Abgeordnetenhaus BERLIN

Drucksache 18 / 28 337
Schriftliche Anfrage

18. Wahlperiode

Schriftliche Anfrage

der Abgeordneten Dr. Kristin Brinker (AfD)

vom 10. August 2021 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 11. August 2021)

zum Thema:

Wahlkampf für Franziska Giffey auf Staatskosten? Freedom-Dinner am 07.08.2021 auf dem Gelände des ehemaligen Flughafen Tegel

und **Antwort** vom 27. August 2021 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 31. Aug. 2021)

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.

Senatsverwaltung für Wirtschaft,
Energie und Betriebe

Frau Abgeordnete Dr. Kristin Brinker (AfD)
über
den Präsidenten des Abgeordnetenhauses von Berlin

über Senatskanzlei - G Sen -

A n t w o r t
auf die Schriftliche Anfrage Nr. 18/28337
vom 10.08.2021
über Wahlkampf für Franziska Giffey auf Staatskosten? Freedom-Dinner
am 07.08.2021 auf dem Gelände des ehemaligen Flughafen Tegel

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

Vorbemerkung der Verwaltung:
Die Schriftliche Anfrage betrifft Sachverhalte, die der Senat nicht allein aus eigener Zuständigkeit und Kenntnis beantworten kann. Er ist gleichwohl bemüht, Ihnen eine Antwort auf Ihre Anfrage zukommen zu lassen und hat daher die Berlin Tourismus & Kongress GmbH (visitBerlin) um Beantwortung eines Teils der Fragen gebeten.

Vorbemerkung der Abgeordneten:
Das Bundesverfassungsgericht hat in seinen Urteilen (BVerfGE 44, S. 125ff. = NJW 1977, S. 1054; BVerfGE 63, S. 230ff. = NJW 1983, S. 1105) allgemeine Grundsätze entwickelt, um verfassungsrechtlich zulässige Öffentlichkeitsarbeit von verfassungswidrigem, parteiergreifendem Einwirken von Staatsorganen auf Wahlkämpfe abzugrenzen. Diese Grundsätze gelten sowohl für die Bundestagswahlen als auch für Landtagswahlen.[1] Regierungen ist es dabei unbenommen, Vorhaben und die durchgeführten Maßnahmen gegenüber der Öffentlichkeit unter Einsatz staatlicher Mittel darzustellen, soweit es sich hierbei um „sachgerechte, objektiv gehaltene Information“ handelt. Die zulässige Öffentlichkeitsarbeit findet dabei dort ihre Grenze, wo die Wahlwerbung beginnt. Die Wahlwerbung ist der Regierung in jedem Fall untersagt.[2] Aus der Verpflichtung der Regierung, sich jeder parteiergreifenden Einwirkung auf die Wahl zu enthalten, folgt das Gebot äußerster Zurückhaltung und das Verbot jeglicher Öffentlichkeitsarbeit in der eigentlichen Vorwahlzeit.

1. Wie viele Personen haben sich am 07.08.2021 um die Bewirtung und den Empfang der Gäste gekümmert? Wie hoch sind die Personalkosten hierfür? (Bitte tabellarisch nach Beschäftigung und Kosten darstellen)

Zu 1.: Für Bewirtung und Empfang der Gäste war dem Veranstaltungskonzept entsprechend kein Personal vorgesehen. Gemäß des Hygiene- und Sicherheitskonzeptes wurde lediglich eine dreistufige Einlasskontrolle durch ein Dienstleistungsunternehmen durchgeführt. Statt einer Bewirtung am Platz standen für die Besucherinnen und Besuchern Boxen mit Essen zur Verfügung. Ebenfalls zur Selbstbedienung gab es einen Getränke- und Essensverkauf aus Food Trucks.

[1] BVerfGE 63, S. 230ff. (243ff.)
[2] BVerfGE 44, S. 125ff. (149); 63, S. 230ff. (243)

Etwaiger Personalaufwand ist nicht beim Senat angefallen, sondern war durch die jeweiligen Vertragsunternehmen zu tragen.

2. Welche Künstler konnten für diese Veranstaltung gewonnen werden? Wie hoch waren die Kosten dafür? (Bitte tabellarisch nach Künstler und Kosten darstellen)

Zu 2.: Für die Veranstaltung konnten verschieden Berliner Tanz- und Musikgruppen gewonnen werden: Anastácia & Band; Andrej Hermlin & Family; BÄM; Berliner Leierkasten e.V.; Michael Gechter Trio; Sissos; Swing Patrol; Tap Connection (Tanzperformance); The Trouble Notes.

