

Presse-Info zur Pressekonferenz am 26.09.2018

Zeitlicher Verlauf seit Einreichung der Interpellation zur Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Staatsregierung

- **23.01.2017:** Eingang der Interpellation beim Landtagsamt.
- **09.03.2017:** Die Staatskanzlei teilt per Schreiben dem Landtagsamt mit, dass sie die federführende Beantwortung übernimmt. In diesem Schreiben wurde noch kein genauer Zeitpunkt für die Bearbeitung genannt.
- **05.07.2017:** Auf Hinweis der Staatsregierung zum großen Umfang der Interpellation findet ein Gespräch in der Staatskanzlei zur „Nachschärfung“ der Fragen statt.
- **02.08.2017:** In einem weiteren Gespräch wurde in beiderseitigem Einvernehmen der Fragenkatalog so eingegrenzt, dass seitens der Staatskanzlei eine Bearbeitung innerhalb eines Jahres als machbar beschrieben worden ist. Die FREIEN WÄHLER erklären sich bereit, auf entsprechenden Hinweis weitere Streichungen bzw. Eingrenzungen vorzunehmen.
- **05.09.2017:** Mit Schreiben an das Landtagsamt wird eine Beantwortung bis zum 15.06.2018 in Aussicht gestellt – unter der Prämisse, „dass der Staatskanzlei bis dahin die zur Beantwortung erforderlichen und in Abstimmung mit allen Ressorts aufwändig zu ermittelnden Daten rechtzeitig zur Verfügung stehen.“
- **29.05.2018:** Die Staatskanzlei teilt schriftlich mit, dass aufgrund umfangreichen Abstimmungsbedarfs eine Beantwortung der Interpellation bis zum 14.09.2018 „angestrebt“ werde.
- **Anfang September 2018:** Auf telefonische Nachfrage hin wird von der Staatskanzlei mitgeteilt, dass man unter „Hochdruck“ an der Interpellation arbeite, diese kurz vor der Fertigstellung stünde und man hoffnungsfroh sei, sie zum 14.09.2018 vorzulegen.
- **11.09.2018:** In einem Telefonat wird Prof. Dr. Michael Piazzolo mitgeteilt, dass der vereinbarte Termin trotz Fertigstellung nicht eingehalten werden könne. Es bedürfe noch eines Korrekturdurchlaufs und der Behandlung im Kabinett. Damit ist eine nach der Geschäftsordnung vorgesehene Behandlung im Plenum nicht mehr möglich und den Ergebnissen der Interpellation die Aufmerksamkeit entzogen.
- **19.09.2018:** Per Mail stellt die Staatskanzlei eine schriftliche Beantwortung für den 25.10.2018 in Aussicht. Dieser Termin liegt nach der Landtagswahl, aber noch vor Beendigung der Legislaturperiode.

Pressekontakt:

Der Pressesprecher der **FREIE WÄHLER LANDTAGSFRAKTION** im Bayerischen Landtag
Dirk Oberjasper, Maximilianeum, 81627 München
Tel.: +49 (0) 89 / 41 26 – 29 41, Dirk.Oberjasper@FW-Landtag.de

Tischvorlage zur Pressekonferenz am 26.09.2018

FREIE WÄHLER: Kritik am Umgang der Regierung Söder mit Interpellation zur Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Staatsregierung

Die Bevölkerung umfassend und wahrheitsgemäß über das eigene Handeln sowie Zukunftspläne zu informieren – das sollte für eine Regierung stete Selbstverpflichtung sein. Auch der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Bayerischen Staatsregierung kommt diese wichtige Rolle zu – zusätzlich zu ihren Informations- und Auskunftspflichten gegenüber dem Bayerischen Landtag. Doch die Realität sieht oft anders aus.

„Die Kommunikation der Staatsregierung und ihrer Ministerien scheint immer mehr der persönlichen Selbstdarstellung von Ministern und Staatssekretären zu dienen“, so die Wahrnehmung des FREIE WÄHLER-Landtagsabgeordneten und medienpolitischen Fraktionssprechers **Prof. Dr. Michael Piazzolo**. „Eine sachliche Vermittlung von Regierungsarbeit tritt dabei immer weiter in den Hintergrund. Oftmals entsteht der Eindruck, dass letztlich die gesamte öffentliche Kommunikation dazu dient, die CSU und deren Protagonisten als alleinig staatstragende Partei und politisch wirksame Macht in Bayern zu vermitteln. **Im Zentrum der von uns nachgefragten Vorfälle stand und steht der damalige Finanzminister und heutige Ministerpräsident Markus Söder**. Er ist dabei zwar nicht das einzige Kabinettsmitglied, das mit überbordender Außendarstellung die Grenzen zwischen Regierungshandeln und Parteiwerbung austestet. Aber Ministerpräsident Söder hat seine mediale Schlagzahl seit der Amtsübernahme nochmals deutlich gesteigert. – Und **seine amtierende Regierung hat nun auch wesentlich die eingetretene Verzögerung und Hinhalte-taktik bei der Beantwortung unserer Fragen zu verantworten.**“

In einer großen Anfrage – einer sogenannten Interpellation – verlangten die FREIEN WÄHLER deshalb bereits im Januar 2017 Auskunft zur Praxis der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (PRÖA) der Bayerischen Staatsregierung sowie deren Ministerien.

