

## **Antrag**

**des Abg. Friedrich Haag u. a. FDP/DVP**

### **Informationen zur Kampagne „MoBABYlity“**

Der Landtag wolle beschließen,  
die Landesregierung zu ersuchen,

zu berichten,

1. wer die Zielgruppen der Kampagne sind;
2. wie sichergestellt wird, dass die strategischen Zielgruppen der Kampagne effektiv erreicht werden;
3. welchen konkreten Sinn und Zweck die Kampagne verfolgt;
4. welche zentrale Botschaft mit der Kampagne vermittelt werden soll;
5. inwieweit die Inhalte der Werbevideos wie das Abschlecken einer Haltestange durch ein Kleinkind (siehe Video: „Zwischenverpflegung“) mit der zentralen Botschaft und dem Zweck der Kampagne verbunden sind;
6. welche Kosten bisher im Rahmen der „MoBABYlity“- Kampagne angefallen sind, unter Angabe der Verteilung auf die verschiedenen Kanäle (z.B. Online-Werbung, Print, Plakate, Social Media, etc.);
7. welche Auswahlkriterien für die Beauftragung von externen Dienstleistern und Agenturen mit der Konzeption und Implementierung der Kampagne verwendet wurden;
8. inwieweit es öffentliche Ausschreibungen für die Kampagne gab;
9. welche Kosten für die Konzeption, Produktion und die Bereitstellung der „Meilensteinkarten“ angefallen sind;
10. ob die „Meilensteinkarten“ weiterhin Teil der Kampagne sind, da auf der Website <https://www.neue-mobilitaet-bw.de/mobabylity> (Stand 01.10.2024) aktuell keine Bestellmöglichkeit besteht;
11. inwieweit bei der Konzeption und Umsetzung der Videokampagne offiziellen Expertenempfehlungen zum Schutz der Würde und Privatsphäre von Kindern in Medienproduktionen Rechnung getragen wurde;
12. warum im Rahmen der Videoreihe entschieden wurde, Inhalte von weinenden Kindern und Kindern mit von Essen beschmiertem Gesicht zu veröffentlichen, obwohl zahlreiche offizielle Stellen, darunter auch die Polizeiliche Kriminalprävention der Länder und des Bundes (ProPK), Privatpersonen ausdrücklich davor warnen, solche Inhalte zu teilen;
13. wie im Rahmen der Kampagne die Konformität mit den relevanten Artikeln der DSGVO in Bezug auf die abgebildeten Kinder sichergestellt wurde;

14. welche quantifizierbaren Erfolge durch die Kampagne bisher erzielt wurden, unter Angabe der Definition der Erfolgskriterien sowie der Verteilung von Kriterien wie Reichweite und Engagement-Raten auf die einzelnen Maßnahmen.

Haag, Dr. Jung, Scheerer, Haußmann, Dr. Schweickert, Bonath, Karrais, Reith, Hoher FDP/DVP

07.10.2024

#### Begründung

Das Ministerium für Verkehr Baden-Württemberg hat im Rahmen der Kampagne „MoBABYlity“ verschiedene Inhalte, darunter auch eine 13-teilige Werbevideoreihe, veröffentlicht. Die konkreten Werbekosten sowie die Zielsetzung und die Erfolgseinschätzung der Kampagne sollen durch den Antrag beleuchtet werden.