

Kleine Anfrage

der Fraktion der CDU/CSU

Informationsoffensive des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft zum Ökolandbau „Bio? Na Logo!“

Die Informationsoffensive „Bio? Na Logo!“ des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) ist nach eigener Aussage ein Baustein der Bio-Strategie 2030 (BMEL – Informationsoffensive Ökolandbau). Laut BMEL ist das Ziel der Informationsoffensive, Bürgerinnen und Bürger über das EU-Bio-Logo und die Mehrwerte der ökologischen Land- und Lebensmittelwirtschaft zu informieren.

Wir fragen die Bundesregierung:

1. Wie hoch sind die Gesamtkosten der BMEL-Kampagne „Bio? Na Logo!“ für die Jahre 2023 und 2024, und wie sieht die Kostenschätzung für das Jahr 2025 aus?
2. Welche Mittel wurden seitens der Bundesregierung für die Online- und Offlinewerbung der Kampagne „Bio? Na Logo!“ aufgewendet (bitte für Anzeigen im Internet, Videos etc. genau auflisten)?
3. Welche konkreten Zielgruppen werden mit der Kampagne „Bio? Na Logo!“ angesprochen, und wie wurden diese definiert?
4. Über welche Medienkanäle wird die Kampagne „Bio? Na Logo!“ derzeit verbreitet?
5. Welche Social-Media-Plattformen nutzt das BMEL zur Verbreitung der Informationen der Kampagne „Bio? Na Logo!“, welche Reichweite wurde hierbei angestrebt, und welche Reichweite wurde tatsächlich erreicht?
6. Nach welchen Kriterien wurden die Kanäle ausgewählt, und inwiefern spielen Zielgruppenanalysen eine Rolle bei der Auswahl?
7. Gibt es regelmäßige Erfolgskontrollen und Anpassungen der Medienstrategie bei der Kampagne „Bio? Na Logo!“, und wenn ja, welche Ergebnisse haben diese Kontrollen bereits gebracht?
8. Wie bewertet die Bundesregierung den aktuellen Wissensstand der Bürgerinnen und Bürger über das EU-Bio-Logo, welche Messgrößen wurden zur Zielerreichung der Kampagnen festgelegt?
9. Welche genauen Mehrwerte erwarten die Bundesregierung und das BMEL für den Ökolandbau?
10. Wurde vor Kampagnenstart eine Analyse zur Notwendigkeit und Wirksamkeit der Informationsmaßnahmen durchgeführt, und wenn ja, welche Erkenntnisse ergab diese Analyse?

11. Welche Evaluationen sind vorgesehen, um die Zielerreichung der Kampagne zu messen und zu bewerten?
12. Welche Erfolgsindikatoren setzt das BMEL ein, um den Erfolg der Kampagne zu überprüfen?
13. Welche Erkenntnisse liegen der Bundesregierung darüber vor, ob die Bürgerinnen und Bürger ausreichend über das EU-Bio-Logo informiert sind?
14. Welche anderen Akteure leisten Aufklärungsarbeit zum EU-Bio-Logo und in welchem Umfang?
15. Warum hält das BMEL eine zusätzliche staatliche Informationskampagne für notwendig?
16. Plant das BMEL eine Fortführung der „Bio? Na Logo!“-Kampagne für 2025, und wenn ja, mit welchen inhaltlichen Schwerpunkten?

Berlin, den 28. November 2024

Friedrich Merz, Alexander Dobrindt und Fraktion