I. Die These

Die Bayerische Staatsregierung hat durch die weitreichenden PRÖA-Etats aus dem Staatshaushalt und durch die Art und Weise ihrer Handhabung entscheidende kommunikative und werbliche Vorteile gegenüber den Parteien der Opposition sowie auch gegenüber den Oppositionsfraktionen im Landtag. Dies ist so durch die in der Bayerischen Verfassung verankerte Gewaltenteilung nicht vorgesehen.

II. Die Anhaltspunkte

Dies zeigt sich vordergründig durch eine immer weiter zunehmende, stark personalisierte Kommunikationsarbeit der Staatsregierung und ihrer Ministerien.

Dazu werden nachfolgend einige Fallbeispiele oder symptomatische Muster aufgezeigt, die sich teils als objektiv belegbar, teils aber auch nur in der Außenwahrnehmung als negativ oder überzogene Nutzung öffentlicher Mittel für das Persönlichkeits- und Parteienmarketing erweisen.

Staatsregierung allgemein

- ***Ehrungen, Auszeichnung und Preise***
Durch eine wahre Flut an Ehrungen, Auszeichnungen und Preisen werden vielfach medienwirksame Termine generiert, bei denen sich vor allem Mandatsträger und Politiker der CSU öffentlich in Szene setzen.
- ***Kongresse, Messen, Ausstellungen und Festveranstaltungen***
Hinzu kommen zahlreiche Kongresse, Messen, Ausstellungen und Festveranstaltungen, bei denen sich sowohl die offiziellen Vertreter der Staatsregierung aber auch viele regionale Mandatsträger und Politiker der CSU durch Redebeiträge, Grußworte, Empfänge, usw. öffentlichkeitswirksam betätigen.
- ***Finanzmittel und PRÖA-Etats***
Neben den direkten Haushaltstiteln für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, die für die Staatsregierung wie auch jedes Ministerium separat vorhanden sind, verfügen Staatsregierung und Ministerien sowie teilweise assoziierte Behörden und Staatsbetriebe über zahlreiche weitere Haushaltsmittel, mit denen presse- und öffentlichkeitswirksam sowohl Kommunikation als auch Selbst- und Außendarstellung betrieben wird.
- ***Externe Berater, Staatsbetriebe, Institutionen der Staatsregierung***
Multipliziert wird die PRÖA nicht selten auch durch nicht direkt zur Staatsregierung bzw. den Ministerien gehörende Organisationen, wie staatliche Betriebe und Institutionen. Diese verfügen meist zusätzlich über ein großes Portfolio an Kommunikationsplattformen und Mittel zur Selbst- sowie Außendarstellung, das unterstützend zur direkten PRÖA zum Einsatz kommt. Nicht selten treten hier werbewirksam Minister und Staatssekretäre als Protagonisten – in eigener Sache – auf.

Umgekehrt ist beispielsweise die gesamte Corporate Identity (CI) und auch das mediale Auftreten der CSU erheblich mit Symbolen des Freistaats Bayern „aufgeladen“ und in der Außenwirkung dem Auftritt der Staatsregierung angepasst. Auf diese Weise wird hier schon rein kommunikativ das Bild einer „staatstragenden“ Partei erzeugt.

Fallbeispiele aus dem Finanzministerium

Das Staatsministerium für Finanzen & Heimat war seinerzeit besonders hervorstechen. Nach dem Wechsel an der Spitze der Staatsregierung zeigt sich nun die Staatskanzlei mit dem Regierungschef Markus Söder nach Wahrnehmung der FREIEN WÄHLER besonders aktiv, wenn es darum geht, den Ministerpräsidenten medienwirksam bei allen möglichen Gelegenheiten in Szene zu setzen.

In der Interpellation wurden unter anderem folgende Veranstaltungen und Initiativen beispielhaft angeführt und hinterfragt, die offenbar mehr dem Persönlichkeitsmarketing und der Selbstdarstellung des Amtsinhabers nützen sollten, als sachlicher Informationsvermittlung in Kernbereichen der Ministeriumsressorts zu dienen:

