ilmenau (online+print), Facebook, Instagramm, WebSite TMIL		
	Gesamtsumme					58.800,69 €				
Thüringer Demografiepreis	2017									
	2018									
	2019									
	2020									
	2021									
	2022	Mai-Dezember 2022	Somengo; N13 Werbeagentur; Antenne Thüringen; Funke Mediengruppe	Spotify, Facebook, Instagramm; Antenne Thüringen (Radiospot), E-Paper TA, OTZ, Website TMIL				Spotify, Facebook, Instagramm; Antenne Thüringen (Radiospot), E-Paper TA, OTZ, Website TMIL		
	Gesamtsumme					22.931,54 €				
Genussland Thüringen	2017									
	2018									
	2019									
	2020									
	2021									
	2022	August - Dezember 2022	DIE AUSSENMINISTER	Facebook, Instagramm, TikTok, YouTube				Facebook, Instagramm, TikTok, YouTube		
	Gesamtsumme					49.068,79 €				
Mobilität im ländlichen Raum	2017									
	2018									
	2019									
	2020									
	2021									
	2022	seit November 2022 lfd.	Linus Wittich Medien	Amtsblatt LK Sömmderda, Amtsblatt Oberweißbach, WebSite TMIL, Umfrage in mehreren Orten in verschiedenen Regionen Thüringens				Amtsblatt LK Sömmderda, Amtsblatt Oberweißbach, WebSite TMIL		
	Gesamtsumme					1.832,60 €				

Kleine Anfrage Nr. 4698 des Abgeordneten Jens Cotta (AfD)
 Effektivität, Kosten und Reichweite von Werbe- und Imagekampagnen der
 Thüringer Landesregierung und Ministerien in den Jahren 2017 bis 2022

Hier: Beantwortung durch das Thüringer Ministerium für Umwelt, Energie und Naturschutz (TMUEN)

Frage 1-5:

Ich frage die Landesregierung:

1. Welche Werbe- bzw. Imagekampagnen führte die Landesregierung bzw. führten die Ministerien einschließlich Staatskanzlei in den Jahren 2017 bis einschließlich 2022 durch, welche Zeiträume umfassten die jeweiligen Kampagnen und welche Kosten entstanden dabei für die Landesregierung bzw. die Ministerien einschließlich Staatskanzlei**(bitte nach Ministerien einschließlich Staatskanzlei, durchgeführten Kampagnen und beauftragten Unternehmen bzw. Einzelpersonen aufschlüsseln)**?
2. Wie viele der genannten Werbe- bzw. Imagekampagnen wurden öffentlich ausgeschrieben und welche externen Unternehmen oder Einzelpersonen wurden von der Landesregierung bzw. den Ministerien einschließlich Staatskanzlei für die Durchführung beauftrag**(bitte nach Ministerien einschließlich Staatskanzlei, durchgeführten Kampagnen und beauftragten Unternehmen bzw. Einzelpersonen aufschlüsseln)**?
3. In welchen Zeitungen, Zeitschriften, Fernsehsendern, Onlineplattformen, sozialen Netzwerken, Kinos, Radiosendern und über welche sonstigen Plattformen und Anbieter wurden die in Frage 1 genannten Werbe- bzw. Imagekampagnen in Thüringen in den Jahren 2017 bis einschließlich 2022 veröffentlicht?
4. Welche Ergebnisse erbrachte die Auswertung der unter Frage 1 genannten Werbe bzw. Imagekampagnen in Thüringen und wie groß war der Personenkreis, der mit den durchgeführten Werbe- bzw. Imagekampagnen erreicht werden konnte**(bitte aufschlüsseln nach Ministerien einschließlich Staatskanzlei und durchgeführten Kampagnen)**?
5. Wie hoch waren die jeweiligen Kosten der unter Frage 1 genannten Werbe- bzw. Imagekampagnen in Thüringen und welche Ausgaben entstanden in den einzelnen Bereichen wie Planung, Produktion, Veröffentlichung und Auswertung**(bitte aufschlüsseln nach Ministerien einschließlich Staatskanzlei, durchgeführten Kampagnen und Kostenkategorien)**?