Die Gesamtkosten belaufen sich auf 21.650,00 EUR (netto).

Künstler	**Gage in EUR (netto)**
Künstler 1	3.000
Künstler 2	2.000
Künstler 3	4.000
Künstler 4	2.500
Künstler 5	3.000
Künstler 6	1.150
Künstler 7	2.500
Künstler 8	2.000
Künstler 9	500
Technik/Support	1.000

3. Auf welchem Wege wurde die Veranstaltung beworben? Wie hoch waren die Kosten hierfür?

Zu 3.: Die Veranstaltung wurde von aktuellen Presseberichten (u.a. rbb, Spreeradio, Berliner Morgenpost, Berliner Zeitung, Der Tagesspiegel, MSN, The Guardian) begleitet. Einzelne Medien haben vorab Tickets für die Veranstaltung verlost. Außerdem wurden am 22. Juli, 3. August und 7. August zur Bekanntmachung der Veranstaltung Pressemitteilungen seitens der Messe Berlin und von visit Berlin versandt. Eine kostenpflichtige Werbung für die Veranstaltung gab es nicht.

4. Stand die Veranstaltung auch für Angehörige von Senatsmitgliedern oder Beschäftigten der veranstaltenden Senatsverwaltung offen und wenn ja, für wie viele Personen genau?

Zu 4.: Das „Freedom Dinner“ stand allen Bürgerinnen und Bürgern von Berlin und Brandenburg nach Maßgabe der Veranstaltungskapazität offen. Darüber hinaus wurden Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Betrieben, Verbänden und Kammern direkt eingeladen.

5. Welche Spitzenkandidaten welcher Parteien wurden neben Frau Giffey eingeladen? (Bitte um tabellarische Auflistung aller Kandidaten, Parteizugehörigkeit, Teilnahme ja/nein)

6. Mit welchem Betrag in Euro ist der Werbewert für Frau Giffey auf der Veranstaltung zu bewerten?

Zu 5. und 6.: Eingeladen werden sollten – per E-Mail – alle Spitzenkandidatinnen und Spitzenkandidaten der im Abgeordnetenhaus vertretenen Parteien. Durch ein Büroversehen in der Senatskanzlei hat die Spitzenkandidatin der AfD keine Einladungsmail erhalten.

Name	Partei	Teilnahme
Dr. Klaus Lederer	Die Linke	Nein
Bettina Jarrasch	GRÜNE	Nein
Franziska Giffey	SPD	Ja
Sebastian Czaja	FDP	Nein
Dr. Kristin Brinker	AfD	Nein
Kai Wegener	CDU	Nein

7. Welchen Werbeeffekt verspricht sich der Senat von dieser Veranstaltung?

Zu 7.: Das Freedom Dinner ist eine Maßnahme von Vielen zur Wiederbelebung des Tourismusstandortes Berlin. Die Gäste aus aller Welt – so das Zeichen aus Berlin – werden wieder herzlich willkommen geheißen. In unserer Stadt ist ein verantwortungsvolles Miteinander unter Einhaltung der Coronaregelungen möglich.
Der Hashtag zum Dinner wurde weltweit millionenfach geteilt. Es gab eine umfassende mediale Berichterstattung (250 Medien aus 21 Ländern). Im Vordergrund stand aber nicht der singuläre Werbeeffekt, es handelt sich hierbei um eine Maßnahme mit langfristiger Wirkung. Das entstandene aus 1.000 Tischen zusammengesetzte Motiv „Berlin Loves You“ wird in den kommenden Monaten im nationalen und internationalen Marketing für die Städtedestination Berlin genutzt werden.
Im Bereich TV, Print- und Online-Publikationen wurde inkl. der Vorberichterstattung eine Reichweite von 209.917.154 Nutzerinnen und Nutzern erzielt. Hinzu kommen ca. 13 Millionen erreichte Social-Media-Nutzerinnen und Social-Media-Nutzer.

8. Wurde seitens des Senats in diesem Fall geprüft, ob die Veranstaltung sich noch im Rahmen zulässiger Öffentlichkeitsarbeit bewegt bzw. geeignet ist, die Wahlentscheidung der Bürgerin oder des Bürgers zugunsten der Regierung und der sie stützenden Parteien zu beeinflussen und Auswirkungen auf das Wahlergebnis nicht ausgeschlossen werden können? Wenn ja, mit welchem Ergebnis?