Finanzen & Heimat

- **Pressearbeit und -Mitteilungen**
Schon in diesem Bereich ist extrem auffällig, dass weniger die sachliche Informationsarbeit über Themen aus dem Geschäftsbereich des Finanzministeriums im Mittelpunkt der Presse- und Medienarbeit zu stehen scheint. Vielmehr dient auch dies wohl vor allem dem Persönlichkeitsmarketing des Finanzministers. Als Beispiel seien nur die Einträge zu den Pressemitteilungen (*bis zu zehn Stück an einem Tag, zum Beispiel am 13. Juli 2016*) im Online-Archiv des Finanzministeriums genannt, die in der Mehrzahl direkt mit dem Namen des amtierenden Finanzministers „Söder ...“ eingeleitet werden.
- **Heimat-Veranstaltungen**
Mit diversen Veranstaltungen (Ehrungen, regionale Preise, Heimat-Empfänge, usw.) nutzt Finanzminister Söder den erst jüngst neu hinzu gewonnenen Geschäftsbereich „Heimat“ reichlich, um sich landesweit und besonders auch regional in Szene zu setzen.
- **Internet-Auftritt**
Bei diesem geht der amtierende Finanzminister sogar soweit, dass seine persönliche Webadresse (www.markus-soeder.de) direkt und umgehend auf die offizielle Internetseite seines Ministerprofils im Internetauftritt des Bayerischen Finanzministeriums umgeleitet wird.
- **Maibockanstich mit dem Hofbräuhaus**
Von einer ehemals eher „internen“ Veranstaltung für Mitarbeiter, Kunden und Geschäftspartner des zum Geschäftsbereich des Finanzministeriums gehö-

renden Hofbräuhauses hat sich dies besonders unter dem aktuellen Finanzminister Söder zu einem öffentlichen Medienevent in Form eines zweiten „Nockherberg“

gewandelt - bei dem sich der Minister selbst in Szene setzt und sein Persönlichkeitsmarketing damit medienwirksam unterstützt.

Vergleich mit anderen Regierungen/Ministerien

Im subjektiven Vergleich erscheint das Presse- und Öffentlichkeitsmarketing in zahlreichen anderen Bundesländern wesentlich zurückhaltender und auf Sachlichkeit fokussiert.

- So sind etwa Pressemitteilungen der Regierung in Baden-Württemberg deutlich sachlicher geprägt und pflegen weniger Personenkult als in Bayern.
- Sachsen: Neben einzelnen Ministeriumspresesprechern wird hier die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit weitgehend über einen zentralen Online-Medienservice geleistet. Das Landesportal gibt durchgängig eine einheitlich aufgebaute Online-CI vor.
- Auch etwa Thüringen, das Saarland oder Niedersachsen setzen auf einheitliche Online-Portale der Landesregierung und ihrer Ministerien/Institutionen, was ein einseitiges Persönlichkeitsmarketing zumindest deutlich erschwert.
- Es gibt aber auch in Bayern Ministerien, die zum Beispiel online deutlich zurückhaltender agieren, etwa das Kultusministerium oder das Justizministerium.

Besonders auffallend ist dies im direkten Vergleich zu den oben genannten Beispielen des ehemaligen Finanzministers und jetzigen Ministerpräsidenten. Hier kann man durchaus berechtigt annehmen, dass insbesondere das „Schaulaufen im Wahlkampf“ um das höchste Staatsamt auch die Öffentlichkeitsarbeit der Staatsregierung erheblich beeinflusst.

III. Die Ziele: Interpellation, Debatte, Selbstbeschränkung durch Compliance

Mit der 2017 eingereichten Interpellation ging es den FREIEN WÄHLERN nicht darum, einer Regierung das Recht auf eine intensive Öffentlichkeits- und Pressearbeit abzuspochen. Im Gegenteil: Wie eingangs erwähnt haben insbesondere das Volk aber auch das Parlament einen Anspruch darauf, jederzeit umfassend, wahrheitsgemäß und zeitnah über politische Aktivitäten der Regierenden informiert zu werden.

Allerdings wollen und wollten die FREIEN WÄHLER eine öffentliche Debatte anstoßen, um:

- die sachlichen, finanziellen sowie politisch-moralischen Grenzen von Regierungsmarketing und Informationsarbeit aufzuzeigen
- die Chancen- und Waffengleichheit auf diesem zunehmend entscheidender werdenden Feld zwischen Regierung/Regierungspartei und parlamentarischer wie außerparlamentarischer Opposition und deren Parteien (wieder) herzustellen
- die Diskussion um eine künstliche Abgrenzung zwischen Parteifunktionen einerseits sowie politischen Mandaten und durch Politiker besetzte Staatsorgane andererseits anzuregen: Was ist notwendig und was eventuell überflüssig?
- eine Beschränkung von in öffentlichen Ämtern agierenden Politikern bei deren Selbstvermarktung – mit Mitteln und Möglichkeiten eben dieser öffentlichen Ämter – zu erreichen
- Verschränkungen zwischen Regierungen und den die Regierungen stellenden Parteien aufzuzeigen und auch hier Grenzen und Auflagen zu definieren. Die Wirtschaft und viele Verbände haben mit der Formulierung von Compliance-Regeln schon gewisse, aus Sicht der FREIEN WÄHLER nachahmenswerte Standards gesetzt.

Pressekontakt:

Der Pressesprecher der **FREIE WÄHLER** Landtagsfraktion im Bayerischen Landtag
Dirk Oberjasper, Maximilianeum, 81627 München
Tel. 089 / 4126 - 2941, dirk.oberjasper@fw-landtag.de