Bezeichnung der Werbe- und Imagekampagne	Jahr	Zeitraum	beauftragtes Unternehmen/ Einzelperson	Erscheinungsort	Ergebnisse und Größe des Personenkreises	Kosten				
						Gesamtsumme	Planung	Produktion	Veröffentlichung	Auswertung
Straßenbahnwerbung Nationale Naturlandschaften (hier: Mietzahlung)	2017	01.01.-31.12.2017	Ströer DSM	Straßenbahnen Jena, Erfurt	Benutzer der Straßenbahnen und Passanten					
	2018	01.01.-31.12.2018	Ströer DSM	Straßenbahnen Jena, Erfurt	Benutzer der Straßenbahnen und Passanten					
	2019									
	2020									
	2021									
	2022									
	Gesamtsumme					32.141,38 €				
Plakatkampagne anl. 20 Jahre Nationalpark Hainich 2018 (Full-Service - Komplettangebot)	2017	14.12.-31.12.2017	Ströer DSM	Hauptbahnhof Erfurt und Plakate in 9 ICE	Besucher des Hauptbahnhofes und Zugreisende					
	2018	30.05.-30.06.2018	Ströer DSM	Hauptbahnhof Erfurt	Besucher des Hauptbahnhofes					
	2019									
	2020									
	2021									
	2022									
	Gesamtsumme					71.997,45 €				
Lichtreklame für die NNL (hier: Mietzahlung)	2017									
	2018	01.01.-31.12.2018	Ströer DSM	Außenfassade Hauptbahnhof Erfurt	Besucher des Hauptbahnhofes und des Bahnhofsvorplatzes					
	2019	01.01.-31.12.2019	Ströer DSM	Außenfassade Hauptbahnhof Erfurt	Besucher des Hauptbahnhofes und des Bahnhofsvorplatzes					
	2020	01.01.-31.12.2020	Ströer DSM	Außenfassade Hauptbahnhof Erfurt	Besucher des Hauptbahnhofes und des Bahnhofsvorplatzes					
	2021	01.01.-31.12.2021	Ströer DSM	Außenfassade Hauptbahnhof Erfurt	Besucher des Hauptbahnhofes und des Bahnhofsvorplatzes					
	2022									
	Gesamtsumme					134.332,12 €				
Winter-Plakatkampagne anl. 40 Jahre Biosphäre Thüringer Wald 2019 (Full-Service - Komplettangebot)	2017									
	2018	01.12.-31.12.2018	Ströer DSM	Hauptbahnhof und Hauptverkehrsstraßen Erfurt (Road-Side-Screens)	Besucher des Hauptbahnhofes, Zugreisende, Gäste und Besucher von Erfurt					
	2019	15.04.-01.05.2019	Ströer DSM	Hauptbahnhof und Hauptverkehrsstraßen Erfurt (Road-Side-Screens), Plakate in Regionalzügen der DB Regio	Besucher des Hauptbahnhofes, Zugreisende, Gäste und Besucher von Erfurt					
	2020									
	2021									
	2022									
	Gesamtsumme					81.732,02 €				
Energiegewinner-Kampagne	2017									
	2018									
	2019	27.05. bis 05.09.2019	ThEGA	Außenwerbung (CLP, Großflächen, RSS), Anzeige Bild und TA, Online Werbung Google Ads und Facebook	bisher nicht evaluiert					
	2020									
	2021									
	2022									
	Gesamtsumme					79.224,95 €				

Kampagne „Werden Sie Artenschützer“	2017									
	2018									
	2019									
	2020	27.04. bis 23.05.2021	Agentur Fuchsteufelswild	Plakataktion und 8 Vororttermine in Thüringer Städten	bisher nicht evaluiert					
	2021									
	2022									
	Gesamtsumme						77.098,32 €			

