Abgeordnetenhaus BERLIN

Drucksache 17 / 12 421
Kleine Anfrage

17. Wahlperiode

Kleine Anfrage

des Abgeordneten Dr. Wolfgang Albers (LINKE)

vom 10. Juli 2013 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 15. Juli 2013) und **Antwort**

Charité & Friends

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

Die Kleine Anfrage betrifft Sachverhalte, die der Senat teilweise nicht aus eigener Kenntnis beantworten kann oder deren Rechercheaufwand dem Umfang einer Kleinen Anfrage nicht gerecht wird. Er ist gleichwohl bemüht, Ihnen Antworten auf Ihre Fragen zukommen zu lassen und hat daher die Charité – Universitätsmedizin Berlin um Stellungnahme bzw. Auskunft gebeten. Diese ist in die Antworten einbezogen.

1. Treffen Meldungen zu, dass die Agentur „Scholz & Friends Agenda“ ab sofort die Charité bei der internen und externen Kommunikation ihrer Modernisierungs- und Neubaumaßnahmen begleiten wird?

Zu 1.: Ja, die Agentur Scholz & Friends wird die Unternehmenskommunikation der Charité unterstützen, die zahlreichen Informationen während der Umsetzung der Masterplan-Projekte für die verschiedenen Zielgruppen aufzubereiten.

2. Wer hat über die Notwendigkeit einer solchen externen „Begleitung“ entschieden? War der Aufsichtsrat an dieser Entscheidung beteiligt? Haben die Mitglieder des Senats diese Entscheidung mitgetragen?

Zu 2.: Es gibt einen Vorstandsbeschluss, den Bauprozess durch eine Kommunikationsagentur unterstützen zu lassen.

3. Welches sind die Gründe für diese Entscheidung?

Zu 3.: Die Umsetzung des Masterplans der Charité wird die baulichen Strukturen verbessern, aber auch zu internen und externen Veränderungen führen. Bereits während der Sanierungsphase werden sich für viele der ca. 650.000 Patientinnen und Patienten, die jährlich stationär oder ambulant an der Charité behandelt werden, Änderungen ergeben. Die Charité möchte ihre Patientinnen und Patienten, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Studierenden sowie die niedergelassenen Ärztinnen und Ärzte wie auch die Berliner Öffentlichkeit hierüber aktiv und bestmöglich informieren.

4. Warum benötigt der nach dem auf der Internetseite der Charité veröffentlichtem Organigramm mit 13 Personen zumindest komfortabel besetzte Geschäftsbereich Unternehmenskommunikation noch eine solche zusätzliche Unterstützung, zumal hier bereits zwei Mitarbeiter als allein zuständig für das sogenannte „Infocenter Bau“ ausgewiesen sind?

Zu 4.: Die Darstellung des Organigramms berücksichtigt keine derzeit vorhandenen Vakanzen und Ausfälle und differenziert auch nicht zwischen Vollbeschäftigten und Teilzeitbeschäftigten. Die Ausstattung der Unternehmenskommunikation der Charité liegt bezogen auf Umsatz, Anzahl der Patientinnen und Patienten oder Zahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Unternehmens teils ganz erheblich unterhalb der anderer Universitätskliniken und Wissenschaftseinrichtungen.

Eine bedarfsweise abrufbare und durch den Projektbezug auch zeitlich limitierte Verstärkung für diese Aufgabe wurde insofern für sinnvoll gehalten.

5. Was ist die genaue Aufgabenstellung der Agentur und was erwartet die Charité konkret von der Einschaltung der Agentur?

Zu 5.: Die Agentur erstellt ein Konzept für die Baukommunikation und unterstützt vor allem bei der Erstellung von Informationsmaterialien.

6. Wie viele Unternehmen haben sich um den Auftrag beworben?

Die Drucksachen des Abgeordnetenhauses sind bei der Kulturbuch-Verlag GmbH zu beziehen.
Hausanschrift: Sprosserweg 3, 12351 Berlin-Buckow · Postanschrift: Postfach 47 04 49, 12313 Berlin, Telefon: 6 61 84 84; Telefax: 6 61 78 28.

