

Antwort
der Landesregierung

auf die Kleine Anfrage Nr. 274
der Abgeordneten Dennis Hohloch und Jean-Pascal Hohm
Fraktion der AfD
Landtagsdrucksache 8/638

Imagekampagne „Brandenburg. Es kann so einfach sein“ und Musikvideo „jwd – JEDER WILL DAHIN“

Namens der Landesregierung beantwortet der Minister für Wirtschaft, Arbeit, Energie und Klimaschutz die Kleine Anfrage wie folgt:

Vorbemerkungen der Fragesteller:

Im Rahmen der Kampagne „Brandenburg. Es kann so einfach sein.“ hat die Landesregierung ein Musikvideo mit dem Titel „jwd – JEDER WILL DAHIN“ des Künstlers Finch veröffentlicht.¹

Wir fragen die Landesregierung:

Vorbemerkungen der Landesregierung:

Das Musikvideo „jwd – jeder will dahin“ ist bereits im Jahr 2022 im Rahmen einer gleichnamigen Jahreskampagne des Landesmarketings produziert worden. Ausweislich der Reaktionen damals dazu in den sozialen Medien und von Daten aktuell vorliegender repräsentativer Umfragen hat die seit 2018 laufende Imagekampagne mit der Dachmarke „Brandenburg. Es kann so einfach sein.“ dazu beigetragen, dass sich die Bekanntheit, das Ansehen und die Sympathiewerte unseres Bundeslandes in Deutschland erhöht haben. Das war die aus den Koalitionsverträgen 2014 und 2019 abgeleitete Aufgabe des Landesmarketings.

Frage 1:

Wie hoch waren die Gesamtkosten für die Produktion dieses Musikvideos? Bitte eine vollständige und detaillierte Kostenaufstellung darlegen.

zu Frage 1:

Die Agentur Scholz & Friends hat für die Produktion des Videos einen Betrag in Höhe von 99.999,- € (netto) bezahlt.

Frage 2:

Wie hoch war das Honorar, das der Künstler Finch im Zuge dieses Projekts erhalten hat?

zu Frage 2:

Als sogenannte Testimonialkosten sind für Musik, Text, Arrangement und Promoting des Songs inkl. Buy-outs 100.000,- € (netto) seitens der Agentur an den Künstler gezahlt worden.

Frage 3:

Gab es eine Ausschreibung oder ein Bewerbungsverfahren für dieses Projekt?

zu Frage 3:

Die künstlerische Leistung für das Video ist nach Prüfung mehrerer Optionen auf Empfehlung und durch

¹ Vgl. <https://www.youtube.com/watch?v=7ailUoGZkxM>; letzter Abruf am 26.02.2025.

die Agentur vergeben worden. Wesentliches Kriterium der Entscheidung war die prognostizierte Wirksamkeit des Beitrages in einer jugendlichen Zielgruppe.

Frage 4:

Gab es in der Vergangenheit weitere gemeinsame Projekte mit dem Künstler Finch und gibt es bereits Pläne für weitere Projekte mit Finch?

zu Frage 4:

Nein.

Frage 5:

Welche Kosten sind seit 2018 für die Kampagne „Brandenburg. Es kann so einfach sein“ entstanden? Bitte differenziert nach Jahren und einzelnen Kostenposten ausweisen.

zu Frage 5:

Für die Kampagne „Brandenburg. Es kann so einfach sein.“ sind Kosten für die Kampagnenführung (Agentur- und Fremdkosten) wie folgt angefallen (brutto):

Jahr	Haushaltsansatz (Agentur- und Fremdkosten)	Kampagnenführung
2019:	1.000.000 €	837.722,30 €
2020:	1.000.000 €	813.683,01 €
2021:	800.000 €	648.934,70 €
2022:	800.000 €	745.284,46 €
2023:	800.000 €	685.711,97 €
2024:	800.000 €	733.429,14 €
2025:	noch offen	15.462,86 €

Das für das jeweilige Haushaltsjahr verfügbare Restbudget wurde insbesondere für die Buchung von Werbeschaltungen und Werbeflächen sowie für die Beschaffung von Werbemitteln und für die in Verantwortung des Landesmarketings liegenden obligatorischen Präsentationen des Landes Brandenburg (insb. Tag der Deutschen Einheit und BRANDENBURG-TAG) in der Regel ausgeschöpft.

Frage 6:

Welche Stelle(n) innerhalb der Ministerialverwaltung ist bzw. sind in die Kampagne eingebunden? Wer erteilt die Freigaben?

zu Frage 6:

Für die Kampagne ist die Stabsstelle Landesmarketing im MWA EK verantwortlich.

Frage 7:

Wie viele Agenturen haben an der Ausschreibung für die Entwicklung der Kampagne teilgenommen? Warum hat die Agentur Scholz & Friends den Zuschlag erhalten? Welche Leistungen umfasst der Vertrag mit der Werbeagentur?

zu Frage 7:

Beim ersten Vergabeverfahren (2017) haben 18 Unternehmen teilgenommen, bei der Folgeausschreibung (2021) waren es fünf Unternehmen.

Die Agentur Scholz & Friends hat im Vergleich zu den anderen Bewerbern insbesondere das beste kreative Herangehen gezeigt und konnte in Gänze auch in Bezug auf die für die ausgeschriebene Leistung erforderliche Fachkunde, Leistungsfähigkeit, entsprechende Referenzen sowie Kompetenz überzeugen. Scholz & Friends ist vertraglich zur Fortsetzung und zielgerichteten Erweiterung der aktuellen Kampagne des Landesmarketings als Full-Service-Agentur verpflichtet.

Frage 8:

Welche Kosten sind für Leistungen der Agentur Scholz & Friends seit 2018 entstanden? Bitte differenziert nach Jahren und einzelnen Kostenposten ausweisen.

zu Frage 8:

Für Agenturleistungen sind Kosten (netto) wie folgt angefallen:

2019: 337.300,- €

2020: 301.500,- €

2021: 141.300,- €

2022: 260.640,- €

2023: 338.669,75 €

2024: 291.584,- €

Frage 9:

Gab es im Rahmen der Kampagne Kooperationen mit weiteren Künstlern? Welche Honorare wurden ggf. gezahlt? Bitte eine vollständige und detaillierte Auflistung.

zu Frage 9:

Im Jahr 2023 gab es im Rahmen der Jahreskampagne „Schöne Orte brauchen keine schönen Namen“ eine Kooperation mit der Entertainerin und Brandenburger Bierbotschafterin Steffi Landerer. Für diese wurde ein Honorar inkl. Buyouts von 20.000,- € (netto) gezahlt.

Frage 10:

Plant die Landesregierung eine Fortsetzung der Kampagne? Welche Werbemaßnahmen werden derzeit ausgearbeitet?

zu Frage 10:

Ja. Aufgrund der vorläufigen Haushaltsführung werden derzeit jedoch nur nötige Maßnahmen im Sinne von Art. 102 LV durchgeführt, zu denen wesentlich die Aufrechterhaltung der Social-Media-Kanäle und die Vorbereitung der in Verantwortung des Landesmarketings liegenden obligatorischen Präsentationen des Landes Brandenburg, insb. die Präsentationen zum Tag der Deutschen Einheit 2025 in Saarbrücken und zum BRANDENBURG-TAG 2025 in Perleberg, gehören.