Abgeordnetenhaus BERLIN

Drucksache 17 / 15 404
Schriftliche Anfrage

17. Wahlperiode

Schriftliche Anfrage

des Abgeordneten Dr. Klaus Lederer (LINKE)

vom 28. Januar 2015 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 28. Januar 2015) und **Antwort**

Wie viel kostet die Olympiakampagne des Senats? (II)

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

1. Trifft es zu, dass die Kampagne „Wir wollen die Spiele! Berlin für Olympia“, die der Regierende Bürgermeister am 23. Januar 2015 eröffnet hat und die die Beeinflussung der öffentlichen Meinung zugunsten einer Bewerbung für Berlin zu den Olympischen und Paralympischen Spielen 2024 oder 2028 zum Ziel hat, auf die Initiative des Senats von Berlin zurückgeht?

2. Wenn nein: Auf wessen Initiative geht diese Kampagne zurück, wer hat sie initiiert und welche Rolle spielte in diesem Zusammenhang das Wirken des Senats von Berlin?

3. Wenn ja: Wer koordiniert die Kampagne und welche Partnerinnen und Partner sind durch wen für die Beteiligung an der Kampagne gewonnen worden

Zu 1. bis 3.: Die Kampagne „Wir wollen die Spiele!“ ist ein gemeinsames Projekt der Initiative Sportmetropole Berlin, des Landessportbundes Berlin, der Berlin Partner für Wirtschaft und Technologie GmbH, der Initiative Berliner Proficlubs, des Berlympic e. V. und des Berliner Senats.

Die Idee für die Kampagne entstand im Rahmen der Zusammenarbeit für die Berliner Interessenbekundung zur Austragung Olympischer und Paralympischer Spiele. Die Kampagne wird von den genannten Akteuren gemeinschaftlich koordiniert.

Das Leitmotiv „Wir wollen die Spiele“ und verschiedene Kampagnenelemente können auf der Seite www.wirwollendiespiele.de kostenfrei heruntergeladen und frei verwendet werden. Auf diese Weise können sich alle Interessierten unkompliziert an der Kampagne beteiligen. Entsprechend finden die Aktivitäten im Rahmen der Kampagne dezentral statt. Teil der Kampagne sind die Olympischen und Paralympischen Wochen Berlin, die der Regierende Bürgermeister am 23. Januar 2015 eröffnet hat.

4. Wenn nein: Auf wessen Initiative geht diese Kampagne zurück, wer hat sie initiiert und welche Rolle spielte in diesem Zusammenhang das Wirken des Senats von Berlin?

Zu 4.: Das Ziel der Kampagne besteht darin, die Berlinerinnen und Berliner über das Thema einer möglichen Berliner Olympiabewerbung zu informieren und auf die Argumente hinzuweisen, die für Olympia in Berlin sprechen (ein Papier mit der Argumentationslinie des Senats ist den Abgeordneten mit Anlage c) der Drucksache 17/1990 zugegangen). Die Frage der Medienauswahl liegt bei den jeweiligen Akteuren. Die Kampagne ist zunächst bis zur Entscheidung des Deutschen Olympischen Sportbunds (DOSB) über die nationale Bewerberstadt für die Austragung Olympischer und Paralympischer Spiele 2024 angelegt.

5. Welche Unternehmen, die vom Land Berlin beherrscht werden, sind an dieser Kampagne beteiligt?

6. Welche Unternehmen, an denen das Land Berlin als Minderheitseigentümer Anteile hält, sind an dieser Kampagne beteiligt?

Zu 5. und 6.: Am 17.12.2014 fand im Berliner Rathaus ein Informationsgespräch mit Berliner Landesbeteiligungen zu den geplanten Olympischen und Paralympischen Wochen statt. Umfang und Art der Beteiligung an den Olympischen und Paralympischen Wochen oder sonstiger Aktivitäten bestimmen sämtliche Beteiligten eigenständig.

7. Welche sonstigen Einrichtungen der mittelbaren und unmittelbaren Landesverwaltung Berlins sind an dieser Kampagne beteiligt?

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 7.: Die Senatsverwaltungen beteiligen sich jeweils individuell an der Kampagne, bspw. durch die Einbindung des Kampagnen-Logos in die E-Mail-Footer oder durch individuelle Termine der Senatorinnen und Senatoren mit Olympiabezug.

8. In welchem Umfang fließen im Landeshaushalt etatisierte Mittel in die Kampagne, aus welchen Titeln welcher Verwaltungen werden diese Mittel bereitgestellt und wozu werden diese Mittel verwendet (bitte im Einzelnen auflisten)?

