

17. Wahlperiode

Schriftliche Anfrage

der Abgeordneten Dr. Gabriele Hiller (LINKE)

vom 17. Februar 2016 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 18. Februar 2016) und **Antwort**

BBB: Verkauf von Jahreskarten – eine Erfolgsstory?

Im Namen des Senats von Berlin beantworte ich Ihre Schriftliche Anfrage wie folgt:

1. Wie viele Premium-Jahreskarten wurden 2015 durch die BBB verkauft?

Zu 1.: Zum Stichtag 31.12.2015 hatten die Berliner Bäder-Betriebe (BBB) insgesamt 2755 Premiumkarten-Kundinnen und Kunden. Davon wurden 1388 Premiumkarten-Verträge im Jahr 2015 neu abgeschlossen.

2. Wie hoch waren die Einnahmen aus dem Verkauf dieser Premium-Jahreskarten absolut und wie hoch war deren prozentualer Anteil an den Gesamteinnahmen der BBB aus dem Ticket-Verkauf?

Zu 2.: Die Umsätze aus Premiumkarten belaufen sich 2015 auf 675,3 Tausend (T) € (2014: 358,5 T€). Dies entspricht einem Anteil von 4,1 % (2014: 2,5%) an den Umsatzerlösen aus Schwimmbad- und Saunaeintritt.

3. Wie viele BBB-Jahreskarten wurden als Zugabe zum Abschluss eines Abonnement-Vertrages welcher Tageszeitungen verkauft und welche Einnahmen wurden auf diesem Wege erzielt?

Zu 3.: In 2015 wurden 500 Premiumkarten als Abonnement-Prämie durch die Berliner Verlag GmbH an Neuabonnentinnen und Neuabonnenten vergeben. Die Berliner Verlag GmbH ist Herausgeber der Berliner Zeitung und des Berliner Kuriers.

Die 500 Premiumkarten wurden der Berliner Verlag GmbH gemäß Kooperationsvereinbarung zum „Tarif bei Einmalzahlung“ in Höhe von brutto 539,00 € verkauft. Insgesamt hatten die 500 Premiumkarten einen Nettowert von 251.896,16 € zuzüglich 7% Mehrwertsteuer, also einen Bruttowert in Höhe von 269.500,00 €.

4. Teilt der Senat die Einschätzung, dass die Verbindung von öffentlich subventionierten BBB-Jahreskarten als Abschlussprämie für einen Abonnement-Vertrag mit einer Tageszeitung als möglicher Versuch der Einflussnahme auf die Berichterstattung der Presse gewertet werden könnte und daher abzulehnen ist?

Zu 4.: Nein, diese Einschätzung ist abwegig.

5. Wie bewertet es der Senat, wenn Käufer/innen von BBB-Jahreskarten sich benachteiligt fühlen angesichts der Gratis-Vergabe von BBB-Jahreskarten als Abschlussprämie für einen Abonnement-Vertrag für eine Tageszeitung?

Zu 5.: Die Tatsache, dass ein Verlag die BBB-Jahreskarte für so attraktiv hält, um sie als Prämie für einen Abonnement-Vertrag zu gewähren, wird positiv bewertet.

6. Inwiefern und durch wen gibt es eine Evaluierung des Verfahrens des Jahreskartenverkaufs durch die BBB und wie sieht das Ergebnis aus? Welche Schlussfolgerungen werden gezogen?

Zu 6.: Die BBB nehmen monatlich eine Evaluierung der Premiumkarte vor. Hierbei werden folgende Faktoren betrachtet:

- Anzahl der Kundinnen und Kunden / Entwicklung der Kundinnen – und Kundenanzahl
- Verteilung auf Normaltarif und ermäßigten Tarif
- Herkunft der Kundinnen und Kunden
- Besuchsfrequenzen pro Kundin und Kunde
- Besuchte Bäder
- Besuchszeiten (Schwerpunktzeiten)

Im Ergebnis haben die BBB festgestellt, dass die Premiumkarte bei den Kundinnen und Kunden nicht nur sehr gut angenommen, sondern auch sehr beliebt ist.

Eine darüber hinausgehende Evaluierung ist zum Ende des Jahres 2016 geplant.

Berlin, den 01. März 2016

In Vertretung

Andreas Statzkowski
Senatsverwaltung für Inneres und Sport

(Eingang beim Abgeordnetenhaus am 09. Mrz. 2016)