



# HESSISCHER LANDTAG

30. 11. 2017

## **Kleine Anfrage**

**des Abg. Dr. h.c. Hahn (FDP) vom 18.10.2017**

**betreffend Respektkampagne**

**und**

**Antwort**

**des Chefs der Staatskanzlei**

### **Vorbemerkung des Chefs der Staatskanzlei:**

Die Hessische Landesregierung hat das Jahr 2017 zum "Jahr des Respekts" ausgerufen und wirbt mit konkreten Projekten in allen gesellschaftlichen Bereichen für mehr Respekt im gegenseitigen Umgang. Kooperationspartner der Projekte sind unter anderem die Verkehrsverbünde RMV, VRN und NVV, die Initiative "Sicher unterwegs in Hessen" mit ihren Partnern, der Landessportbund und die Sportjugend Hessen sowie die Landesanstalt für den privaten Rundfunk und neue Medien (LPR Hessen). Als Medienpartner fungieren die Verlagsgruppe Rhein Main, Hit Radio FFH und der Hessische Rundfunk (Fernsehen). Prominente Patin der Kampagne ist Nele Neuhaus mit ihrer Stiftung.

Durch die Förderung von anderen Institutionen und ihren Respektprojekten als "Orte des Respekts" und die Auszeichnung von "Menschen des Respekts" wird die Initiative breit in die Gesellschaft getragen. Ziel ist es, ein Bewusstsein zu schaffen, für einen respekt- und rücksichtsvolleren Umgang zu werben und gleichzeitig auch, die vielfältigen, positiven Beispiele für ein gutes Miteinander sichtbar zu machen. Die Initiative "Hessen lebt Respekt" soll so ein nachhaltiges Zeichen setzen für mehr Achtsamkeit, Toleranz und Fairness in unserem Bundesland.

Diese Vorbemerkungen vorangestellt, beantworte ich die Kleine Anfrage wie folgt:

Frage 1. Welche Mittel stehen insgesamt für die Durchführung der Respektkampagne addiert in allen Haushaltsjahren der Durchführung bereit?

Für die Respektkampagne ist ein Budget von insgesamt 800.000 € veranschlagt worden.

Frage 2. Gibt es eine Begleitung durch eine Agentur?

Für die gestalterische Begleitung der Kampagne wurde die Agentur Metropress GmbH & Co. KG beauftragt, für den Bereich der Online-Medien die INIT AG für digitale Kommunikation.

Frage 3. Wurde für die Beteiligung einer Agentur eine Ausschreibung oder ein Wettbewerbsverfahren vorgenommen?

Aufgrund des geschätzten Auftragsvolumens wurde im März/April 2016 als Vergabeverfahren eine freihändige Vergabe unter Einbeziehung von mindestens fünf Vergleichsangeboten gem. § 10 HVTG i.V.m. § 15 HVTG gewählt.

Die Beauftragung für die Umsetzung der Online-Medien erfolgte auf Basis eines Rahmenvertrages des Landes mit der INIT AG für digitale Kommunikation.

Frage 4. Wenn ja, wie lief dieses ab? Und wie viele Beteiligte gab es?  
Wer hat den Zuschlag bekommen?

Um ein breiteres Angebotsspektrum im Rahmen der freihändigen Vergabe für die gestalterischen Maßnahmen zu erhalten, wurden insgesamt acht Agenturen um die Abgabe eines Angebo-

tes gebeten (davon drei mit Sitz außerhalb von Wiesbaden). Die Angebotsaufforderung und das Leistungsverzeichnis wurde in Zusammenarbeit mit der Rechtsabteilung der Staatskanzlei erstellt und die Zentrale Beschaffungsstelle der OFD (HCC-ZB) beteiligt. Diese hat nach Abschluss des Verfahrens auch den Vergabevermerk und das Vergabevorblatt erhalten.