9. In welchem Umfang fließen jeweils Mittel von sonstigen Einrichtungen der mittelbaren oder unmittelbaren Landesverwaltung in diese Kampagne und wozu werden diese Mittel verwendet (bitte im Einzelnen auflisten und auch angeben, inwieweit durch die Durchführung der Kampagne auf Einnahmen verzichtet wird, beispielsweise durch Bereitstellung von Werbeflächen etc., die sonst anderweitig vermarktet würden)?

10. In welchem Umfang fließen jeweils Mittel von Unternehmen des privaten Rechts, an denen das Land unmittelbar oder mittelbar beteiligt ist, in diese Kampagne und wozu werden diese Mittel verwendet (bitte im Einzelnen auflisten und auch angeben, inwieweit durch die Durchführung der Kampagne auf Einnahmen verzichtet wird, beispielsweise durch Bereitstellung von Werbeflächen etc., die sonst anderweitig vermarktet würden)?

Zu 8. bis 10.: Es wird auf die Antworten des Senats zur Schriftlichen Anfrage 17/15279 verwiesen.

11. In welchem Umfang wirbt der Senat oder werben Einrichtungen i.S.d. Fragen 4 bis 6, auf die der Senat Einfluss hat, für die Durchführung der Kampagne Sponsoring-Leistungen ein und worin bestehen jeweils die vereinbarten Gegenleistungen (bitte nach Einrichtungen und Sponsoren im Einzelnen aufführen)?

Zu 11.: Der Senat bemüht sich um eine möglichst hohe Beteiligung privater Akteurinnen und Akteure an der Kampagne. So stellen etwa die bei Berlin Partner zusammengeschlossen Unternehmen Barmittel sowie Sachleistungen zur Verfügung (Werbefläche, Druck von Informationsbroschüren etc.), der Berlympic e. V. hat Plakatmotive erarbeitet und der Kampagne zur Verfügung gestellt. Eine Gegenleistung erfolgt nicht. Getragen werden die Aktivitäten von dem gemeinsamen Wunsch, eine der größten Sportveranstaltungen der Welt in unserer Stadt auszurichten. Im Übrigen wird auf Antwort 8 verwiesen.

12. Welche Ressourcen stellt der Senat von Berlin Initiativen und anderen gesellschaftlichen Akteur*innen direkt oder mittelbar zur Verfügung, um der Gegenposition einen angemessenen Raum zur Vermittlung ihrer Argumente zu ermöglichen?

Zu 12.: Das Partizipationskonzept des Senats wird bis zur Entscheidung des DOSB voraussichtlich Kosten in Höhe von ca. 130.000 Euro verursachen. Für Details wird auf die Antworten des Senats zur Schriftlichen Anfrage 17/15279 verwiesen.

Die Umsetzung des politisch verbindlichen Bürgervotums, mit dem die Berlinerinnen und Berliner darüber entscheiden können, ob die Stadt für eine internationale Olympiabewerbung zur Verfügung steht, wird ca. 3,5 Millionen Euro kosten. Im Rahmen der Befragung bekommen die Fraktionen des Abgeordnetenhauses die Möglichkeit, ihre ggf. abweichenden Sichtweisen zur Bewerbung um Olympische und Paralympische Spiele in Berlin darzustellen.

13. Ist es zutreffend, dass der Senat als exekutiver Initiator des Vorhabens „Bewerbung um Olympische und Paralympische Spiele in Berlin“ gewissermaßen in eigener Sache wirbt, um bei der geplanten „unverbindlichen Volksbefragung“, an dessen Ergebnis er sich zu halten gedenkt, einen Erfolg zu erzielen?

Zu 13.: Der Senat wirbt für die Stadt Berlin als Sportmetropole.

14. Wenn 12. Ja: Sieht der Senat kein Problem darin, mit öffentlichen Ressourcen werbend massiv auf die Berliner*innen Einfluss zu nehmen, ohne dabei abweichenden Sichtweisen und Positionen verbindlich adäquaten Raum zu geben und damit der Chancengleichheit im politischen Willensbildungsprozess Rechnung zu tragen?

Zu 14.: Ein Senat, der kein Interesse an der Beteiligung der Bürgerinnen und Bürger hätte, würde kein politisch verbindliches Bürgervotum durchführen, sondern hätte die Olympiabewerbung Berlins schlicht beschlossen.

Berlin, den 12. Februar 2015

In Vertretung

Andreas Statzkowski
Senatsverwaltung für Inneres und Sport

(Eingang beim Abgeordnetenhaus am 18. Feb. 2015)