

**Kleine Anfrage zur schriftlichen Beantwortung  
gemäß § 46 Abs. 1 GO LT  
mit Antwort der Landesregierung**

Anfrage des Abgeordneten Christopher Emden (AfD)

Antwort des Niedersächsischen Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit, Verkehr und Digitalisierung namens der Landesregierung

**Werbemaßnahmen der Landesregierung**

Anfrage des Abgeordneten Christopher Emden (AfD), eingegangen am 30.03.2020 - Drs. 18/6223 an die Staatskanzlei übersandt am 07.04.2020

Antwort des Niedersächsischen Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit, Verkehr und Digitalisierung namens der Landesregierung vom 15.06.2020

**Vorbemerkung des Abgeordneten**

Regelmäßig bewirbt die Landesregierung ihre Arbeit und informiert die Öffentlichkeit über ihre Arbeit.

**1. Wie hoch waren die Ausgaben der Landesregierung für Werbemaßnahmen in den letzten zehn Jahren? Wofür genau wurden sie aufgewendet (bitte nach Art der Werbemaßnahme, Ministerium und Jahren aufschlüsseln)?**

Als Werbemaßnahmen im Sinne dieser Anfrage werden solche Maßnahmen verstanden, die der allgemeinen Imagebildung des Landes und nicht schwerpunktmäßig der Vermittlung von fachbezogenen Informationen dienen. Die von den Ministerien und der Staatskanzlei selbst durchgeführten Maßnahmen wurden vier Arten von Werbemaßnahmen zugordnet: Publikationen, Onlinevermarktung, Veranstaltungen, Entwicklung von grundsätzlichen Marketinginstrumenten.

Im Zeitraum 2010 bis 2019 wurden von den Ministerien, die Werbemaßnahmen durchgeführt haben, und der Staatskanzlei insgesamt etwa 3.564.753 Euro verausgabt. Die detaillierten Angaben sind in der **Anlage 1** aufgeführt.

**2. Welche Werbeagenturen sind in den letzten zehn Jahren von der Landesregierung beauftragt worden und für welche Leistungen?**

**3. Sind die beauftragten Werbeagenturen jeweils in einem Ausschreibungsverfahren ermittelt worden, oder haben auch freihändige Vergaben stattgefunden? Wenn ja: Bitte die Gründe und Anzahl der freihändigen Vergaben benennen.**

Die Fragen 2 und 3 werden aufgrund des Sachzusammenhanges gemeinsam beantwortet, und es wird hierfür auf die **Anlage 2** verwiesen.

\*) Die Drucksache 18/6717 - verteilt am 17.06.2020 - ist durch diese Fassung zu ersetzen.

1. Der in der Antwort zu Frage 1 in Abs. 2 Satz 1 genannte insgesamt verausgabte Betrag hat sich erhöht auf 3 564 753 Euro.
2. In der Anlage 1 zur Antwort auf Frage 1 ist der Tabelle des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit, Verkehr und Digitalisierung eine neue Zeile für die Werbemaßnahme „Die Sieben-Städte-Tour“ eingefügt worden, die in der Jahresspalte 2015 einen Betrag von 573 545,10 Euro nennt. Dadurch erhöhen sich die genannte Gesamtsumme für das Jahr 2015 auf 624 707,97 Euro und die Gesamtsumme für den Zehn-Jahreszeitraum auf 1 757 588,74 Euro.
3. In der Anlage 2 zur Antwort auf die Fragen 2 und 3 sind der Tabelle des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit, Verkehr und Digitalisierung insgesamt sieben neue Zeilen für die Werbeagenturen RadioCom Nord GmbH, AGIR-Werbe GmbH & Co. KG, Ströer Deutsche Städte Medien GmbH, Lüneburg Marketing GmbH, Neubert Werbung Limited & Co.KG und zweimal CITA Film GbR für das Jahr 2015 eingefügt worden.

**4. Plant die Landesregierung derzeit weitere Werbemaßnahmen und, wenn ja, welche und in welcher Höhe (bitte nach Ministerien aufschlüsseln)?**

Zur Beantwortung wird auf die **Anlage 3** verwiesen.

**5. Wie bewertet die Landesregierung den Nutzen der durchgeführten Werbemaßnahmen?**

Die von der Landesregierung durchgeführten Werbemaßnahmen haben und leisten insgesamt einen positiven Beitrag, um das allgemeine Image des Landes Niedersachsen in der Öffentlichkeit positiv zu gestalten.

Anlage 1 zur Antwort der Frage 1 der KA 18/06223  
 "Werbemaßnahmen der Landesregierung"  
 des Abgeordneten Christopher Emden (AfD)

Ressort: Nds. Staatskanzlei

Art der Werbemaßnahme (Maßnahmengruppe)	Gesamtsumme/Jahr (Bruttobeträge)									
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Publikationen (z.B. Broschüren, Flyer, Anzeigen - Print/Digital)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	22.520,00 €	2.790,00 €	3.116,00 €	0,00 €
Entwicklung von grundsätzlichen Marketinginstrumenten (z.B. Claimentwicklung)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	46.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
<b>Gesamtsumme der einzelnen Jahre</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>68.520,00 €</b>	<b>2.790,00 €</b>	<b>3.116,00 €</b>	<b>0,00 €</b>

**Gesamtsumme 10 Jahreszeitraum** 74.426,00 €

Ressort: Niedersächsisches Ministerium für Inneres und Sport

Art der Werbemaßnahme (Maßnahmengruppe)	Gesamtsumme/Jahr (Bruttobeträge)									
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Publikationen (z.B. Broschüren, Flyer, Anzeigen - Print/Digital)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	2.119,00 €	14.545,00 €	9.996,00 €	840,00 €	17.584,15 €	7.389,20 €
Entwicklung von grundsätzlichen Marketinginstrumenten (z.B. Claimentwicklung)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	6.794,90 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	21.090,00 €
<b>Gesamtsumme der einzelnen Jahre</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>6.794,90 €</b>	<b>2.119,00 €</b>	<b>14.545,00 €</b>	<b>9.996,00 €</b>	<b>840,00 €</b>	<b>17.584,15 €</b>	<b>28.479,20 €</b>

**Gesamtsumme 10 Jahreszeitraum** 80.358,25 €

Ressort: Niedersächsisches Ministerium für Wissenschaft und Kultur

Art der Werbemaßnahme (Maßnahmengruppe)	Gesamtsumme/Jahr (Bruttobeträge)									
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Publikationen (z.B. Broschüren, Flyer, Anzeigen - Print/Digital)	39.228,40 €	23.564,77 €	12.352,11 €	23.436,46 €	16.595,25 €	34.916,01 €	27.612,00 €	8.660,58 €	1.375,64 €	6.684,40 €
Veranstaltungen ohne konkrete fachlicheinhaltliche Ausrichtung mit werbendem Charakter für Niedersachsen (z.B. Sommerfeste)	0,00 €	9.278,28 €	603,33 €	160,50 €	0,00 €	0,00 €	4.165,00 €	524,30 €	0,00 €	0,00 €
Entwicklung von grundsätzlichen Marketinginstrumenten (z.B. Claimentwicklung)	11.391,14 €	4.463,31 €	2.890,71 €	3.216,87 €	3.982,05 €	6.690,79 €	1.647,55 €	1.404,20 €	8.257,68 €	2.325,26 €
<b>Gesamtsumme der einzelnen Jahre</b>	<b>50.619,54 €</b>	<b>37.306,36 €</b>	<b>15.846,15 €</b>	<b>26.813,83 €</b>	<b>20.577,30 €</b>	<b>41.606,80 €</b>	<b>33.424,55 €</b>	<b>10.589,08 €</b>	<b>9.633,32 €</b>	<b>9.009,66 €</b>

