Abgeordnetenhaus BERLIN

Drucksache 18 / 23 586
Schriftliche Anfrage

18. Wahlperiode

Schriftliche Anfrage

des Abgeordneten Thomas Seerig (FDP)

vom 25. Mai 2020 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 27. Mai 2020)

zum Thema:
Gute Geschäfte?

und **Antwort** vom 12. Juni 2020 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 15. Juni 2020)

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
Umwelt, Verkehr und Klimaschutz

Herrn Abgeordneten Thomas Seerig (FDP)
über
den Präsidenten des Abgeordnetenhauses von Berlin

über Senatskanzlei - G Sen -

A n t w o r t
auf die Schriftliche Anfrage Nr. 18/23586
vom 25. Mai 2020
über Gute Geschäfte?

Der Senat ist sich des Stellenwerts des Fragerechts der Abgeordneten bewusst und die Beantwortung Schriftlicher Anfragen der Mitglieder des Abgeordnetenhauses nach Artikel 45 Absatz 1 der Verfassung von Berlin hat eine sehr hohe Priorität. Gegenwärtig konzentriert der Senat seine Arbeit und seinen Ressourceneinsatz aber auf die Bekämpfung der infektionsschutzrechtlichen Gefährdungslage für die Berliner Bevölkerung. Vor diesem Hintergrund beantworte ich Ihre Schriftliche Anfrage im Namen des Senats von Berlin wie folgt:

Vorbemerkung des Abgeordneten:
Zum Jahresende 2018 endete der 1993 vom Land Berlin mit der Firma Wall geschlossene Vertrag, nach dem Wall ohne Kosten für Berlin öffentliche WCs stellt und dafür die Werbung daran erhält. Seit 2019 ist diese Kopplung aufgehoben, so dass die Gestellung der WCs für das Land mit Kosten verbunden ist und Berlin dafür die Werbeeinnahmen selbst erhält. Dies sollte zumindest ein Nullsummenspiel sein.

Frage 1:

Welche Kosten hatte der Senat für die Stellung von öffentlichen WCs durch die Firma Wall auf Grundlage des neuen Vertrages ab Januar 2019 erwartet und welche Anzahl bzw. Ausstattung mit Toiletten war vorgesehen?

Antwort zu 1:

Auf Basis erster überschlägiger Berechnungen Ende 2016 wurden für das Jahr 2019 Kosten in Höhe von 8,3 Mio. Euro erwartet und entsprechend für den Doppelhaushalt 2018/2019 im Titel 0730/54083 veranschlagt. Das Toilettenkonzept für Berlin wurde plangemäß Mitte 2017 fertiggestellt und im Anschluss daran die erforderliche EU-weite Ausschreibung durchgeführt, wobei neben der ursprünglich geplanten Vertragskonzeption im Verlaufe des Verfahrens auch die Finanzierungsmodalitäten noch angepasst wurden. Das gleiche trifft auch auf die Anzahl und die Ausstattung der öffentlichen Toiletten zu, die erst nach Fertigstellstellung des Toilettenkonzepts und nach Durchführung eines breit angelegten Partizipationsprozesses festgelegt worden, wobei sich die Qualität und Quantität der neu zu errichtenden Toiletten im Verlaufe des Verfahrens mehrfach erhöht hat. Aufgrund des Weiterbetriebs der bisherigen Toiletten durch die Wall GmbH und den in

erster Linie erfolgten Austausch der alten City-Toiletten durch neue Berliner Toiletten an bestehenden Standorten war eine maßgebliche Veränderung der Gesamtanzahl der Toiletten im Jahr 2019 nicht vorgesehen.

Frage 2:

Wie war der reale Ist-Stand an Kosten und Angebot zum 31. Dezember 2019?

Antwort zu 2:

Zum 31.12.2019 lagen die Ausgaben für die öffentlichen Toilettenanlagen aus dem Titel 0730/54083 bei 9.693.318 Euro. Zudem wurden im Jahr 2019 für neun Toiletten Mittel des SIWANA IV i.H.v. von ca. 1,1 Mio. Euro und für elf Toiletten anteilig GRW-Mittel aus dem Bundeshaushalt eingesetzt. Insgesamt wurden 79 neue Berliner Toiletten aufgebaut und bezahlt. Es wurden 122 Toilettenanlagen auf der Grundlage des Vertrags über die Beschaffung, Errichtung und den Betrieb der öffentlichen Toilettenanlagen im Land Berlin (Toilettenvertrag) von der Firma Wall betrieben. Darunter waren neben den neuen Berliner Toiletten auch die bereits im Eigentum des Landes Berlin stehenden sog. Bestandstoilettenanlagen (meist gemauerte Häuschen und die Café Achteck).