Oberhof23 Oberhof23 Vorschaltkampagne und "Flight 1" (2021/2022)	2021	10.2021 – 12.2021	KNSK Werbeagentur GmbH (Leadagentur Landesmarketing)	Erscheinungsorte OOH (Großflächen, 18/1): Erfurt, Erleben Friedrichroda, Bad Tabarz, Waltershausen, Arnstadt, Amt Wachsenburg Ilmenau, Stadtilm, Schmalkalden, Zella-Mehlis, Schleusingen und zusätzlich Platzierungen in Hessen, Sachsen und Sachsen-Anhalt Bannerplatzierungen auf Bahnhöfen: München, Berlin, Leipzig Erscheinungsorte Printplatzierungen: Funke Medien Thüringen und Südthüringer Presse, Thüringer Allgemeine, Thüringische Landeszeitung, Freies Wort Erscheinungsorte Ambient-Media: EdgarCards, Bethupferl und Doorhänger, Verteilung in Thüringen: Bad Tabarz, Oberhof Tambach-Dietharz, Friedrichroda, Arnstadt, Zella-Mehlis, Steinbach-Hallenberg, Suhl, Gotha, Schmiedefeld, Schmalkalden, Luisenthal, Masserberg, Meiningen Digitalkampagne mit diversen Erscheinungsorten: Digitale Verlängerung der gebuchten Print-Platzierungen Themenchannel Sport mit Umfeldern, wie Beispiel ALPIN, outdoor (Digitalflight mit diversen Ad-Formaten) Social-Media: Facebook und Instagram (diverse Social-Ad-Formate) Geo/Regio-, Zielgruppen-, Daten- und Kontexttargeting mit Link auf eigene Landingpage	rund 18.000.000 Mio. Impressions / Sichtkontakte über die Laufzeit durch Personen der Zielgruppe					
		Weiterführung in 2022 von 01.2022 – 03.2022								
Oberhof23 "Flight 2" (2022/2023)	2022	11.2022 – 02.2023	KNSK Werbeagentur GmbH (Leadagentur Landesmarketing)	Erscheinungsorte TV: ARD und ZDF (TV-Spot) Erscheinungsorte ATV und CTV: RTL, Nitro, N-TV, VOX, VOXup, RTLup, RTL2, SuperRTL, Sat.1, ProSieben, Kabel Eins, Sixx, Sat.1 Gold, ProSieben Maxx, Kabel Eins Doku, Joyn, PayTV, Samsung TV Plus, Rakuten TV, relax, Netzkino, waiju, Visoon, Plex, LG Channel, Spiegel TV, dpa, Fokus TV, Cooking (TV Spot digital) Radio/Funk: MDR Jump, RADIOKOMBI Thüringen, LandesWelle Thüringen und MDR Thüringen (Radiospot) Online-Audio (Instream und Podcast, Radiospot digital) Erscheinungsorte OOH: Thüringen: Erfurt, Erleben Friedrichroda, Bad Tabarz, Waltershausen, Arnstadt, Gotha, Amt Wachsenburg, Ilmenau, Stadtilm, Schmalkalden, Zella-Mehlis, Ohrdruf, Schleusingen und zusätzlich in angrenzenden Bundesländern Hessen, Sachsen und Sachsen-Anhalt Bannerplatzierungen auf Bahnhöfe: Berlin, Leipzig, Frankfurt und Nürnberg Erscheinungsorte Printplatzierungen: BILD Thüringen, Funke Medien, Thüringen, TA und Südthüringer Presse Plus Ambient-Media Erscheinungsorte: Verteilungen in Thüringen, u. a. Suhl, Zella-Mehlis, Tambach-Dietharz, Oberhof, Schmalkalden, Arnstadt, Bad Tabarz, Masserberg, Gotha, Bad Liebenstein, Floh-Seilgental, Arnstadt, Friedrichroda, Meiningen, Dillstädt, Georgenthal (EdgarCards, Doorhänger und Treisenaufsteller) Social-Media: Facebook, Instagram, TikTok und YouTube (diverse Social-Ad-Formate sowie owned Platzierungen)	rund 104.500.000 Mio. Impressions / Sichtkontakte über die Laufzeit durch Personen der Zielgruppe					
	Gesamtsumme				rund 1.808.000 Euro brutto					
Tourismuskampagne	2017									
	2018									
	2019									
	2020									
	2021	07.2021 – 10.2021	KNSK Werbeagentur GmbH (Leadagentur Landesmarketing)	Erscheinungsorte Printplatzierungen: FAZ, FAZ Sonntagszeitung, SZ, SZ Magazin, Welt, Welt am Sonntag, GEO, GEO Saison, hygge, Walden, WollebensWelt, Outdoor, Outdoor Reisespecial, Essen&Trinken Salon, DB mobil, Wohnen&Garten, Mein schöner Garten, Lisa, Garten Spaß, Trekking, Bike&Travel, Wandern&Reisen, Camping&Reisen, e-bike Touren Digitalkampagne mit diversen Erscheinungsorten: Travel-Channel mit bergflex, marco polo, lonely planet, outdoor, dumont, t-online Reisen Urlaubsguru, etc. via AdAlliance, Google Display, HAWK, Media Impact, Republic Marketing (diverse Display Banner-Formate, Video-Pre-Roll-Ads, Native Ads) Social Media: Instagram, Facebook, Pinterest, YouTube, Erscheinungsorte OOH: Hauptbahnhof Berlin, Hauptbahnhof München, Hauptbahnhof Erfurt (Infocreens und Station Video)	rund 90.000.000 Mio. Impressions / Sichtkontakte über die Laufzeit durch Personen der Zielgruppe					
2022										
	Gesamtsumme				rund 997.000 Euro brutto					

* Hinweis: Das TMWWDG ist zuständig für das Thüringer Landesmarketing. Dieses übernimmt die übergeordnete Imagekommunikation für den Freistaat Thüringen.