**Gesamtsumme 10 Jahreszeitraum** 255.426,59 €

Anlage 1 zur Antwort der Frage 1 der KA 18/06223  
 "Werbemaßnahmen der Landesregierung"  
 des Abgeordneten Christopher Emden (AfD)

Ressort: Niedersächsisches Ministerium für Bundes- und Europaangelegenheiten und Regionale Entwicklung

Art der Werbemaßnahme (Maßnahmengruppe)	Gesamtsumme/Jahr (Bruttobeträge)									
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Publikationen (z.B. Broschüren, Flyer, Anzeigen - Print/Digital)	4.888,64 €	4.888,64 €	5.037,81 €	6.304,80 €	5.422,25 €	7.035,74 €	14.256,85 €	33.583,44 €	38.461,34 €	32.416,33 €
Onlinemarketing (z.B. nds.de, Onlinevermarktung)	0,00 €	0,00 €		0,00 €	13.304,20 €	23.269,94 €	23.948,16 €	17.774,13 €	4.614,23 €	77.003,72 €
Veranstaltungen ohne konkrete fachlicheinhaltliche Ausrichtung mit werbendem Charakter für Niedersachsen (z.B. Sommerfeste)	43.784,83 €	50.571,61 €	49.051,07 €	44.367,92 €	35.366,32 €	44.486,66 €	30.956,24 €	9.503,82 €	27.363,13 €	64.966,56 €
Entwicklung von grundsätzlichen Marketinginstrumenten (z.B. Claimentwicklung)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	10.472,00 €	100.377,19 €	28.560,00 €	42.790,20 €	0,00 €	2.380,00 €
<b>Gesamtsumme der einzelnen Jahre</b>	<b>48.673,47 €</b>	<b>55.460,25 €</b>	<b>54.088,88 €</b>	<b>50.672,72 €</b>	<b>64.564,77 €</b>	<b>175.169,53 €</b>	<b>97.721,25 €</b>	<b>103.651,59 €</b>	<b>70.438,70 €</b>	<b>176.766,61 €</b>

Das Ministerium ist erst im November 2017 neu errichtet worden. Die Ausgaben der Jahre 2010 bis 2017 sind daher diejenigen der früheren Abteilungen 3, 4 und der Vertretung des Landes Niedersachsen beim Bund, die der StK angehörten und in das MB übergegangen sind.

**Gesamtsumme 10 Jahreszeitraum 897.207,77 €**

Ressort: Niedersächsisches Kultusministerium

Art der Werbemaßnahme (Maßnahmengruppe)	Gesamtsumme/Jahr (Bruttobeträge)									
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Publikationen (z.B. Broschüren, Flyer, Anzeigen - Print/Digital)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	1.877,99 €	3.972,43 €
Entwicklung von grundsätzlichen Marketinginstrumenten (z.B. Claimentwicklung)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	15.111,97 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	165.613,79 €
<b>Gesamtsumme der einzelnen Jahre</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>25.738,67 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>1.877,99 €</b>	<b>169.586,22 €</b>

Für die Jahre 2010-2013 einschließlich liegen im MK keine Erkenntnisse mehr vor, da die haushaltsrechtliche Aufbewahrungsfrist von sechs Jahren abgelaufen ist.

**Gesamtsumme 10 Jahreszeitraum 197.202,88 €**

Ressort: Niedersächsisches Ministerium für Soziales, Gesundheit und Gleichstellung

Art der Werbemaßnahme (Maßnahmengruppe)	Gesamtsumme/Jahr (Bruttobeträge)									
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Publikationen (z.B. Broschüren, Flyer, Anzeigen - Print/Digital)	0,00 €	22.392,95 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	10.051,34 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Veranstaltungen ohne konkrete fachlicheinhaltliche Ausrichtung mit werbendem Charakter für Niedersachsen (z.B. Sommerfeste)	0,00 €	8.081,30 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €

Anlage 1 zur Antwort der Frage 1 der KA 18/06223  
 "Werbemaßnahmen der Landesregierung"  
 des Abgeordneten Christopher Emden (AfD)

Entwicklung von grundsätzlichen Marketinginstrumenten (z.B. Claimentwicklung)		24.326,04 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
<b>Gesamtsumme der einzelnen Jahre</b>	<b>0,00 €</b>	<b>54.800,29 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>10.051,34 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>

**Gesamtsumme 10 Jahreszeitraum**                      **64.851,63 €**

Anlage 1 zur Antwort der Frage 1 der KA 18/06223  
 "Werbemaßnahmen der Landesregierung"  
 des Abgeordneten Christopher Emden (AfD)

Ressort: Niedersächsisches Ministerium für Umwelt, Energie, Bauen und Klimaschutz

Art der Werbemaßnahme (Maßnahmengruppe)	Gesamtsumme/Jahr (Bruttobeträge)									
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Publikationen (z.B. Broschüren, Flyer, Anzeigen - Print/Digital)	20.265,00 €	24.310,00 €	16.360,13 €	2.091,00 €	14.334,66 €	1.662,56 €	7.902,64 €	1.578,89 €	3.599,04 €	2.783,20 €
Onlinemarketing (z.B. nds.de, Onlinevermarktung)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	714,00 €	0,00 €	0,00 €	4.022,20 €	4.379,20 €	0,00 €	4.055,40 €
Veranstaltungen ohne konkrete fachlicheinhaltliche Ausrichtung mit werbendem Charakter für Niedersachsen (z.B. Sommerfeste)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	7.840,79 €	0,00 €	2.400,00 €	472,94 €	0,00 €
Entwicklung von grundsätzlichen Marketinginstrumenten (z.B. Claimentwicklung)	0,00 €	0,00 €	1.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	4.985,60 €	2.356,20 €	0,00 €
<b>Gesamtsumme der einzelnen Jahre</b>	<b>20.265,00 €</b>	<b>24.310,00 €</b>	<b>17.360,13 €</b>	<b>2.805,00 €</b>	<b>14.334,66 €</b>	<b>9.503,35 €</b>	<b>11.924,84 €</b>	<b>13.343,69 €</b>	<b>6.428,18 €</b>	<b>6.838,60 €</b>

Gesamtsumme 10 Jahreszeitraum 127.113,45 €

Ressort: Niedersächsisches Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Verkehr und Digitalisierung