Die Aufforderung zur Angebotsabgabe wurde am 4. März 2016 per E-Mail und Post zunächst an sechs Agenturen gesendet, die mit Frist zum 17. März 2016 ihr Angebot nach Maßgabe des beigefügten Leistungsverzeichnisses sowie der Besonderen Vertragsbedingungen des Landes Hessen und der Zusätzlichen Vertragsbedingungen einreichen konnten. Aufgrund der schriftlichen Absage durch zwei Agenturen erfolgte zur Wahrung einer ausreichenden Angebotsauswahl umgehend eine Angebotsaufforderung an zwei weitere Agenturen unter Einräumung des gleichen Zeitraums zur Angebotserstellung.

Von den acht angeschriebenen Agenturen haben fünf frist- und formgerecht ein Angebot eingereicht und drei auf eine Angebotsabgabe verzichtet. Aufgrund der Prüfung und Auswertung der eingereichten Angebote wurden drei Agenturen zu einem Präsentationstermin am 29. März 2016 eingeladen und um Erläuterung ihrer Angebote gebeten. Das Vergabeverfahren wurde mit dem Zuschlag an die Agentur Metropress GmbH & Co. KG abgeschlossen, da das Angebot im Gesamtergebnis als bestes eingestuft wurde.

Frage 5. Kann die Landesregierung ausschließen, dass Ideen aus dem Wettbewerbsverfahren in der Durchführung der Kampagne übernommen wurden, ohne dass es dafür ein Honorar an den Ideengeber gegeben hat?

Die Kampagne "Hessen lebt Respekt" baut auf vielfältigen Kommunikationsmaßnahmen und Projekten auf, zu denen u.a. zwei Schülermedienprojekte, Veranstaltungen und Aktionen zum Thema "Respekt im Sport", Kampagnen zur Rücksichtnahme im Straßenverkehr und ÖPNV, eine Dialogreihe zu Integrationserfolgen ("Löwen im Herz"), das Förderprogramm "Orte des Respekts" und die Auszeichnung von "Menschen des Respekts" zählen. Im Fokus stehen dabei insbesondere positive Beispiele des Respekts im persönlichen Verhalten, im gemeinschaftlichen Engagement und im alltäglichen Miteinander, die angeregt und verstärkt werden sollen.

Die im Rahmen der Kampagne "Hessen lebt Respekt" entwickelten und umgesetzten Projekte bilden dabei einen breiten Bereich gesellschaftlicher Themenfelder ab. Auf Ideen aus dem Wettbewerbsverfahren wurde dabei kein Bezug genommen, sondern die Projektideen in der Staatskanzlei und im Austausch mit den beteiligten Ressorts und Kooperations- und Medienpartnern entwickelt. Aufgrund der gesellschaftlichen Relevanz der Thematik und den bereits bestehenden, vielfältigen Aktivitäten unterschiedlicher gesellschaftlicher Akteure (siehe z.B. Maßnahmen der Bildungs- und Demokratieförderung, Schreib- und Medienwettbewerbe, Kampagnen für Toleranz oder Rücksichtnahme im Straßenverkehr) sind Einflüsse aus anderen Bereichen aber nicht grundsätzlich auszuschließen.

Frage 6. Gab es, wie in der Wirtschaft durchaus üblich, Honorare für erfolgte Wettbewerbspräsentationen?

Für die am 29. März 2016 erfolgte Präsentation der Angebote im Rahmen des Wettbewerbsverfahrens wurde den drei eingeladenen Agenturen in Abwägung des Aufwands und Auftragsvolumens sowie mit Blick auf ein kostenbewusstes Vorgehen kein Honorar gewährt. Die angeschriebenen Agenturen wurden bereits im Schreiben zur Angebotsaufforderung darauf hingewiesen, dass eine Vergütung für die Präsentation nicht gezahlt wird. Insofern stand es jeder Agentur frei, unter diesen Bedingungen ein Angebot abzugeben oder nicht.

Wiesbaden, 28. November 2017

**Axel Wintermeyer**