

Der Staatsminister

SÄCHSISCHES STAATSMINISTERIUM DES INNERN
01095 Dresden

Präsidenten des Sächsischen Landtages
Herrn Dr. Matthias Rößler
Bernhard-von-Lindenau-Platz 1
01067 Dresden

Aktenzeichen
(bitte bei Antwort angeben)
Presse-1053/74/3

Dresden, 14. Februar 2020

Kleine Anfrage des Abgeordneten Sebastian Wippel (AfD)

Drs.-Nr.: 7/1473

**Thema: Kampagne „MEIN LAND, MEINE FREUNDE, MEINE
ENTSCHEIDUNG: Ja zur Einbürgerung“ des Sächsischen
Innenministeriums**

Sehr geehrter Herr Präsident,

namens und im Auftrag der Sächsischen Staatsregierung beantworte ich die Kleine Anfrage wie folgt:

Frage 1:

Welche Gesamtkosten sind in welchem Haushaltstitel für die Erstellung, Unterhaltung und Bewerbung der im Titel genannten Kampagne „Ja zur Einbürgerung“ bisher entstanden? Bitte gliedern Sie dabei die einzelnen Kostenpositionen auf (Gestaltung, Druck, Verbreitung etc.).

Haushaltsmittel für die Einbürgerungskampagne wurden bei der Haushaltsstelle 03 01/531 01 geplant und wie folgt abgerechnet:

Positionen	Kosten in EUR
Kampagnenkonzption einschließlich Gestaltung Druckerzeugnisse (Plakate und Faltblatt) und Website	10.055,50
Produktion Fotos und Videospots	16.859,98
Erstellung Website	Keine Sachkosten, da Eigenleistung
Druck der Druckerzeugnisse	4.409,74
Konfektionierung und Versand	Keine Sachkosten, da Eigenleistung
Präsentation zum Kampagnenstart (Plakataufsteller, Staffelei)	210,77
Gesamt	31.535,99 EUR

Hausanschrift:
Sächsisches Staatsministerium
des Innern
Wilhelm-Buck-Str. 2
01097 Dresden

Telefon +49 351 564-0
Telefax +49 351 564-3199
www.smi.sachsen.de

Verkehrsbindung:
Zu erreichen mit den Straßenbahnli-
nien 3, 6, 7, 8, 13

Besucherparkplätze:
Bitte beim Empfang Wilhelm-Buck-
Str. 2 oder 4 melden.

Frage 2:

Wann (tt.mm.jjjj) wurde die Kampagne gestartet, welche Laufzeit wird für sie veranschlagt und welche Zielsetzung verfolgt sie?

Die CDU Sachsen und die SPD Sachsen haben in ihrem Koalitionsvertrag 2014 bis 2019 vereinbart, „mit einer Einbürgerungskampagne dafür sorgen [zu wollen], dass mehr berufstätige Menschen in Sachsen die deutsche Staatsbürgerschaft annehmen.“ Das Sächsische Staatsministerium des Innern hat in Zusammenarbeit mit einer Werbeagentur eine entsprechende Kampagne entwickelt.

Ziel der Kampagne ist, Menschen, die längst unsere Sprache erlernt haben, sich in unterschiedlichen Berufen und unserer Gesellschaft einbringen und oftmals bereits Familien gegründet haben, aber keine deutschen Staatsbürger sind, die Möglichkeiten aufzuzeigen, die ihnen die deutsche Staatsbürgerschaft bietet. Gleichzeitig soll ein Beratungsangebot unterbreitet werden, um eventuelle Vorbehalte vor dem Einbürgerungsverfahren abzubauen.

Die Kampagne wurde im Rahmen des Einbürgerungsfestes im Sächsischen Landtag am 2. Juni 2018 gestartet. Eine konkrete Laufzeit ist nicht festgelegt.

Frage 3:

Welche Druckerzeugnisse (Flyer, Broschüren etc.) wurden im Rahmen der Kampagne mit welcher Auflage hergestellt und wo verbreitet? Ich bitte um exakte Angaben.

Für die Kampagne wurden Plakate und Informationsfaltblätter produziert.

Es handelt sich um keine Großflächenkampagne. Die Zielgruppe sollte gezielt angesprochen werden. Die Printmedien wurden daher bei Ausländer- und Meldebehörden im Freistaat Sachsen, an Universitäten, Hochschulen und Forschungsinstituten sowie an Volkshochschulen und Bildungswerken, überall dort also, wo Menschen aus verschiedenen Ländern aufeinandertreffen, aufgehängt und ausgelegt.

Insgesamt wurden 459 Plakate und 29.650 Informationsfaltblätter sowie 600 Papp-Spender für die Präsentation der Faltblätter gedruckt und verteilt. Abhängig von der Größe der Einrichtung wurden entweder zwei Plakate, 200 Faltblätter und vier Papp-Spender oder ein Plakat, 50 Faltblätter und ein Papp-Spender ausgegeben.

Frage 4:

Wann und zu welchen Konditionen wurden seit Kampagnenstart Anzeigen bzw. Inhalte der Kampagne auf welchen Werbeträgern (Printmedien, elektronische Medien, Außenwerbung etc.) geschaltet bzw. publiziert? Ich bitte um exakte Angaben.

Da es sich um keine Großflächenkampagne handelt, wurde auf Anzeigen-Werbung verzichtet.

Frage 5:

Welche zusätzlichen Maßnahmen wurden ergriffen, um die Bekanntheit der Kampagne innerhalb des Zielpublikums zu fördern?

Seit Kampagnenstart ist die Kampagnenwebsite www.einbuergierung.sachsen.de geschaltet. Dort werden die wichtigsten Fragen zum Thema Einbürgerung beantwortet und an entsprechende Ansprechpartner und Stellen verwiesen. Auf der Website sind kurze Videos eingebunden, in denen die Protagonisten im Interview ihre persönliche Einbürgerungsgeschichte erzählen. Die Videos sind auch auf YouTube veröffentlicht.

Darüber hinaus wurde auf den Social Media-Kanälen Facebook, Twitter und Instagram des Staatsministeriums des Innern jeweils einmal über den Kampagnenstart berichtet.

Mit freundlichen Grüßen



Prof. Dr. Roland Wöller