Art der Werbemaßnahme (Maßnahmengruppe)	Gesamtsumme/Jahr (Bruttobeträge)									
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Publikationen (z.B. Broschüren, Flyer, Anzeigen - Print/Digital) mit Flughafenwerbung	29.750,00 €	30.702,00 €	29.750,00 €	29.750,00 €	37.147,40 €	38.537,74 €	43.224,63 €	59.217,87 €	62.359,07 €	48.827,15 €
Werbemaßnahmen "Die Sieben-Städte-Tour"	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	573.545,10 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Onlinemarketing (z.B. nds.de, Onlinevermarktung)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	6.560,38 €	12.625,13 €	173.286,39 €	235.670,07 €	84.371,77 €	145.471,78 €
Veranstaltungen ohne konkrete fachlicheinhaltliche Ausrichtung mit werbendem Charakter für Niedersachsen (z.B. Sommerfeste)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	2.630,76 €	2.035,83 €	0,00 €	23.707,96 €	30.086,51 €	26.852,02 €	31.479,18 €
Entwicklung von grundsätzlichen Marketinginstrumenten (z.B. Claimentwicklung)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
<b>Gesamtsumme der einzelnen Jahre</b>	<b>29.750,00 €</b>	<b>30.702,00 €</b>	<b>29.750,00 €</b>	<b>32.380,76 €</b>	<b>45.743,61 €</b>	<b>624.707,97 €</b>	<b>240.218,98 €</b>	<b>324.974,45 €</b>	<b>173.582,86 €</b>	<b>225.778,11 €</b>

Gesamtsumme 10 Jahreszeitraum 1.757.588,74 €

Ressort: Niedersächsisches Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz

Art der Werbemaßnahme (Maßnahmengruppe)	Gesamtsumme/Jahr (Bruttobeträge)									
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019

**Anlage 1 zur Antwort der Frage 1 der KA 18/06223  
 "Werbemaßnahmen der Landesregierung"  
 des Abgeordneten Christopher Emden (AfD)**

Publikationen (z.B. Broschüren, Flyer, Anzeigen - Print/Digital)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	8.026,24 €	67.299,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Onlinemarketing (z.B. nds.de, Onlinevermarktung)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	29.153,00 €	6.100,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
<b>Gesamtsumme der einzelnen Jahre</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>37.179,24 €</b>	<b>73.399,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>

**Gesamtsumme 10 Jahreszeitraum 110.578,24 €**

Anlage 2 zur Antwort der Fragen 2 und 3 der KA 18/06223  
 "Werbemaßnahmen der Landesregierung"  
 des Abgeordneten Christopher Emden (AfD)

Ressort: Niedersächsisches Staatskanzlei

Name Werbeagentur	Jahr der Beauftragung	Leistung (z.B. Erstellung Broschüren, Claimentwicklung, Kampagnenentwicklung/ -durchführung)	Wurde ein Ausschreibungsverfahren durchgeführt (Ja/Nein)	Freihändige Vergabe (Ja/Nein)	Begründung für freihändige Vergabe
brunsmiteisenberg, Hannover	2016	Entwickl./Erstellung der Broschüre "Heimat d.Vielfalt"	Ja	Nein	
brunsmiteisenberg, Hannover	2017	Fremdsprachliche Broschüre "Heimat d.Vielfalt"	Nein	Ja	§ 3 Abs 5 lit. b), d), l) VOL/A (Alleinstellungsmerkmale: Anschluss an Entwicklungsleistungen; geringfügige Nachbestellung; aus besonderen Gründen)
brunsmiteisenberg, Hannover	2018	Fremdsprachliche Broschüre "Heimat d.Vielfalt"	Nein	Ja	§ 3 Abs 5 lit. b), d), l) VOL/A (Alleinstellungsmerkmale: Anschluss an Entwicklungsleistungen; geringfügige Nachbestellung; aus besonderen Gründen)
Michael Kronacher, Berlin	2016	Unterstützung bei der Entwicklung eines Claims	Ja	Nein	

Ressort: Niedersächsisches Ministerium für Inneres und Sport

Name Werbeagentur	Jahr der Beauftragung	Leistung (z.B. Erstellung Broschüren, Claimentwicklung, Kampagnenentwicklung/ -durchführung)	Wurde ein Ausschreibungsverfahren durchgeführt (Ja/Nein)	Freihändige Vergabe (Ja/Nein)	Begründung für freihändige Vergabe
Linienflug Design GmbH	2019	Entwicklung und Erstellung von Plakaten, Flyer und E-Paper zu den Beratungstagen für Opfer des SED-Unrechts in der ehemaligen DDR	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
Toreros Werbeagentur, Lüneburg	2013	Claim-/Logoentwicklung, Gestaltung der Materialien für Kampagne "Aufgepasst!"	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
brunsmiteisenberg werbeagentur GmbH, Hannover	2018	Gestaltung Broschüre "Informationssicherheit in Niedersachsen"	Ja	Nein	

Ressort: Niedersächsisches Ministerium für Soziales, Gesundheit und Gleichstellung

Name Werbeagentur	Jahr der Beauftragung	Leistung (z.B. Erstellung Broschüren, Claimentwicklung, Kampagnenentwicklung/ -durchführung)	Wurde ein Ausschreibungsverfahren durchgeführt (Ja/Nein)	Freihändige Vergabe (Ja/Nein)	Begründung für freihändige Vergabe
Schoenbeck Mediendesign	2011	Layout für versch. Drucke	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
MAZ.TV	2011	Erstellung eines Imagefilms	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
Schoenbeck Mediendesign	2011	Layout DVD's und Banner	Nein	Nein	Direktkauf gem. § 3 Abs. 6 VOL/A; keine Freihändige Vergabe
Corinna Lorenz Grafikdesign	2011	Layout für Großformate	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
Tabasco Media	2016	Layout einer Publikation	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO

Ressort: Niedersächsisches Kultusministerium

Name Werbeagentur	Jahr der Beauftragung	Leistung (z.B. Erstellung Broschüren, Claimentwicklung, Kampagnenentwicklung/ -durchführung)	Wurde ein Ausschreibungsverfahren durchgeführt (Ja/Nein)	Freihändige Vergabe (Ja/Nein)	Begründung für freihändige Vergabe
-------------------	-----------------------	--	--	-------------------------------	------------------------------------



Anlage 2 zur Antwort der Fragen 2 und 3 der KA 18/06223  
 "Werbemaßnahmen der Landesregierung"  
 des Abgeordneten Christopher Emden (AfD)

Visuelle Lebensfreude Hannover	2014	Internetauftritt, Publikationen, Printprodukte Ganztagschule	Ja	Nein	
edeos digital education	2014	Animiertes Erklärvideo Ganztagschule	Ja	Nein	
Visuelle Lebensfreude Hannover	2018	Layout Broschüre	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
Visuelle Lebensfreude Hannover	2019	Layout Beileger	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
MADSACK Medienagentur GmbH & Co. KG	2019	Imagekampagne für den Lehrerberuf	Ja	Nein	

Ressort: Niedersächsisches Finanzministerium

Name Werbeagentur	Jahr der Beauftragung	Leistung (z.B. Erstellung Broschüren, Claimentwicklung, Kampagnenentwicklung/ -durchführung)	Wurde ein Ausschreibungsverfahren durchgeführt (Ja/Nein)	Freihändige Vergabe (Ja/Nein)	Begründung für freihändige Vergabe
Design Centrale	2011	Bildbearbeitung für den Folder „Schwarzarbeit“	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
Image Marketing	2016	Gestaltung der „Steuertipps für Vereine“	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
Kehrer Werbeagentur	2019	Gestaltung der „Steuertipps für Senioren“	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO

Ressort: Niedersächsisches Justizministerium

Name Werbeagentur	Jahr der Beauftragung	Leistung (z.B. Erstellung Broschüren, Claimentwicklung, Kampagnenentwicklung/ -durchführung)	Wurde ein Ausschreibungsverfahren durchgeführt (Ja/Nein)	Freihändige Vergabe (Ja/Nein)	Begründung für freihändige Vergabe
damm design - Vanessa Damm	2019	Erstberatung zu Werbemaßnahmen im Zuge einer neuen Strategie zur Nachwuchsgewinnung	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO

Ressort: Niedersächsisches Ministerium für Umwelt, Energie, Bauen und Klimaschutz

Name Werbeagentur	Jahr der Beauftragung	Leistung (z.B. Erstellung Broschüren, Claimentwicklung, Kampagnenentwicklung/ -durchführung)	Wurde ein Ausschreibungsverfahren durchgeführt (Ja/Nein)	Freihändige Vergabe (Ja/Nein)	Begründung für freihändige Vergabe
steindesign	2010	Grafische Herstellung des Umweltberichtes	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
fundwort - Text - PR - Robert Exner	2010	Broschüre "Biologische Vielfalt"	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
Sascha Ljubisavljevic	2011	Geocaching in den Naturparks	anhand Aktenlage nicht nachvollziehbar	anhand Aktenlage nicht nachvollziehbar	
Sascha Ljubisavljevic	2012	Geocaching in Naturparks	anhand Aktenlage nicht nachvollziehbar	anhand Aktenlage nicht nachvollziehbar	
DesignCentrale	2012	Broschüre "Energiekonzept"	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
die werbereiter	2012	Gestaltung Broschüre "25 Jahre FÖJ"	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
Monroe Park Campus	2012	Social Media Konzept	anhand Aktenlage nicht nachvollziehbar	anhand Aktenlage nicht nachvollziehbar	
asieben GmbH	2013	Roll-Up Presse	Nein	Nein	Direktkauf gem. § 3 Abs. 6 VOL/A; keine Freihändige Vergabe
asieben GmbH	2013	Erstellung eines Videos für das Internet	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
Name Werbeagentur	Jahr der Beauftragung	Leistung (z.B. Erstellung Broschüren, Claimentwicklung, Kampagnenentwicklung/ -durchführung)	Wurde ein Ausschreibungsverfahren durchgeführt (Ja/Nein)	Freihändige Vergabe (Ja/Nein)	Begründung für freihändige Vergabe
Sascha Ljubisavljevic	2013	Geocaching in Naturparks	anhand Aktenlage nicht nachvollziehbar	anhand Aktenlage nicht nachvollziehbar	
asieben GmbH	2013	Bastelbogen	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
Grafikdesignerin Maya Birken	2014	6. Europäische Woche der Abfallvermeidung	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO

Anlage 2 zur Antwort der Fragen 2 und 3 der KA 18/06223  
 "Werbemaßnahmen der Landesregierung"  
 des Abgeordneten Christopher Emden (AfD)

asieben GmbH	2014	Bastelbogen "Baum"	Nein	Nein	Direktkauf gem. § 3 Abs. 6 VOL/A; keine Freihändige Vergabe
Asieben, Kreativvertrieb	2014	Grüne Woche vom 16. bis 25.01.2015	anhand Aktenlage nicht nachvollziehbar	anhand Aktenlage nicht nachvollziehbar	
fundwort - Text - PR - Robert Exner	2014	Gestaltung Broschüre "Da steh ich drauf- Bodenbroschüre"	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
Illustrator Bintakies	2014	Illustration "Da steh ich drauf- Bodenbroschüre"	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
asieben GmbH	2014	Gestaltung Pixibuch "Unser Boden ist ein Schatz"	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
Marketing Gesellschaft	2015	Grüne Woche vom 16. bis 25.01.2015	anhand Aktenlage nicht nachvollziehbar	anhand Aktenlage nicht nachvollziehbar	
asieben GmbH	2015	Kampagne "Kein Müll ins Meer"	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung (Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO)
asieben GmbH	2015	Bilanz Nds. Umweltministerium	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung (Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO)
fff.mediengestaltung	2015	Gestaltung Broschüre "Vielfalt der Böden"	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
Agentur Fischhase	2015	Broschüre "Vielfalt der Böden"	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
Designagentur Sunderdiek	2016	Broschüre "Naturpark Zuhause"	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
Agentur Fischhase	2016	Broschüre "Meeresschutz in Niedersachsen"	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
S.Design	2016	Broschüre "Nds. Gewässerlandschaft"	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
asieben GmbH	2016	Video zum Thema "Blätterwald"	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
asieben GmbH	2016	Video zum Thema "Gorleben"	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
asieben GmbH	2016	Video zum Thema "Wolf"	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
asieben GmbH	2016	Heft "Wo baut die Brandsee-Schwalbe Ihr Nest?"	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
Agentur Die Lernwelt	2016	Heft "Wo baut die Brandsee-Schwalbe Ihr Nest?" englische Version	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
Designagentur Sunderdiek	2017	Ausstellung "Naturparke"	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
Fabian Richter	2017	Jugendakademie Umwelt - Logoentwicklung	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
Agentur Fischhase	2017	Jugendakademie Umwelt - Logoentwicklung	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
Dreigang	2017	Jugendakademie Umwelt - Logoentwicklung	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
asieben GmbH	2017	Visitenkarten Umweltministerium - Gestaltung	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
asieben GmbH	2017	Coffee to go - Banner	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
asieben GmbH	2017	Video "Atemlos durch die Stadt"	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
asieben GmbH	2017	Video "Naturparke in Niedersachsen"	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
<b>Name Werbeagentur</b>	<b>Jahr der Beauftragung</b>	<b>Leistung (z.B. Erstellung Broschüren, Claimentwicklung, Kampagnenentwicklung/ -durchführung)</b>	<b>Wurde ein Ausschreibungsverfahren durchgeführt (Ja/Nein)</b>	<b>Freihändige Vergabe (Ja/Nein)</b>	<b>Begründung für freihändige Vergabe</b>
asieben GmbH	2017	Video Abschied Minister Wenzel und Staatssekretärin Kottwitz	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
Designagentur Sunderdiek	2018	Ausstellung "Naturparke"	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
designagntenten	2018	Logoentwicklung "Bündnis für bezahlbares Wohnen"	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
asieben GmbH	2018	Gestaltung Pixi-Heftchen "Unser Boden ist ein Schatz" und "Brandseeschwalbe"	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
Agentur Fischhase	2018	Gestaltung Broschüre "Die Vielfalt der Böden in Niedersachsen"	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
Greengiving	2018	Design und Produktion Karten "Insekten"	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO

Anlage 2 zur Antwort der Fragen 2 und 3 der KA 18/06223  
**"Werbemaßnahmen der Landesregierung"**  
**des Abgeordneten Christopher Emden (AfD)**

asieben GmbH	2019	Film " Naturparke"	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
Kunze	2019	Film " Naturparke"	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung (Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO)
Grafikdesignerin Marie Märgner	2019	Roll-Up Gestaltung Pressekonferenz	Nein	Nein	Direktkauf gem. § 3 Abs. 6 VOL/A; keine Freihändige Vergabe
Grafikdesignerin Marie Märgner	2019	Roll-Up Gestaltung Pressekonferenz	Nein	Nein	Direktkauf gem. § 3 Abs. 6 VOL/A; keine Freihändige Vergabe
Grafikdesignerin Maya Birken	2019	Gestaltung "Faktenblätter"	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung (Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO)
Grafikdesignerin Maya Birken	2020	Gestaltung Plakat "Klimawandel"	Nein	Nein	Direktkauf gem. § 3 Abs. 6 VOL/A; keine Freihändige Vergabe
Grafikdesignerin Maya Birken	2020	Broschüre "Energiewendebericht 2019"	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung (Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO)

