

## **Kleine Anfrage**

**des Abgeordneten Kobelt (BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN)**

**und**

## **Antwort**

**des Thüringer Ministeriums für Infrastruktur und Landwirtschaft**

### **Marketingaktivitäten ThüringenForst - Anstalt öffentlichen Rechts**

Die **Kleine Anfrage 3407** vom 16. Oktober 2018 hat folgenden Wortlaut:

In den vergangenen Monaten wurden nach meiner Kenntnis in der Thüringer Allgemeinen, in der Thüringischen Landeszeitung, in der Ostthüringer Zeitung und im Freien Wort wiederholt Anzeigen von ThüringenForst - Anstalt öffentlichen Rechts (ThüringenForst) geschaltet. Durch die bezahlte Veröffentlichung einer Anzeige in einer Zeitung verspricht sich der Auftraggeber einer Anzeigenschaltung direkt oder indirekt eine Verbesserung seines Geschäftserfolgs. Anzeigen werden entweder als einziges Werbemittel oder als Bestandteil einer integrierten kommunikationskampagne eingesetzt. Entsprechend unterschiedlich kann die Zielsetzung einer Anzeige sein.

Ich frage die Landesregierung:

1. Hat ThüringenForst ein Konzept zur Verbesserung ihres Geschäftserfolgs und wenn ja, mit welchen Zielen sowie Strategien wird dieses Konzept umgesetzt?
2. Wie hoch war das jährliche Marketing- beziehungsweise Kommunikationsbudget von ThüringenForst in den vergangenen Jahren seit der Gründung der Landesanstalt (bitte in Jahresscheiben angeben)?
3. Welche öffentlichkeitswirksamen Kampagnen (Anzeigen, Werbespots, Printmedien et cetera) von ThüringenForst hat es seit dem Jahr 2011 gegeben und welche Kosten wurden dafür im Einzelnen verausgabt (bitte Einzelkampagnen und verausgabte Kosten auflisten)?
4. Wer entscheidet über die Marketingausgaben und öffentlichkeitswirksamen Kampagnen von ThüringenForst?
5. Wie werden die Ausgabenhöhen für das Gesamtbudget und der Einzelkampagnen festgelegt?
6. Wie wurden und werden Marketingmaßnahmen für die Arbeit von ThüringenForst begründet?
7. Welche einzelnen Marketingmaßnahmen, insbesondere Anzeigen, wurden zwischen den Jahren 2014 und 2018 durchgeführt und wie hoch waren die jeweiligen Kosten (bitte nach Einzelanzeigen auflisten, Name des Erscheinungsmediums unter Angabe der jeweiligen Kosten wird erbeten)?
8. Welche Zielgruppen sollten mit den jeweiligen Marketingmaßnahmen erreicht werden?

9. Welche weiteren Anzeigen und sonstigen Marketingmaßnahmen sind im Jahr 2019 zu welchen Themen und in welchem Ausgabenumfang geplant?

Das **Thüringer Ministerium für Infrastruktur und Landwirtschaft** hat die Kleine Anfrage namens der Landesregierung mit Schreiben vom 5. Dezember 2018 wie folgt beantwortet:

Zu 1.:

Wesentliche Grundlagen für die Verbesserung des Geschäftserfolgs sind das vom Verwaltungsrat beschlossene Eckpunktepapier sowie das in Erarbeitung befindliche Ziel- und Strategiepapier "TF 2025". Im Eckpunktepapier ist unter anderem festgelegt, dass die Reduzierung des Zuführungsbetrags des Freistaats zur Erbringung hoheitlicher Leistungen durch die Anstalt öffentlichen Rechts "ThüringenForst" dem natürlichen Personalabgang folgt. Damit erfolgt ein sozialverträglicher Personalabbau ohne betriebs- und personenbedingte Kündigungen. Daneben sind alle Tätigkeitsfelder der Landesforstanstalt auf Möglichkeiten zur Effizienz- und Einnahmesteigerung zu überprüfen, laufend zu optimieren und gegebenenfalls neue einnahmewirksame Aufgaben zu akquirieren. Zusätzlich werden interne Möglichkeiten der Personalentwicklung (zum Beispiel Umschulung/Qualifizierung von Forstwirten) genutzt, um die Notwendigkeit externer Einstellungen zu minimieren.

Zu 2.:

Das Budget des Stabsbereichs "Unternehmenskommunikation/-entwicklung" der ThüringenForst - Anstalt öffentlichen Rechts umfasste in den abgeschlossenen Wirtschaftsjahren 2012 bis 2017 folgende Ausgaben:

Jahr	Ist-Ausgaben (in Euro)
2012	81.969
2013	119.545
2014	167.744
2015	219.569
2016	208.795
2017	109.550

Zu 3.:

Klassische Kampagnen wurden bisher nicht durchgeführt. Geschaltete Werbeanzeigen dienten unter anderem der Darstellung des Leistungsspektrums der ThüringenForst - Anstalt öffentlichen Rechts sowie der Bewerbung der umgestalteten Homepage, der neuen Imagefilme und der Marke Wildgut. Daneben beteiligte sich die ThüringenForst - Anstalt öffentlichen Rechts im Jahr 2013 am bundesweiten Motto "300 Jahre forstliche Nachhaltigkeit" und im Jahr 2018 an den "Deutschen Waldtagen". Die Gesamtkosten sind in der Tabelle zur Antwort auf die Frage 2 enthalten.