Zu 8.: Der Senat prüft derzeit alle Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit sorgfältig im Hinblick darauf, ob sie im Vorwahlzeitraum zulässig sind.
In seinem Urteil vom 2. März 1977 hat das BVerfG die Grenze zwischen der zulässigen Öffentlichkeitsarbeit zur verfassungswidrigen parteiergreifenden Einwirkung in den Wahlkampf näher beleuchtet und herausgearbeitet. Das Grundsatzurteil des BVerfG vom 2. März 1977 ist in der weiteren Rechtsprechung der Verfassungsgerichte bestätigt worden, u.a. durch BVerG, Beschluss vom 23. Februar 1983, 2 BvR 1765/82, juris, Rn, 55.; VerGH RP, Urteil vom 23. Oktober 2006, VGH O 17/05, LKZ 2007, S. 60 ff,). Der Senat sieht mit Blick auf diese Entscheidungen die Veranstaltung in Tegel als zulässige Öffentlichkeitsarbeit an.
Die Veranstaltung in Tegel dient weder dem Ziel, für die Regierung zu werben, noch ist sie Wahlwerbung für Parteien. Die Zuständigkeit des Senats für das Thema und den Ort ist unbestreitbar, hier sind auch alle wesentlichen Entscheidungen schon gefallen, so dass ein Werben für kommende Sachentscheidungen ebenfalls nicht unterstellt werden kann. Der direkte Zusammenhang mit einem politischen Sachthema der Pandemie ist offensichtlich. Den Bürgerinnen und Bürgern Berlins vor dem Hintergrund der Pandemie und der Veränderungen auf dem ehemaligen Flughafengelände den Ort über eine Veranstaltung nahe zu bringen und dies mit einer aktuellen, allgemeinpolitischen Botschaft zu verbinden, betrachtet der Senat als zulässige Öffentlichkeitsarbeit, die durch die verschiedenen Urteile seit 1977 abgedeckt sind.

9. Welche weiteren Veranstaltungen/ Auftritte/ Besuche fanden gemeinsam mit Frau Giffey und SPD-Senatoren und/oder Staatssekretären statt seit 01.07.2021? (Bitte tabellarisch auflisten nach Datum, Ort, Anlass, Beteiligung von Senatoren/Staatssekretäre, Veranstalter bzw. welches Senatsressort hat eingeladen/organisiert/verantwortlich)

Zu 9.: Tabellarische Auflistung wie folgt:

Datum	Ort	Anlass	Beteiligung	Veranstalter
15.07.2021	Alexwache Polizei Berlin	Sen besucht und besichtigt Alexwache, Thema: Entwicklung der Kriminalitätsentwicklung auf dem Alexanderplatz	Sen: ja	SenInnDS
06.08.2021	Feuerwehr Lichtenrade	Sen besucht und besichtigt Feuerwache/ Freiwillige Feuerwehr Lichtenrade	Sen: ja	SenInnDS
04.08.2021	Freiwillige Feuerwehr Rudow	StS Inn informiert sich über baulichen Zustand der Wache und Situation der FF Rudow	StS Inn: ja	SenInnDS

Nach Auskunft des Regierenden Bürgermeisters von Berlin, der Senatsverwaltung für Gesundheit, Pflege und Gleichstellung, der Senatsverwaltung für Finanzen und der Senatsverwaltung für Bildung, Jugend und Familie fanden seit dem 01.07.2021 im Rahmen der Tätigkeiten der Senatoren und Senatorinnen ihrer Häuser weder gemeinsame öffentliche Auftritte noch Wahlkampftermine mit Frau Giffey statt. Gleiches gilt für die Staatssekretärinnen und Staatssekretäre ihrer Häuser.

10. Wurde in allen Fällen gemeinsamer Auftritte grundsätzlich geprüft, ob sich die Veranstaltung noch im Rahmen zulässiger Öffentlichkeitsarbeit bewegt? Wenn ja, mit welchem Ergebnis? Wenn nein, warum nicht?

Zu 10.: Nach Auskunft der Senatsverwaltung für Inneres und Sport ergab die Prüfung in allen unter den zu 9. angegebenen Fällen, dass sich die Veranstaltungen im Rahmen zulässiger Öffentlichkeitsarbeit bewegten.

Berlin, den 27. August 2021

In Vertretung

Christian R i c k e r t s
.....
Senatsverwaltung für Wirtschaft,
Energie und Betriebe