**Ressort: Niedersächsisches Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Verkehr und Digitalisierung**

Name Werbeagentur	Jahr der Beauftragung	Leistung (z.B. Erstellung Broschüren, Claimentwicklung, Kampagnenentwicklung/ -durchführung)	Wurde ein Ausschreibungsverfahren durchgeführt (Ja/Nein)	Freihändige Vergabe (Ja/Nein)	Begründung für freihändige Vergabe
Design Centrale	2010	Faltblätter, Broschüren, Einladungen, Werbemittel, Urkunden, Banner	Ja	Nein	
neuwaerts GmbH	2014	Anpassungen nds.de	Nein	Nein	Direktkauf gem. § 3 Abs. 6 VOL/A; keine Freihändige Vergabe
neuwaerts GmbH	2014	Anpassungen auf www.nds.de (Kontakt Daten) anlässlich des Wechsels des Standortmarketings ins MW	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung (Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO)
RadioCom Nord GmbH	2015	Produktion Radiowerbung für "Die Sieben-Städte-Tour"	Nein	Ja	§ 3 Abs. 5 lit.g) VOL/A (besondere Dringlichkeit)
AGIR-Werbe GmbH & Co. KG	2015	Kinowerbung "Die Sieben-Städte-Tour"	Nein	Ja	§ 3 Abs. 5 lit.i) VOL/A (besondere Gründe für ein Unternehmen)
Ströer Deutsche Städte Medien GmbH	2015	Großflächenplakate "Die Sieben-Städte-Tour"	Nein	Ja	§ 3 Abs. 5 lit. i) VOL/A (besondere Gründe für ein Unternehmen)
Lüneburg Marketing GmbH	2015	Flyer, Plakate "Die Sieben-Städte-Tour"	Nein	Ja	§ 3 Abs. 5 lit.g) VOL/A (besondere Dringlichkeit)
Neubert Werbung Limited & Co.KG	2015	Bannerfertigung "Die Sieben-Städte-Tour"	Nein	Ja	§ 3 Abs. 5 lit.g) VOL/A (besondere Dringlichkeit)
CITA Film GbR	2015	Werbespot Internet "Die Sieben-Städte-Tour"	Nein	Ja	§ 3 Abs. 5 lit.i) VOL/A (besondere Gründe für ein Unternehmen)
CITA Film GbR	2015	Werbestpot Kino "Die Sieben-Städte-Tour"	Ja	Nein	
neuwaerts GmbH	2015	Anpassungen auf www.nds.de (Grafik, IT, Content) anlässlich des Wechsels des Standortmarketings ins MW	Nein	Ja	§ 3 Abs. 5 lit. d) VOL/A (geringfügige Nachbestellung)
Medienteam Samieske	2015	Einladungen, Falblätter, Broschüren	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung (Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO)
ff.mediegestaltung GmbH	2016	Erstellung Folder	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung (Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO)
Mitte Mai	2016	Erstellung Folder	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung (Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO)
MAZ TV	2016	Häfenfilm	Ja	Nein	
Neoskop GmbH	2016	Relaunch von www.nds.de, anschließende Instandhaltung und Vermarktung	Ja	Nein	
Medienteam Samieske	2017	Faltblätter, Broschüren, Einladungen, Werbemittel, Urkunden, Banner	Ja	Nein	
Visionate Interactive	2017	Inhalt Touchscreen-Möbel	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung (Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO)
Neoskop GmbH	2018	Vermarktung von nds.de	Nein	Ja	§ 3 Abs. 5 lit. d) VOL/A (geringfügige Nachbestellung)
Novofilm	2018	Filme Wirtschaftsstandort	Ja	Nein	
Neoskop GmbH	2018	Instandhaltung, Vermarktung und Weiterentwicklung von www.nds.de	Ja	Nein	
Name Werbeagentur	Jahr der Beauftragung	Leistung (z.B. Erstellung Broschüren, Claimentwicklung, Kampagnenentwicklung/ -durchführung)	Wurde ein Ausschreibungsverfahren durchgeführt (Ja/Nein)	Freihändige Vergabe (Ja/Nein)	Begründung für freihändige Vergabe
Kontor4 GmbH	2018	Sonderprojekt Microseite Messen 2018	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung (Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO)
Visionate Interactive	2019	Aktualisierung Programm Touchscreen-Möbel	Nein	Nein	Direktkauf gem. § 3 Abs. 6 VOL/A; keine Freihändige Vergabe

Anlage 2 zur Antwort der Fragen 2 und 3 der KA 18/06223  
 "Werbemaßnahmen der Landesregierung"  
 des Abgeordneten Christopher Emden (AfD)

Avitamin Kreativagentur GmbH	2019	Broschüren, Postkarten	Ja	Nein	
------------------------------	------	------------------------	----	------	--

Ressort: Niedersächsisches Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz

Name Werbeagentur	Jahr der Beauftragung	Leistung (z.B. Erstellung Broschüren, Claimentwicklung, Kampagnenentwicklung/ -durchführung)	Wurde ein Ausschreibungsverfahren durchgeführt (Ja/Nein)	Freihändige Vergabe (Ja/Nein)	Begründung für freihändige Vergabe
Ariadne an der Spree	2019	Barcamp, Entwicklung und Durchführung	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung (Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO)
Impuls Werbeagentur	2019	Ökomodellregion, Entwicklung und Gestaltung	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung (Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO)
f&w Werbung	2019	Exponat "Zu gut für die Tonne", Entwicklung und Realisierung	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung (Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO)

Ressort: Ministerium für Bundes- und Europaangelegenheiten und Regionale Entwicklung