Auf eine weiterführende Aufschlüsselung wurde von Seiten der Landesregierung verzichtet, da dies im Rahmen der Beantwortung einer Kleinen Anfrage einen unverhältnismäßig hohen Rechercheaufwand nach sich ziehen würde.

Zu 4.:

Der Vorstand entscheidet inhaltlich und budgetseitig über die Aufgaben des Stabsbereichs "Unternehmenskommunikation/-entwicklung" (siehe Antwort auf die Frage 5).

Zu 5.:

Das Planbudget des Stabsbereichs "Unternehmenskommunikation/-entwicklung" ist summarisch im jährlichen Wirtschaftsplan der ThüringenForst - Anstalt öffentlichen Rechts enthalten. Der Wirtschaftsplan wird durch den Verwaltungsrat beschlossen.

Zu 6.:

Marketing als Begriff der Absatzwirtschaft kommt bei der ThüringenForst - Anstalt öffentlichen Rechts nur im Einzelfall, wie etwa bei der Vermarktung von Wildbret, zum Tragen. Wesentliches Ziel der Unternehmenskommunikation nach außen ist die Förderung von Verständnis und Akzeptanz in der Gesellschaft für eine nachhaltige, naturnahe Waldbewirtschaftung als Voraussetzung zur Sicherung der Nutz-, Schutz- und Erholungsfunktion der Wälder in Thüringen.

Zu 7.:

Für Anzeigen in Printmedien wurden im Zeitraum von 2014 bis 2018 Finanzmittel gemäß folgender Aufstellung verausgabt:

	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Ist-Ausgaben (in Euro)	13.000	58.374	69.434	21.397	40.645

Eine detaillierte Aufschlüsselung der Ausgaben ist der beigefügten Anlage zu entnehmen.

Zu 8.:

Siehe Antwort auf die Frage 6.

Zu 9.:

Die Frage kann aus derzeitiger Sicht nicht beantwortet werden, da die Planung für das Jahr 2019 weder abgeschlossen noch bestätigt ist.

Keller  
Ministerin

## Anlage

## Aufschlüsselung zu Frage 7

Jahr	Anzeige	Medium	Kosten in Euro
2014	Anzeige	Zeitungsgruppe Thüringen	13.000,00
2015	Anzahlung Anzeigenpaket	Zeitungsgruppe Thüringen	11.389,50
	Anzeigenpaket Endabrechnung	Zeitungsgruppe Thüringen	33.821,91
	Bildzeitung Sonderausgabe	Axel Springer	3.224,00
	Wildkatzensdorf	Wildtierland Hainich GmbH	436,14
	Schneekopftreffen	Suhler Verlagsgesellschaft	695,46
	Waldwege	Südthüringer Presse	400,00
	Waldnaturschutz	Südthüringer Presse	400,00
	Wildgut	Allgemeiner Anzeiger	480,00
	Wildgut	Mediengruppe Thüringen	7.526,90
<b>Summe 2015</b>			<b>58.373,91</b>
2016	Waldnaturschutz	Bildzeitung	1.477,98
	Wildkatzensdorf	Wildtierland Hainich GmbH	500,00
	Waldumbau	Mediengruppe Thüringen	8.629,11
	Waldtouristische Empfehlungen	Mediengruppe Thüringen	8.629,11
	Waldnaturschutz	Mediengruppe Thüringen	8.629,11
	Schneekopfgipfeltreffen	Suhler Verlagsgesellschaft	797,30
	Waldtag	Mediengruppe Thüringen	7.526,90
	Waldtag	Antenne Thüringen	10.380,00
	Waldtag	Allgemeiner Anzeiger	421,00
	Waldtag	Allgemeiner Anzeiger Ilmkreis	384,06
	Waldtag	Mediengruppe Thüringen	7.526,90
	Waldtag	Allgemeiner Anzeiger Erfurt	610,34
	Wildfleisch	Suhler Verlagsgesellschaft	3.451,35
	ThüringenForst	Mediengruppe Thüringen	7.526,90
	Wildfleisch	Allgemeiner Anzeiger	971,28
	Wildkatzensdorf	Wildtierland Hainich GmbH	934,20
	ThüringenForst	NTI	1.038,00
<b>Summe 2016</b>			<b>69.433,54</b>
2017	Grünes Herz Deutschland	Sonderteil	1.343,78
	Klimaschutz	Mediengruppe Thüringen	9.827,85
	Wandertag Eisenach	Mediengruppe Thüringen	397,45
	Allgemeinwohlbilanz	Mediengruppe Thüringen	9.827,85
<b>Summe 2017</b>			<b>21.396,93</b>
2018	Wildkatzensdorf	Wildtierland Hainich GmbH	900,00
	Bild Sondertitel "Wir in Thüringen"	Axel Springer Verlag	1.264,50
	Wildgut Bild Sonderausgabe	Axel Springer Verlag	760,00
	Schneekopf Gipfeltreffen	Südthüringer Presse plus	366,00
	bewusstSein	Südthüringer Presse plus	575,00
	Holz	FVT Fachverlag Thüringen VG	990,00
	RUN	Südthüringer Presse plus	499,00

---

<b>Jahr</b>	<b>Anzeige</b>	<b>Medium</b>	<b>Kosten in Euro</b>
	RUN Logo	Südthüringer Presse plus	99,00
	Anzeigenpaket 1	Mediengruppe Thüringen	18.047,85
	Anzeigenpaket 2	Mediengruppe Thüringen	17.143,20
<b>Summe 2018</b>			<b>40.644,55</b>