Frage 3:

Wie erklären sich die Abweichungen und welche Konsequenzen zieht der Senat ggf. daraus?

Antwort 3:

Eine Abweichung des tatsächlichen vom geplanten Angebot an öffentlichen Toilettenanlagen ist nicht vorhanden.

Die Diskrepanz der tatsächlichen Kosten zu den ursprünglich veranschlagten Haushaltsmitteln für das Jahr 2019 beruht auf der zum Zeitpunkt der Mittelveranschlagung Ende 2016 nicht genauer möglichen Kostenaufstellung, bei der unter anderem noch nicht die Ergebnisse des Toilettenkonzepts und die Entscheidung für das schließlich bezuschlagte Kaufmodell zugrunde gelegt werden konnte. Das Kaufmodell führt im Unterschied zum seinerzeit noch vorgesehenen Mietmodell – mit Kaufoption zum Vertragsende – in der Anschaffungsphase zwar zu höheren Ausgaben, dafür aber zu erheblich geringeren Betriebskosten in den Folgejahren. Es ist daher über die Vertragslaufzeit von 15 Jahren das wirtschaftlich deutlich vorteilhaftere Modell.

Frage 4:

Welche maximale Anzahl an Toiletten ist im Rahmen des Vertrages mit Wall vorgesehen und wann soll dieser Zustand erreicht sein?

Antwort zu 4:

In dem Toilettenvertrag wurde die Errichtung von 193 neuen Berliner Toiletten für die sog. „Grundversorgung“ mit öffentlichen Toilettenanlagen im Land Berlin vereinbart. Nach der Realisierung der Grundversorgung sollen zur Erreichung der nach dem Toilettenkonzept

vorgesehenen zweiten Versorgungsstufe (sog. „Verbesserte Versorgung“) mit 366 öffentlichen Toilettenanlagen etwa 85 weitere Berliner Toiletten aufgebaut werden, was nach dem Toilettenvertrag durch den Abruf der entsprechend vereinbarten Option für einen Abruf von bis zu 109 weiteren Berliner Toiletten möglich ist. In der Grundversorgung ersetzt die neue Berliner Toilette überwiegend die alten City-Toiletten, der Aufbau der Berliner Toilette folgt daher dem Abbau der City-Toiletten. Da die alten City-Toiletten bis Ende des Jahres 2020 abgebaut sein müssen, sollen bis dahin alle neuen Berliner Toiletten der Grundversorgung errichtet werden. Ab 2021 wird die verbesserte Versorgung realisiert. Daneben betreibt die Firma Wall die im Eigentum des Landes Berlin stehenden sog. Bestandstoilettenanlagen.

Frage 5:

Welche Änderungen bei Art und Umfang des Angebots sind durch die Corona-Pandemie zu erwarten?

Antwort zu 5:

Die Berliner Toiletten werden bisher planmäßig aufgebaut. Wegen der Maßnahmen im Zusammenhang mit der Eindämmung der Corona-Pandemie kann es jedoch zu verlängerten Produktionszeiten kommen, so dass sich der Aufbau einiger für Ende 2020 geplanter Toilettenanlagen in das Jahr 2021 verschieben könnte.

Frage 6:

Welche Einnahmen hat der Senat aus der seit 01. Januar 2019 in Eigenregie erfolgenden Vergabe von Werbeflächen erwartet?

Antwort zu 6:

Im Haushaltsplan waren für das Jahr 2019 Einnahmen in Höhe von 7 Mio. Euro veranschlagt.

Frage 7:

Wie hoch war der Ist-Stand zum 31. Dezember 2019?

Antwort zu 7:

Das Land Berlin hat über die neu abgeschlossenen Werbeverträge bis zum 31.12.2019 insgesamt 4.364.317,79 Euro eingenommen. Unberücksichtigt sind dabei Zahlungen in Höhe von ca. 4,8 Mio. Euro, welche zwar erst Anfang des Jahres 2020 eingegangen sind, jedoch für das Jahr 2019 erfolgten.

Frage 8:

Wie begründen sich die Abweichungen und welche Konsequenzen zieht der Senat daraus?

Antwort zu 8:

Die Abweichung ergibt sich aus der vertraglich bedingten Verschiebung der Einnahmen in das Folgejahr. Für einen Teil der Werbeunternehmen wurden im ersten Vertragsjahr (2019) aufgrund der erforderlichen Anlaufinvestitionen und der fehlenden Bezugsgröße für eine Bemessung keine Abschlagszahlungen vereinbart, weshalb die Zahlungen für das gesamte erste Vertragsjahr 2019 erst mit der Schlusszahlung Anfang 2020 erfolgten. Die entsprechenden vertraglichen Regelungen wurden erst nach der Anmeldung der Einnahmeerwartungen im Rahmen der Haushaltsaufstellung geschlossen und konnten daher im Haushaltsplan nicht mehr berücksichtigt werden. Zukünftig werden die vertraglich bedingten zeitlichen Verschiebungen der Einnahmen in die Einnahmeerwartung einbezogen und bei der Haushaltsanmeldung berücksichtigt.