Name Werbeagentur	Jahr der Beauftragung	Leistung (z.B. Erstellung Broschüren, Claimentwicklung, Kampagnenentwicklung/ -durchführung)	Wurde ein Ausschreibungsverfahren durchgeführt (Ja/Nein)	Freihändige Vergabe (Ja/Nein)	Begründung für freihändige Vergabe
B&B. Markenagentur GmbH	2014	Rahmenvereinbarung zur Entwicklung und Umsetzung einer Marketing- und Kommunikationsstrategie für die (...) regionale Landesentwicklung in Niedersachsen: Entwicklung einer Marketing- und Kommunikationsstrategie zur nachhaltigen und dauerhaften Vermittlung (...) der regionalen Landesentwicklungspolitik in Niedersachsen, ergänzende strategische und kreative Entwicklung einer separaten aber integrierten Kommunikationslinie für das Südniedersachsenprogramm des Landes Niedersachsen, Entwicklung eines kampagnenfähigen Designs zur Anwendung in allen Print- und Onlinewerbemitteln, Konzeption, Entwicklung, Planung und Begleitung von Veranstaltungen zur Kommunikation der regionalisierten Landesentwicklung ab 2015, textliche und graphische Kreationen für sämtliche Online- und Printmedien, Strategieberatung	Ja	Nein	
B&B. Markenagentur GmbH	2018	Umsetzung von Maßnahmen der (...) regionalen Landesentwicklung in Niedersachsen: strategische Besprechungen, Layout von Druckerzeugnissen, Visualisierungen, Konzeptionierung von Veranstaltungen sowie deren Umsetzung, konzeptionelle Weiterentwicklung des Internetauftritts www.mb.niedersachsen.de, Fortführung und Weiterentwicklung des bestehenden Newsletters für Regionale Landesentwicklung, Geeignete Aufbereitung von förderspezifischen Inhalten für alle Kommunikationsmedien, Vorschlägen geeigneter Give-Aways, inkl. Gestaltung sowie ggf. Neuentwicklung, Konzepte zum Einsatz neuer Medien sowie deren Umsetzung (z.B. Social Media), Projektmanagement/Handling, Promotionpersonal	Ja	Nein	
B & B Markenagentur GmbH	2018	Entwicklungen eines Kampagnensignets	Nein	Ja	Gewinner eines zuvor durchgeführten Ideenwettbewerbes
Rohloff Design - Grafikbüro	2012	Gestaltung für Broschüre "Politische Koordinierung der unionsgeführten Länder"	Ja	Nein	
Rohloff Design - Grafikbüro	2013	Gestaltung Broschüre "Die Arbeit der Landesvertretung 2003-2013"	Ja	Nein	
Name Werbeagentur	Jahr der Beauftragung	Leistung (z.B. Erstellung Broschüren, Claimentwicklung, Kampagnenentwicklung/ -durchführung)	Wurde ein Ausschreibungsverfahren durchgeführt (Ja/Nein)	Freihändige Vergabe (Ja/Nein)	Begründung für freihändige Vergabe
Rohloff Design - Grafikbüro	2010	Gestaltung 10 x Programmhefte "Inspektionen" / Kunst- und Kulturprogramm der Landesvertretung	Ja	Nein	
Rohloff Design - Grafikbüro	2010	Gestaltung Programm Poster A1 für Schaukästen	Ja	Nein	
Rohloff Design - Grafikbüro	2010	Gestaltung Dokumentation des Kunst- und Kulturjahres	Ja	Nein	
Squirrel & Nuts	2014	Gestaltung und Realisierung Newsletter Bundesrat "Für Niedersachsen in Berlin"	Ja	Nein	

Anlage 2 zur Antwort der Fragen 2 und 3 der KA 18/06223  
 "Werbemaßnahmen der Landesregierung"  
 des Abgeordneten Christopher Emden (AfD)

Ressort: Niedersächsisches Ministerium für Wissenschaft und Kultur

Name Werbeagentur	Jahr der Beauftragung	Leistung (z.B. Erstellung Broschüren, Claimentwicklung, Kampagnenentwicklung/ -durchführung)	Wurde ein Ausschreibungsverfahren durchgeführt (Ja/Nein)	Freihändige Vergabe (Ja/Nein)	Begründung für freihändige Vergabe
Schlicht und Bündig	2010	Broschüre "Kulturstiftungen in Niedersachsen": Korrekturen	Nein	Nein	Direktkauf gem. § 3 Abs. 6 VOL/A; keine Freihändige Vergabe
image Marketing Werbeagentur	2010	Broschüre "Niedersächsisches Hochschulgesetz": Gestaltung und Abwicklung	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
image Marketing Werbeagentur	2010	Broschüre "Hochschulen in Niedersachsen": Gestaltung, Abwicklung, interaktive Broschüre	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
image Marketing Werbeagentur	2010	Broschüre "Universities in Lower Saxony": Gestaltung	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
image Marketing Werbeagentur	2010	Folder "Doppelter Abiturjahrgang 2011": Produktion	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
image Marketing Werbeagentur	2010	Grafikleistungen für Gestaltung Displaymotiv für Veranstaltungen des MWK	Nein	Nein	Direktkauf gem. § 3 Abs. 6 VOL/A; keine Freihändige Vergabe
Design Centrale	2010	Logo MWK. Englische Version erstellen	Nein	Nein	Direktkauf gem. § 3 Abs. 6 VOL/A; keine Freihändige Vergabe
Artnetworx	2010	Weihnachtskarten "Motiv Timm Ulrichs - Abwicklung eines Weihnachtsmannes"	Nein	Nein	Direktkauf gem. § 3 Abs. 6 VOL/A; keine Freihändige Vergabe
Büro fuchsundhase Konzept und Gestaltung	2010	OHN: Logo und Corporate Design "Offene Hochschule - Lebenslanges Lernen"	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
Best Company Video	2010	OHN: Vorarbeiten zur Podcast-Produktion "Offene Hochschule - Lebenslanges Lernen"	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
Agentur Krispin Marketing	2010	Organisation u. Betrieb Gemeinschaftsstand Hannover Cebit 2011	k.A.	k.A.	Die Frist der Aufbewahrungspflicht ist abgelaufen. Daher liegen keine Unterlagen mehr vor.
Die Dreil	2011	Broschüre Denkmalschutz und Denkmalpflege: Gestaltung und Abwicklung	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
Homann Güner Blum - Visuelle Kommunikation	2011	Kulturförderbericht Niedersachsen: Gestaltung und Produktion	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
Design Centrale	2011	Pressefest: Gestaltung Terminblocker, Einladung, Namensschilder	Nein	Nein	Direktkauf gem. § 3 Abs. 6 VOL/A; keine Freihändige Vergabe
Büro fuchsundhase Konzept und Gestaltung	2011	OHN: Diverse Gestaltungsarbeiten	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
Sabine Panse/dacorpo Design	2011	Gestaltung Citylightplakat für Schaukasten	Nein	Nein	Direktkauf gem. § 3 Abs. 6 VOL/A; keine Freihändige Vergabe
Artnetworx	2011	Herstellung Weihnachtskarten "Schneemann"	Nein	Nein	Direktkauf gem. § 3 Abs. 6 VOL/A; keine Freihändige Vergabe
image Marketing Werbeagentur	2012	Interaktive Broschüre "Hochschulen in Niedersachsen 2010": Korrekturen	Nein	Nein	Direktkauf gem. § 3 Abs. 6 VOL/A; keine Freihändige Vergabe
schlichtundbündig	2012	Flyer "Studienbeiträge in Niedersachsen": Gestaltung	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
inform Werbeagentur	2012	Broschüre "Der Zweite Bildungsweg": Gestaltung, Produktion, Versand	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO

Name Werbeagentur	Jahr der Beauftragung	Leistung (z.B. Erstellung Broschüren, Claimentwicklung, Kampagnenentwicklung/ -durchführung)	Wurde ein Ausschreibungsverfahren durchgeführt (Ja/Nein)	Freihändige Vergabe (Ja/Nein)	Begründung für freihändige Vergabe
Image Marketing Werbeagentur	2012	Einladung Jubiläum EU-Hochschulbüros: Gestaltung und Druck	k.A.	k.A.	Die Frist der Aufbewahrungspflicht ist abgelaufen. Es liegen daher keine Unterlagen mehr vor. Die Rechnungssumme beträgt 603,33 Euro. Es ist davon auszugehen, dass es sich um eine freihändige Vergabe gem. § 3 Abs. 5 VOL/A i.V.m. § 4 Abs. 2 NWertVO handelt.
inform Werbeagentur	2012	MWK Corporate Design: Überprüfung des Farbsystems	Nein	Nein	Direktkauf gem. § 3 Abs. 6 VOL/A; keine Freihändige Vergabe
inform Werbeagentur	2012	MWK Corporate Design: Farbdefinition CMYK	Nein	Nein	Direktkauf gem. § 3 Abs. 6 VOL/A; keine Freihändige Vergabe
Werbung Werbetechnik	2012	OHN: Druck und Gestaltung eines Schildes	Nein	Nein	Direktkauf gem. § 3 Abs. 6 VOL/A; keine Freihändige Vergabe

