



Bundesministerium für Gesundheit, 11055 Berlin

Mitglied des Deutschen Bundestages  
Herrn Thomas Dietz  
11011 Berlin

**Sabine Dittmar**

Parlamentarische Staatssekretärin  
Mitglied des Deutschen Bundestages

HAUSANSCHRIFT Friedrichstraße 108, 10117 Berlin  
POSTANSCHRIFT 11055 Berlin

TEL +49 (0)30 18441-1070

FAX +49 (0)30 18441-1074

E-MAIL [PStin.Sabine.Dittmar@bmg.bund.de](mailto:PStin.Sabine.Dittmar@bmg.bund.de)

Berlin, 1. März 2022

**Schriftliche Frage im Monat Februar 2022**  
**Arbeitsnummer 2/325**

Sehr geehrter Herr Kollege,

Ihre Frage beantworte ich wie folgt:

Frage Nr. 2/325:

Welche Finanzmittel wurden seit 1. Oktober 2021 bis heute für die flächendeckende Werbekampagne für die Covid-19-Impfungen über die verschiedensten Medienkanäle zur Verfügung gestellt bzw. budgetiert (bitte nach Medienkanälen Printmedien, Internet, Radio, TV aufschlüsseln)?

Antwort:

Mit der Zulassung des ersten Impfstoffes gegen das Coronavirus und dem zeitgleichen Beginn der bundesweiten Impfkampagne Ende Dezember 2020 startete auch die begleitende Informations- und Aufklärungsarbeit zur Corona-Schutzimpfung. Die damit verbundenen Ausgaben wurden nahezu vollständig im Haushaltsjahr 2021 geleistet. Für die Informations- und Aufklärungsarbeit zur Eindämmung der Corona-Pandemie standen im Haushaltsjahr 2021 Mittel in Höhe von insgesamt 295.361.640,00 Euro (295.000.000,00 Euro im Einzelplan 15 sowie 361.640,00 Euro im Einzelplan 04) zur Verfügung. Die Gesamtsumme der geleisteten Ausgaben beträgt 286.096.965,93 Euro (Stand: 31. Dezember 2021).

Diese Ausgaben beinhalten nicht nur die Kommunikation zur Corona-Schutzimpfung, sondern auch zu weiteren Schutzmaßnahmen und allgemeinen Informationen zum Coronavirus (z. B. Corona-Tests, Einreisebestimmungen, Virus-Varianten). Eine trennscharfe Ermittlung der Kosten bzw. Ausgaben, die auf die Kommunikation zur Corona-Schutzimpfung entfallen, ist nicht möglich. Überschlägig ist allerdings davon auszugehen, dass rd. 90 bis 95 Prozent der geleisteten

Ausgaben für die Informations- und Aufklärungsarbeit zur Corona-Schutzimpfung eingesetzt wurden.

Für Mediaschaltungen von Informations- und Aufklärungsmaßnahmen anlässlich der Corona-Pandemie in digitalen und analogen Medien sind innerhalb des Zeitraums vom 1. Oktober bis 31. Dezember 2021 Gesamtausgaben in Höhe von 34.973.350 Euro entstanden. Davon entfallen 16.291.620 Euro auf Printmedien (z. B. regionale und überregionale Tageszeitungen), 2.388.770 Euro auf TV-Spots, 4.255.300 Euro auf Radio-Spots und 3.192.230 Euro auf Internet (Digitale und Soziale Medien). Weitere 8.845.430 Euro wurden für Maßnahmen im öffentlichen Raum aufgewendet (Außenwerbung, u. a. über Plakate, sog. City-Light-Poster und digitale Bildschirme).

Für das erste Quartal 2022 sind für entsprechende Mediaschaltungen haushälterische Mittel in Höhe von 32 Mio. Euro vorgesehen. Davon entfallen innerhalb des Zeitraums 1. Januar bis 28. Februar 2022 insgesamt 5.535.000 Euro auf Printmedien, 3.800.000 Euro auf TV-Spots, 2.440.000 Euro auf Radio-Spots und 2.328.750 Euro auf Internet. Für diesen Zeitraum sind zudem Ausgaben in Höhe von 4.968.000 Euro für Maßnahmen im öffentlichen Raum vorgesehen.

Mit freundlichen Grüßen

Handwritten signature of Sabina Dittmer in black ink.