Zu 6.: Um den Auftrag haben sich fünf Unternehmen im Rahmen eines formellen Ausschreibungsverfahrens beworben.

7. Wer bzw. welches Gremium hat die Auswahl unter den beteiligten Bewerbern getroffen?

Zu 7.: Die Zuschlagserteilung erfolgte nach Wertung der Angebote. Zur Wertungskommission gehörten je ein verantwortlicher Vertreter des Vorstandes, der Unternehmenskommunikation und zwei Vertreter des Bereiches Bau und Technik. Die Leitung der Vergabestelle der Charité hat das Verfahren vergaberechtlich begleitet.

8. War der Aufsichtsrat der Charité an der Entscheidung für die Agentur Scholz & Friends beteiligt? Haben die zuständigen Senatsmitglieder im Aufsichtsrat der Vergabe an dieses Unternehmen zugestimmt?

Zu 8.: Der Aufsichtsrat war an dieser operativen Entscheidung nicht beteiligt, denn es handelt sich um kein zustimmungspflichtiges Geschäft.

9. Wie lange läuft der Vertrag und zu welchen finanziellen Konditionen wurde er abgeschlossen?

Zu 9.: Der Vertrag wurde vorerst für 12 Monate unterzeichnet, eine projektbezogene Begleitung für die Dauer der Baumaßnahmen ist möglich. Die Leistungen werden bedarfsweise abgerufen und nach Tagessätzen kalkuliert.

10. Warum wählt eine öffentliche Körperschaft wie die Charité mit „Scholz & Friends“ ausgerechnet eine Agentur, die seit ihrer Gründung eng an die „Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft“ (INSM) gebunden war und dabei stets deren neoliberale Zielsetzungen und deren Credo zu einem strikten Privatisierungskurs öffentlicher Aufgaben offensiv begleitet hat?

Zu 10.: Maßstab für die Auswahl der Agentur waren das eingereichte Angebot und die präsentierte Konzeption für die Baukommunikation der Charité.

11.: Ist der Senator für Justiz und Verbraucherschutz Thomas Heilmann noch direkt oder indirekt an „Scholz & Friends“ beteiligt bzw. welche Beziehungen unterhält er zu seinem früheren Unternehmen?

Zu 11.: Der Senator für Justiz und Verbraucherschutz, Thomas Heilmann, ist in keiner Form an „Scholz & Friends“ beteiligt und hat auch keinerlei Beziehungen mehr, aus denen sich wirtschaftliche Vorteile direkt oder indirekt für ihn ergeben könnten.

12.: Hält es der Senat für politisch korrekt und vertretbar, wenn Unternehmen, die in einer solchen engen Beziehung zu einem Senatsmitglied stehen oder in jüngster Vergangenheit noch standen, öffentliche Aufträge erhalten und dann auch noch von Unternehmen, in denen andere Senatsmitglieder im Aufsichtsrat sitzen?

Zu 12.: Aufgrund der Antworten zu 8. und 11. ergibt sich ein weder rechtlich noch politisch zu beanstandendes Verfahren.

Das Ergebnis der Ausschreibung wäre rechtswidrig, wenn man Scholz & Friends entweder von der Beteiligung ausgeschlossen oder trotz des besten Angebots nicht berücksichtigt hätte. Denn diese Entscheidungen dürfen bei Ausschreibungen nur aus sachlichen Gründen getroffen werden.

13.: Hat die Charité noch weitere Verträge mit externen Agenturen? Wenn ja: Für wie lange und mit welchem Finanzvolumen für die Jahre 2012 und 2013 bzw. folgende?

Zu 13.: Die Agentur Kohl PR & Partner unterstützt die Gestaltung von Imagebroschüren in diesem Zeitraum für einen fünfstelligen Betrag.

Berlin, den 16. August 2013

In Vertretung

Dr. Knut Nevermann
Senatsverwaltung für Bildung,
Jugend und Wissenschaft

(Eingang beim Abgeordnetenhaus am 23. Sep. 2013)