Anlage 2 zur Antwort der Fragen 2 und 3 der KA 18/06223  
 "Werbemaßnahmen der Landesregierung"  
 des Abgeordneten Christopher Emden (AfD)

Artnetworx	2012	Weihnachtskarten: Gestaltung und Produktion	Nein	Nein	Direktkauf gem. § 3 Abs. 6 VOL/A; keine Freihändige Vergabe
Image Marketing Werbeagentur	2012	Roll-Up Banner: Produktion und Lieferung	Nein	Nein	Direktkauf gem. § 3 Abs. 6 VOL/A; keine Freihändige Vergabe
Image Marketing	2013	Broschüre "Hochschulen in Niedersachsen": Korrektur Interaktive Broschüre	Nein	Nein	Direktkauf gem. § 3 Abs. 6 VOL/A; keine Freihändige Vergabe
Die Drei!	2013	Broschüre Denkmalschutz und Denkmalpflege	Nein	Nein	Direktkauf gem. § 3 Abs. 6 VOL/A; keine Freihändige Vergabe
Image Marketing	2013	Flyer EU-Programm Horizont 2010: Gestaltung und Druck	Nein	Nein	Direktkauf gem. § 3 Abs. 6 VOL/A; keine Freihändige Vergabe
Image Marketing	2013	Kulturbericht Niedersachsen 2013/2014: Gestaltung und Abwicklung	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
Image Marketing	2013	Kulturbericht Niedersachsen 2013/2014: Erstellung Interaktive Broschüre	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
FuchsendHase Konzept und Gestaltung	2013	Leitfaden zu Erwerb von Museumsgut	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
Image Marketing	2013	Gestaltung Autogrammkarte	Nein	Nein	Direktkauf gem. § 3 Abs. 6 VOL/A; keine Freihändige Vergabe
dz Werbung	2013	Grafikarbeiten Hinweisschild	Nein	Nein	Direktkauf gem. § 3 Abs. 6 VOL/A; keine Freihändige Vergabe
Image Marketing	2013	Autogrammkarten: Motivänderung und Druck	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
Image Marketing	2013	Gestaltung Autogrammkarte	Nein	Nein	Direktkauf gem. § 3 Abs. 6 VOL/A; keine Freihändige Vergabe
Agentur Krispin Marketing	2013	Organisation u. Betrieb Gemeinschaftsstand Hannover Messe 2014	k.A.	k.A.	Es ist kein ausreichendes Aktenmaterial verfügbar. Es ist davon auszugehen, dass es sich um eine freihändige Vergabe handelte (Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO)
Fuchsendhase Konzept Werbung	2014	Broschüre Handreichung zum Erwerb von Museumsgut	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
Image Marketing	2014	Kulturbericht 2012/13	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
Image Marketing	2014	Webhosting Kulturbericht	Nein	Nein	Direktkauf gem. § 3 Abs. 6 VOL/A; keine Freihändige Vergabe
Image Marketing	2014	Interaktiver Kulturbericht 2012/13	Nein	Nein	Direktkauf gem. § 3 Abs. 6 VOL/A; keine Freihändige Vergabe
Image Marketing	2014	Textänderung und Druck Autogrammkarten	Nein	ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
Agentur Krispin Marketing	2014	Organisation u. Betrieb Gemeinschaftsstand Cebit 2015	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
Agentur Krispin Marketing	2014	Organisation u. Betrieb Gemeinschaftsstand Hannover Messe 2015	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
Agentur Krispin Marketing	2014	Organisation u. Betrieb Gemeinschaftsstand Biotechnica 2015	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
Fuchsendhase	2015	Lieferung Handreichung Erwerb Museumsgut	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
<b>Name Werbeagentur</b>	<b>Jahr der Beauftragung</b>	<b>Leistung (z.B. Erstellung Broschüren, Claimentwicklung, Kampagnenentwicklung/ -durchführung)</b>	<b>Wurde ein Ausschreibungsverfahren durchgeführt (Ja/Nein)</b>	<b>Freihändige Vergabe (Ja/Nein)</b>	<b>Begründung für freihändige Vergabe</b>
Liga²	2015	Publikation "Forschungspolitische Agenda": Gestaltung	Nein	ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
Image Marketing	2015	"Kulturbericht Niedersachsen": Webhosting	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
Liga²	2015	"Forschungspolitische Agenda": Formatadaption für ein City-Light-Poster; Druckabwicklung	Nein	Nein	Direktkauf gem. § 3 Abs. 6 VOL/A; keine Freihändige Vergabe
Liga²	2015	Broschüre "MINT-Bildungsbericht": Gestaltung	Nein	ja	§ 3 Abs 5 lit. I) VOL/A (Alleinstellungsmerkmal: aus besonderen Gründen)
Liga²	2015	Broschüre "Hochschulen in Niedersachsen": Gestaltung	Nein	ja	§ 3 Abs 5 lit. I) VOL/A (Alleinstellungsmerkmal: aus besonderen Gründen)
Media Agent GmbH	2015	Lichtinstallation "Je suis Charlie"	Nein	Ja	§ 3 Abs. 5 lit. g) VOL/A (Alleinstellungsmerkmal: besondere Dringlichkeit)
Media Agent	2015	Lichtinstallation "Je suis Charlie"	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO

Anlage 2 zur Antwort der Fragen 2 und 3 der KA 18/06223  
 "Werbemaßnahmen der Landesregierung"  
 des Abgeordneten Christopher Emden (AfD)

