

Von: [REDACTED]@bmel.bund.de]

Gesendet: Freitag, 19. Mai 2017 13:19

An: Martin Rücker (foodwatch)

Betreff: Presseanfrage: Geschäft

Sehr geehrter Herr Rücker,  
zu Ihren Rückfragen teile ich Ihnen gerne noch folgende Informationen mit:

In den angegebenen Kosten sind sowohl die Kosten der Anzeigschaltungen als auch die Kosten für Gestaltungsleistungen enthalten. Anzeigschaltungen zu den Themen Tierwohl, Ländliche Regionen, Verbraucherinformation und Landwirtschaft wurden in folgenden Medien vorgenommen:

<b>Printmedien</b> (Themen): <ul style="list-style-type: none"><li>• Tagesspiegel (Verbraucherinfo, Tierwohl)</li><li>• Morgenpost (Verbraucherinfo, Tierwohl)</li><li>• B. Z. (Verbraucherinfo, Tierwohl)</li><li>• Bild am Sonntag (Ländliche Regionen)</li><li>• FAZ (Tierwohl)</li><li>• Die Welt (Tierwohl)</li></ul>	<p>Gesamtkosten für Schaltmaßnahmen und Gestaltung:</p> <p><b>ca.: 271.000 €</b></p>
<b>Online-Medien</b> (Themen): <ul style="list-style-type: none"><li>• IQ Digital / RoS FAZ.net, Handelsblatt.de, Sueddeutsche.de, Wirtschaftswoche.de, Zeit.de (Verbraucherinfo)</li><li>• Spiegel.de/Startseite (Tierwohl)</li><li>• Tagesspiegel.de (Verbraucherinfo)</li><li>• OMS / RoC Tageszeitungen (Ländliche Regionen)</li></ul>	
<b>Verkehrsmedien</b> (Themen): <ul style="list-style-type: none"><li>• Doppeldeckerbusse (Gute Ernährung. Starke Landwirtschaft. Lebendige Regionen.)</li></ul>	
<b>Twitter</b> (Themen: Verbraucherinfo, Tierwohl, Ländliche Regionen, Landwirtschaft)	

Eine Auflistung von Einzelbeträgen ist nicht möglich, um mögliche Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse der beteiligten Dritten zu wahren.

Mit freundlichen Grüßen

[REDACTED]  
[REDACTED]

[REDACTED]  
[REDACTED]

Pressestelle  
Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL)

Dienstsitz Berlin  
Wilhelmstr. 54, 10117 Berlin  
Fon: +49 30 / [REDACTED]  
Fax: +49 30 / [REDACTED]  
[REDACTED]@bmel.bund.de  
<http://www.bmel.de>

Sehr geehrte [REDACTED]

vielen Dank für Ihre Antwort. Würden Sie bitte noch die Details nachtragen, um die ich gebeten hatte? Ich hatte gefragt, welche Anzeigenschaltungen es zu den „Geschafft“-Motiven im Einzelnen gab? Sie hatten dies für einen Teilbereich im Zusammenhang mit einer Bürgeranfrage bereits aufgedröselnt (siehe <https://fragdenstaat.de/anfrage/werbung-geschafft-mehr-tierwohl/>).

Zudem ist mir noch nicht klar, ob die von Ihnen genannte Summe nur die Kosten der Anzeigenschaltung umfasst, wie Sie schreiben – oder die Gesamtkosten, nach denen ich gefragt hatte, also beispielsweise auch etwaige Kosten für Agentur- oder Grafikdienstleistungen enthält.

Für Ihre Mühe danke ich im Voraus.

Mit bestem Gruß

Martin Rücker

\*\*\*\*\*

martin rücker  
geschäftsführer foodwatch deutschland | executive director foodwatch germany  
t: +49 (0)30 / 24 04 76 - 0 | f: - 26 | e-mail: [martin.ruecker@foodwatch.de](mailto:martin.ruecker@foodwatch.de)  
skype: foodwatch\_mr | tw: [www.twitter.com/martinruecker](http://www.twitter.com/martinruecker)

foodwatch e.v. | brunnenstr. 181 | 10119 berlin | germany | [www.foodwatch.de](http://www.foodwatch.de)  
eingetragener verein | sitz berlin | vr 21908 nz ag charlottenburg | vorstand: dr. thilo bode, martin rücker

\*\*\*\*\*

Sehr geehrter Herr Rücker,

bitte entschuldigen Sie zunächst die Verzögerung der Antwort, die durch ein Büroversehen entstand. Zu Ihren Fragen kann ich Ihnen mitteilen, dass es sich um eine Anzeigenschaltung, keine Kampagne, aus Anlass der Grünen Woche gehandelt hat. Die Gesamtsumme rund um und für die gesamte Schaltung beläuft sich auf ca. **271.000 €**.

Mit freundlichen Grüßen

[REDACTED]  
[REDACTED]

[REDACTED]  
[REDACTED]

Pressestelle  
Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL)

Dienstsitz Berlin  
Wilhelmstr. 54, 10117 Berlin  
Fon: +49 30 / [REDACTED]  
Fax: +49 30 / [REDACTED]  
[REDACTED]@bmel.bund.de  
<http://www.bmel.de>

---

**Von:** Martin Rücker (foodwatch) [<mailto:martin.ruecker@foodwatch.de>]  
**Gesendet:** Mittwoch, 3. Mai 2017 16:05  
**An:** Pressestelle BMEL  
**Betreff:** "Geschafft"-Kampagne

Sehr geehrter Herr [REDACTED]

auf seiner Internetseite wirbt das BMEL mit Texten und Motiven unter dem Motto „Geschafft“ für seine bisherige Bilanz. Zu dieser Kampagne habe ich die folgenden Fragen:

1. Ein Motiv der Kampagne „Geschafft“ zum Thema Tierhaltung wurde anlässlich der Vorstellung des Tierwohl-Siegels auf der Startseite von Spiegel Online als Bannerwerbung geschaltet. Welche Anzeigenschaltungen gab es insgesamt im Rahmen der „Geschafft“-Darstellungen (Plakatwerbung, Medienschalungen)?
2. Auf welche Summe belaufen sich die verwendeten Gesamtmittel für diese Initiative (einschließlich etwaiger Grafik- bzw. Agenturkosten, Dienstleister, Anzeigenschaltungen etc.)?

Für eine Auskunft bis zum 10. Mai 2017 danke ich Ihnen im Voraus.

Mit freundlichem Gruß

Martin Rücker

\*\*\*\*\*

martin rücker  
geschäftsführer foodwatch deutschland | executive director foodwatch germany  
t: +49 (0)30 / 24 04 76 - 0 | f: - 26 | e-mail: [martin.ruecker@foodwatch.de](mailto:martin.ruecker@foodwatch.de)  
skype: foodwatch\_mr | tw: [www.twitter.com/martinruecker](http://www.twitter.com/martinruecker)

foodwatch e.v. | brunnenstr. 181 | 10119 berlin | germany | [www.foodwatch.de](http://www.foodwatch.de)  
eingetragener verein | sitz berlin | vr 21908 nz ag charlottenburg | vorstand: dr. thilo bode, martin rücker

\*\*\*\*\*