



Bundestagsfraktionen horten Steuergeld

Die vom Steuerzahler zu 100 % finanzierten Bundestagsfraktionen legen immer mehr Steuergeld zur Seite. Rund 126 Mio. Euro erhielten die 6 Fraktionen vergangenes Jahr aus dem Staatshaushalt zur Finanzierung ihrer laufenden Ausgaben. Laut aktuellem Bundestagsbericht war dies mehr als unnötig, denn alle Fraktionen erwirtschafteten Überschüsse – in Summe mehr als 13 Mio. Euro. Diese Entwicklung ist seit Jahren zu beobachten – die Fraktionen sind zu Lasten der Steuerzahler chronisch überfinanziert.

Die Folge: Inzwischen weisen die Bilanzen der 6 Fraktionen Geldbestände von rund 97 Mio. Euro aus! Das entspricht mehr als Drei Viertel der jährlichen Zuwendungen aus dem Staatshaushalt, der in den vergangenen Jahren zugleich mit Schulden in Rekordhöhe finanziert werden musste – eine paradoxe Situation. Alle Fraktionen sind aufgefordert, die Zuwendungsregeln zu reformieren und einen Sparbeitrag zur Sanierung des Bundesetats zu leisten! *Sebastian Panknin, s.panknin@steuerzahler.de*

Mit einer Werbekampagne auf den grünen Zweig

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) behauptet in einer Werbekampagne selbstsicher: „Wer, wenn nicht hier: Deutschland kann Grüne Industrie.“ Dabei fällt auf: Das „G“ in „Grüne Industrie“ schreibt das Ministerium im Titel des Spots groß, obwohl grüne Industrie kein stehender Begriff ist. Die Nähe zum Parteinamen des Wirtschaftsministers ist umso unübersehbarer – ehemals auch auf der Webseite der Werbekampagne. Dort sind die „g“s mittlerweile klein geschrieben, nachdem der BdSt nachgefragt und Antwort bekommen hat: „Auf der Webseite der Kampagne hat sich in der Tat in der von Ihnen angesprochenen Zeile ein Fehler eingeschlichen, der bereits angepasst wurde.“ Ein Schelm, wer Böses denkt? „Das Wort „grün“ steht dabei für Klimaneutralität und hat keinerlei parteipolitische Konnotation.“

Auf YouTube geschaltet war er für dreieinhalb Wochen, vom 21. Juli bis zum 14. August. „Das Budget für die Ausspielung des Films auf verschiedenen Kanälen beträgt insgesamt 286.048 € netto“, so das Ministerium. „Die Kurationskosten (einschl. Filmkonzept) betragen rund 317.000 Euro.“ Davon entfielen knapp 160.000 Euro auf die Produktion des 20 Sekunden dauernden Filmchens. Native Klicks, die nicht von einer bezahlten Ausspielung herrühren, hat es auf dem Kanal des BMWK knapp 1.000. Auch die Ausstrahlung im TV sowie digitale und analoge Außenwerbung, die Schaltung als Online-Werbung und zahlreiche Printanzeigen gehören zur Maßnahme. Das Gesamtbudget der Kampagne beträgt 5 Mio. Euro, eine Auswertung der Zahlen liege noch nicht vor.



Und wofür das alles? Um „die Transformation der Industrie zu thematisieren“. So richte sich die Kampagne – wohlgernekt ohne farbenpolitische Implikationen – an „die interessierte Öffentlichkeit sowie Industriebetriebe, die zu weiteren Schritten der Dekarbonisierung ermutigt werden sollen“. Aber mal ehrlich: Dass ein Entscheider aus der Industrie einen Werbespot auf YouTube sieht und dann die Dekarbonisierung ernster nimmt, darf getrost bezweifelt werden. Hat die Kampagne doch ideologische Hintergedanken? *Lorenzo Zimmer, l.zimmer@steuerzahler.de*