Liga²	2015	Weihnachtskarte	Nein	Nein	Direktkauf gem. § 3 Abs. 6 VOL/A; keine Freihändige Vergabe
Liga²	2015	Roll up Banner Display	Nein	Nein	Direktkauf gem. § 3 Abs. 6 VOL/A; keine Freihändige Vergabe
Liga²	2015	Weihnachtskarte und Einleger	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
Liga²	2015	Roll Up: Druckabwicklung und Druck	Nein	Nein	Direktkauf gem. § 3 Abs. 6 VOL/A; keine Freihändige Vergabe
Agentur Krispin Marketing	2015	Organisation u. Betrieb Gemeinschaftsstand Hannover Messe 2016	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
Agentur Krispin Marketing	2015	Organisation u. Betrieb Gemeinschaftsstand Cebit 2016	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
LIGA² Grafikdesign, Hannover	2016	Gestaltung Broschüre MINTdenken - Strategien für erfolgreiche MINT-Studienabschlüsse in Niedersachsen - Verlinkungen innerhalb des interaktiven Pdf's / Mehraufwand	Nein	Nein	Direktkauf gem. § 3 Abs. 6 VOL/A; keine Freihändige Vergabe
LIGA² Grafikdesign, Hannover	2016	Gestaltung Broschüre Niedersächsisches Hochschulgesetz (Print/Web) /Korrekturen/ QR Code Erstellung	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
LIGA² Grafikdesign, Hannover	2016	Broschüre MINTdenken- Aufschlag für Korrekturen / Save the Date - Einladungskarte	Nein	Nein	Direktkauf gem. § 3 Abs. 6 VOL/A; keine Freihändige Vergabe
LIGA² Grafikdesign, Hannover	2016	Broschüre Hochschulen in Niedersachsen - Bearbeitung der Niedersachsenkarte für die Standorte der jeweiligen Einrichtungen	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
LIGA² Grafikdesign, Hannover	2016	Broschüre Hochschulen in Niedersachsen - Autokorrekturen /Nachkalkulation	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
LIGA² Grafidesign, Hannover	2016	Rahmenvertrag zur Gestaltung und Umsetzung von Marketing-Maßnahmen vom 06.07.2016	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
Innos Sperllich	2016	Organisation u. Betrieb Gemeinschaftsstand Cebit 2017	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
Agentur Krispin Marketing	2016	Organisation u. Betrieb Gemeinschaftsstand Biotechnica 2017	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
Innos Sperllich	2016	Organisation u. Betrieb Gemeinschaftsstand Hannover Messe 2017	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
LIGA² Grafikdesign, Hannover	2017	Broschüre Fortschritt und Verantwortung - Forschungpolitische Agenda - Angebotseinholung für Nachdruck	Nein	Ja	§ 3 Abs 5 lit. b) VOL/A (Alleinstellungsmerkmal: Anschluss an Entwicklungsleistungen)
LIGA² Grafikdesign, Hannover	2017	Korrekturen Broschüre Hochschulen in Niedersachsen	Nein	Ja	§ 3 Abs 5 lit. b) VOL/A (Alleinstellungsmerkmal: Anschluss an Entwicklungsleistungen)
LIGA² Grafikdesign, Hannover	2017	Broschüre Fortschritt und Verantwortung - Forschungpolitische Agenda - E-Paper-Weblink	Nein	Ja	§ 3 Abs 5 lit. b) VOL/A (Alleinstellungsmerkmal: Anschluss an Entwicklungsleistungen)
LIGA² Grafikdesign, Hannover	2017	Korrekturen Broschüre Hochschulen in Niedersachsen	Nein	Ja	§ 3 Abs 5 lit. b) VOL/A (Alleinstellungsmerkmal: Anschluss an Entwicklungsleistungen)
<b>Name Werbeagentur</b>	<b>Jahr der Beauftragung</b>	<b>Leistung (z.B. Erstellung Broschüren, Claimentwicklung, Kampagnenentwicklung/ -durchführung)</b>	<b>Wurde ein Ausschreibungsverfahren durchgeführt (Ja/Nein)</b>	<b>Freihändige Vergabe (Ja/Nein)</b>	<b>Begründung für freihändige Vergabe</b>
LIGA² Grafikdesign, Hannover	2017	Broschüre Hochschulen in Niedersachsen - Gestaltung und Weblinkhosting - E-Paper/interaktive Broschüre	Nein	Ja	§ 3 Abs 5 lit. b) VOL/A (Alleinstellungsmerkmal: Anschluss an Entwicklungsleistungen)
Agentur Krispin Marketing	2017	Organisation u. Betrieb Gemeinschaftsstand Hannover Messe 2018	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
Agentur Krispin Marketing	2017	Organisation u. Betrieb Gemeinschaftsstand Cebit 2018	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
LIGA² Grafikdesign, Hannover	2018	Broschüre Hochschulen in Niedersachsen - Überarbeitung / E-Paper-Weblink	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
LIGA² Grafikdesign, Hannover	2018	Broschüre Fortschritt und Verantwortung - Forschungpolitische Agenda - E-Paper-Weblink	Nein	Ja	§ 3 Abs 5 lit. b) VOL/A (Alleinstellungsmerkmal: Anschluss an Entwicklungsleistungen)
LIGA² Grafikdesign, Hannover	2018	Erweiterung des Logos (MWK) - Hinzufügung "Unter der Schirmherrschaft von Minister Björn Thümler"	Nein	Nein	Direktkauf gem. § 3 Abs. 6 VOL/A; keine Freihändige Vergabe
LIGA² Grafikdesign, Hannover	2018	Rahmenvertrag zur Gestaltung und Umsetzung von Marketing-Maßnahmen vom 15.05.2018	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
Image Marketing GmbH, Rastede	2018	Gestaltung und Druck von Autogrammkarten Minister Björn Thümler	Nein	Nein	Direktkauf gem. § 3 Abs. 6 VOL/A; keine Freihändige Vergabe
Agentur Krispin Marketing	2018	Organisation u. Betrieb Gemeinschaftsstand Agritechnica 2019	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO

Anlage 2 zur Antwort der Fragen 2 und 3 der KA 18/06223  
 "Werbemaßnahmen der Landesregierung"  
 des Abgeordneten Christopher Emden (AfD)

FAIRworldwide GmbH	2019	Messeorganisation Hannover Messe (Absage, Auftrag wurde nicht ausgeführt)	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO
B&W Grafikservice	2019	Ausstellung HS Hannover - Forschungsschwerpunkte präsentieren: Digitaldrucke	Nein	Nein	Direktkauf gem. § 3 Abs. 6 VOL/A;
FAIRworldwide GmbH	2019	Messeorganisation Hannover Messe (Absage, Auftrag wurde nicht ausgeführt)	Nein	Ja	Rückgriff auf jeweilige Wertgrenzenregelung gem. Wertgrenzenerlass bzw. NWertVO



Derzeit planen folgende Ministerien Werbemaßnahmen:

**Niedersächsisches Ministerium für Inneres und Sport**

Geplante Werbemaßnahmen	Haushaltsjahr	geschätztes Budget (brutto)
Sensibilisierung zur Cybersicherheit	2020	3.000,00 €
Kinderschutzallianz	2020	24.000,00 €

**Niedersächsisches Ministerium für Wissenschaft und Kultur**

Geplante Werbemaßnahmen	Haushaltsjahr	geschätztes Budget (brutto)
Neuausrichtung Corporate Design Norddeutscher Wissenschaftspreis	2020	4.000,00 € anteilig pro beteiligtem Bundesland

**Niedersächsisches Justizministerium**

Geplante Werbemaßnahmen	Haushaltsjahr	geschätztes Budget (brutto)
Einrichtung, Vereinheitlichung und Modernisierung eines einheitlichen Werbeauftritts der Niedersächsischen Justiz; Corporate Design und Slogan für Messestände pp., Einrichtung einer zentralen Karriere-Homepage für alle Berufsgruppen, ggf. Berufsvorstellungsfilme	2020	95.000,00 €

**Niedersächsisches Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Verkehr und Digitalisierung**

Geplante Werbemaßnahmen	Haushaltsjahr	geschätztes Budget (brutto)
Veranstaltung Ross trifft Bär	2020	8.000,00 €
Werbung am Flughafen	2020	29.750,00 €
Begrüßungsschilder Autobahnen	2019/2020	94.000,00 €
Standortmarketing: Online	2020	179.000,00 €
Standortmarketing: Publikationen etc.	2020	74.000,00 €

**Niedersächsisches Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz**

Geplante Werbemaßnahmen	Haushaltsjahr	geschätztes Budget (brutto)
Ministerium im Dialog (Diskussionen online oder analog wegen Corona)	2020	20.000,00 €
Barcamp (online oder analog wegen Corona)	2020	50.000,00 €