

17. Wahlperiode

Schriftliche Anfrage

des Abgeordneten **Dr. Turgut Altug (GRÜNE)**

vom 18. März 2015 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 19. März 2015) und **Antwort**

Stadtbaumkampagne: mehr Bäume, weniger Reklame!

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

Frage 1: Wie hoch sind die Personalausgaben der Stadtbaumkampagne für die Öffentlichkeitsarbeit (bitte aufschlüsseln nach internem und externem Personal sowie nach Vollzeitäquivalenten)?

Antwort zu 1: Die externen Personalkosten für die Öffentlichkeitsarbeit der Stadtbaumkampagne betragen rd. 30.000 Euro pro Jahr für die Hotline zur Beratung der Spendenden und Koordinierung der Spendeneingänge.

Die Kosten für die Leistungen der Werbeagentur sind der Beantwortung der Schriftlichen Anfrage von Dr. Turgut Altug (Grüne) vom 4. Februar 2015 über Straßenbäume in Berlin – wie nachhaltig ist die Stadtbaumkampagne? (Nr. 17 / 15472) zu entnehmen.

Bei den internen Personalausgaben der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt entfallen auf den Bereich der Öffentlichkeitsarbeit der Stadtbaumkampagne rund 0,25 Vollzeitäquivalenten (VZÄ).

Frage 2: Hat für die Durchführung der Stadtbaumkampagne oder einzelner Leistungen der Kampagne eine Ausschreibung stattgefunden? Wenn nein, warum nicht? Wenn ja, wann wurden die Leistungen wo ausgeschrieben? Wie viele Angebote gab es? Nach welchen Kriterien erfolgte die Auftragsvergabe? Welcher Bewerber erhielt den Zuschlag?

Antwort zu 2: Hinsichtlich der Stadtbaumkampagne werden die notwendigen Leistungen regelmäßig ausgeschrieben.

Die Leistungen des Landschaftsarchitekten werden mittlerweile im Jahresturnus jeweils für zwei Bauabschnitte beschränkt durch eine Angebotsaufforderung ausgeschrieben.

Die Leistungen des Baumgutachters werden jeweils für drei Bauabschnitte beschränkt ausgeschrieben.

Die Leistungen der Firmen des Garten- und Landschaftsbaus werden zweimal pro Jahr, das heißt für jeden Bauabschnitt im Frühjahr und Herbst öffentlich ausgeschrieben. Veröffentlicht werden die Ausschreibungen für die Landschaftsbauleistungen auf www.berlin.de/vergabeplattform/veroeffentlichungen.

Es gibt pro Bauabschnitt in der Regel 8 Lose mit jeweils ca. 75 bis 80 Baumpflanzungen. Üblicherweise bewerben sich 25 bis 30 Firmen. Davon geben dann 15 bis 20 Bewerberinnen und Bewerber tatsächlich ein Angebot ab. Jede/jeder Bietende kann nur für ein Los je Bauabschnitt den Auftrag erhalten. Somit soll die Durchführbarkeit und zügige Umsetzung der Pflanzung sichergestellt werden. Die Firmen müssen präqualifiziert sein (Präqualifizierungsliste [PQ] oder Unternehmer- und Lieferantenverzeichnis für öffentliche Aufträge [ULV]) oder die Eigenerklärung zur Eignung mit entsprechenden Referenzen nachweisen. Erfahrungsgemäß bewerben sich inzwischen immer die gleichen Firmen aus Berlin und dem Umland. Beim 6. Bauabschnitt (Frühjahr 2015) erhielten die Firmen Flöter & Uszkureit, Gebrüder Brodmann, Blattwerk, Märkisch Grün, Grünblick, KARA und Alpina AG Berlin den Zuschlag.

Hinsichtlich der Werbeagentur wurde im Jahr 2012 ein Agenturpitch durchgeführt, um eine Kommunikationsstrategie entwickeln zu lassen. Anschließend wurde mit der ausgewählten Agentur ein Rahmenvertrag bis 2015 geschlossen.

Frage 3: Wie erklärt sich der Anstieg der Kosten für die Öffentlichkeitsarbeit von 45.000 € im Jahr 2012 auf 75.000 € im Jahr 2014 bei weitgehend gleichbleibenden Leistungen?

Antwort zu 3: Die Höhe der Kosten für die Öffentlichkeitsarbeit werden zum einen von der Art, zum anderen vom Umfang der beauftragten Werbemaßnahmen bestimmt.

Da die Stadtbaumkampagne offiziell im November 2012 gestartet ist, war der Umfang der Maßnahmen in diesem Jahr entsprechend geringer als im Jahr 2014, in dem es zwei Bauabschnitte und damit zwei Spendenphasen gab.

Frage 4: Wie bewertet der Senat den Erfolg der Öffentlichkeitsarbeit im Hinblick auf das sinkende Spendenaufkommen und die rückläufige Zahl der jährlich gepflanzten Bäume (2013: 1.600; 2014: 1.200)?

Antwort zu 4: Die Entwicklung des Spendenaufkommens ist folgender Tabelle zu entnehmen:

Jahr	Spenden für die Stadtbaumkampagne
2012 (nur Dezember)	7.960,00 Euro
2013	250.843,58 Euro
2014	81.738,66 Euro
2015 (Stand: 17. März)	45.880,00 Euro
Summe	386.422,24 Euro

Die Auflistung belegt, dass die Spendeneinnahmen zugunsten der Stadtbaumkampagne Schwankungen unterliegen. Nach einer hohen anfänglichen Spendenbereitschaft im Jahr 2013 flaute die Höhe der Spenden in 2014 erwartungsgemäß ab. Für das Jahr 2015 ist wieder ein hoher Anstieg zu verzeichnen, was darauf hinweist, dass sich die Stadtbaumkampagne auch auf Grund der guten Öffentlichkeitsarbeit inzwischen etabliert hat.

Die Verringerung der Pflanzungen ist maßgeblich auf Wunsch der Bezirke erfolgt. Auf Grund der Erfahrungen der letzten Jahrzehnte werden potenzielle Baumstandorte im Vorfeld der Pflanzung auf ihre Eignung geprüft, beispielsweise im Hinblick auf vorhandene Leitungen. Das bedeutet einerseits einen hohen zusätzlichen Aufwand für die Bezirke, zum anderen kommen einige Standorte für eine Nachpflanzung nicht mehr in Frage.

Die Öffentlichkeitsarbeit für die Stadtbaumkampagne und die Kampagne selbst werden vom Senat als sehr erfolgreich bewertet.

Berlin, den 26. März 2015

In Vertretung

Christian Gaebler

.....

Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt

(Eingang beim Abgeordnetenhaus am 30. Mrz. 2015)