

Antwort

der Landesregierung

auf die Kleine Anfrage Nr. 3093

der Abgeordneten Steffen Kubitzki (AfD-Fraktion), Daniel Münschke (AfD-Fraktion) und Marianne Spring-Räumschüssel (AfD-Fraktion)

Drucksache 7/8483

Beendigung der Zusammenarbeit mit der Werbeagentur Ressourcenmangel bei der Imagekampagne „Die Lausitz. Krasse Gegend.“

Namens der Landesregierung beantwortet die Ministerin und Chefin der Staatskanzlei die Kleine Anfrage wie folgt:

In der Sitzung des Sonderausschusses Strukturentwicklung in der Lausitz (SLau) am 8. September 2023 in Cottbus wurde der Sachverhalt aus Sicht der AfD-Fraktion nicht ausreichend betrachtet, sodass sich einige unbeantwortete Fragen zur Zusammenarbeit zwischen der Wirtschaftsregion Lausitz GmbH (WRL) und der Werbeagentur ergeben haben. Nach Einschätzung von Herrn Jahn, Geschäftsführer der WRL, waren die fehlende Verankerung der Werbeagentur Ressourcenmangel in der Lausitzregion und die mangelnden Kenntnisse von örtlichen Gegebenheiten die Trennungsgründe.

Wir fragen die Landesregierung:

1. Wie gestalten sich die Gesamtkosten, die für die Imagekampagne „Die Lausitz. Krasse Gegend.“ von der Werbeagentur Ressourcenmangel veranschlagt wurden und welche spezifischen Dienstleistungen wurden im Gegenzug erbracht? (Bitte differenziert nach abgerechneten Leistungen und Kosten einzeln ausweisen.)

Zu Frage 1: Das Budget wird in Agentur- und Fremdleistungen eingeteilt, wobei die Agenturleistungen 40 Prozent ausmachen.

Folgende Positionen entfallen auf die Agentur (Leistungszeitraum 2022/2023):

- Marketing- und Kommunikationskonzept inkl. Fortschreibung: 49.200,- Euro
- Umsetzungsmanagement inkl. Kampagnen- und Medienplan, Marketingmaßnahmen und Kommunikation: 203.000,- Euro
- Vertragsmanagement: 9.300,- Euro
- Berichtswesen und Termine: 43.390,- Euro
- Umsetzung inkl. Mediaflights: 14.229,12 Euro

2. Welcher Anteil des ursprünglich budgetierten Kapitals für die Kampagne verbleibt noch?

Zu Frage 2: Die Kampagne wurde mit 1,6 Millionen Euro netto für die Jahre 2022 bis 2025 angesetzt. Für die Jahre 2024 und 2025 verbleibt ein Anteil von etwas mehr als 50 Prozent.

3. Wie viele Werbeagenturen haben sich insgesamt für die Imagekampagne der Kohleregion Lausitz im Rahmen der Ausschreibung beworben?

Zu Frage 3: Im Rahmen der europaweiten Ausschreibung sind insgesamt sechs Angebote eingegangen.

4. Nach welchen präzisen Kriterien wurden die Bewerber evaluiert und welche Begründungen führten schlussendlich zur Vergabe des Auftrags an die Werbeagentur Ressourcenmangel?

Zu Frage 4: Die Zuschlagskriterien wurden im Rahmen der Ausschreibung wie folgt festgelegt: 70% Konzeptskizze, 30% Wirtschaftliche Bewertung.

Die Konzeptskizze wurde bewertet nach:

- Kenntnis und Wahrnehmung der Strukturwandel-Region
- Ansätze des Leitgedankens für die Kampagne
- Medien, Kommunikationskanäle und überregionale Journalistennetzwerke
- Zielgruppendefinition
- Projektorganisation/mögliche Partner
- Darstellung und Aussagekraft der Konzeptskizze

5. Welcher Zeitrahmen wurde im ursprünglichen Vertrag mit der Werbeagentur festgelegt?

Zu Frage 5: Die Vertragslaufzeit wurde im Rahmen der Ausschreibung bis zum 31.12.2025 festgelegt.

6. Welcher Leistungsumfang war vertraglich vereinbart und welche Dienstleistungen wurden letztlich von der Agentur in Rechnung gestellt?

Zu Frage 6: Folgende Dienstleistungen wurden erfüllt und von der Agentur in Rechnung gestellt: Situationsanalyse sowie Aufstellung Marketing- und Kommunikationskonzept, Umsetzungsmanagement sowie Berichterstattung und Datenübergabe.

7. Wie ist die Struktur der einvernehmlichen Vertragsauflösung und wurden hierbei spezielle Zahlungen getätigt?

Zu Frage 7: Die Vertragsauflösung erfolgte im Rahmen der vertraglich vereinbarten Probezeit.

8. Bleibt die Werbeagentur weiterhin an der Marke „Die Lausitz. Krasse Gegend.“ beteiligt?

Zu Frage 8: Nein.

9. Welche Charakteristika weisen die zukünftigen kreativen Partner für die Realisierung der Imagekampagne auf und wie werden die Abstimmung und die Implementierung der entsprechenden Arbeitsprozesse mit der WRL praktisch koordiniert?

Zu Frage 9: In Fortschreibung des Marketing- und Kommunikationskonzeptes werden die weiteren Umsetzungsbausteine für die Kampagne konzipiert. Diese werden entsprechend ihres Umfangs ausgeschrieben, Basis werden auch hier die unter Nr. 4 genannten Kriterien bilden. Die Bewerber verfügen idealerweise über vertiefte Kenntnisse der Lausitz und der Kampagne. Die WRL nimmt hier eine steuernde und koordinierende Rolle ein.

10. Existieren bereits neue regionale Partner und welche spezifischen Aufgabenbereiche sind diesen zugeordnet?

Zu Frage 10: Nein, die Umsetzung der einzelnen Leistungsbausteine ab 2024 unterliegt dem Vergaberecht. Regionale Akteure können sich an den jeweiligen Vergabeverfahren beteiligen.