Frage 9:

Welche maximale Anzahl an Standorten für Werbeanlagen ist vorgesehen; differenziert nach Litfaßsäulen, Uhren, Werbesäulen, Standardwerbevitrinen und Großwerbevitrinen) und wann soll diese Anzahl erreicht werden?

Antwort zu 9:

Um die Werbung im öffentlichen Straßenland zu ordnen und zu reduzieren, wurde im Rahmen der Neuausschreibung der Werberechte u. a. eine maximale Anzahl an Standorten für Werbeanlagen festgelegt. Die konkreten Zahlen je Werbeanlagenart können der Antwort auf die Schriftliche Anfrage Nr. 18/11997 der Abgeordneten Katalin Gennburg (Linke) vom 07.08.2017 entnommen werden. Da eine Maximalzahl, nicht aber eine Mindestzahl an Standorten für Werbeanlagen in den neuen Werberechtsverträgen vorgesehen wurde, obliegt die Entscheidung, welche der den Werbeunternehmen in einer Standortliste vorgegebenen Standorte in welchem Zeitraum genutzt werden, den Werbeunternehmen.

Frage 10:

Gibt es bei Art und Umfang der Werbeanlagen Änderungen im Zuge der Corona-Pandemie und wenn dann, welche?

Antwort zu 10:

Die Corona-Pandemie wirkt sich zwar nicht auf die Art und die Anzahl der von den neuen Werberechtsverträge umfassten Werbeanlagen aus, jedoch auf die daran vorgesehene Werbung, insbesondere in Bezug auf die Litfaßsäulen sowie die hinterleuchteten und digitalen Anlagen. Zahlreiche kommerzielle Werbekampagnen sind abgesagt worden. Stattdessen ist an zahlreichen Litfaßsäulen eine Kampagne zum Tragen eines Mund-Nasen-Schutzes plakatiert, und auf den digitalen Werbeanlagen werden aktuelle Hinweise zur Corona-Epidemie zur Information der Bevölkerung gesendet.

Zudem kann die Corona-Pandemie die Ab- und Aufbauplanung der hinterleuchteten und digitalen Werbeanlagen beeinflussen. Aufgrund der Corona-Pandemie und der dadurch bedingten Schließung von Zulieferbetrieben sind die für die Herstellung der neuen Werbeanlagen bestehenden Lieferketten oftmals unterbrochen. Die Neuerrichtung der vom entsprechenden Werberechtsvertrag umfassten hinterleuchteten und digitalen

Anlagen kann zudem erst im Anschluss an den Abbau der bis Ende 2020 zu entfernenden alten Werbeanlagen erfolgen. Insoweit können corona-bedingte Verzögerungen in diesen Prozessen auch die Aufbauplanung beeinflussen. Die konkreten Auswirkungen sind für den Senat bislang noch nicht absehbar.

Frage 11

Welche Auswirkungen erwartet der Senat bei den Einnahmen aus Werberechten durch die Corona-Pandemie für welchen Zeitraum und in welchem Umfang?

Antwort zu 11:

Auch die Werbewirtschaft ist massiv von den Maßnahmen im Zusammenhang mit der Eindämmung der Corona-Pandemie betroffen, da zahlreiche Werbeaufträge storniert und Veranstaltungen abgesagt wurden. Da das Land Berlin an den Umsätzen der Werbeunternehmen beteiligt ist, werden sich die finanziellen Verluste der Werbeunternehmen entsprechend auf die Einnahmen des Landes Berlin auswirken. Die Höhe sowie die Dauer der Einnahmeverluste können derzeit allerdings noch nicht konkret eingeschätzt werden. Belastbare Aussagen hierzu sind erst nach Vorliegen der Schlussabrechnungen für das Jahr 2020 möglich.

Frage 12

Gibt es bei der Vergabe der Werbeflächen durch den Senat inhaltliche Auflagen; z.B. bezüglich politischer / weltanschaulicher Inhalte, Sexismus, Drogen usw. und wenn ja, welche? In wie vielen Fällen wurde ggf. Werbung abgelehnt?

Antwort zu 12:

In den neuen Werberechtsverträgen sind neben den allgemeinen Anforderungen an die Gestaltung und den Betrieb der Werbeanlagen auch die zulässigen Werbeinhalte geregelt. Sexistische, diskriminierende, gewalt- oder kriegsverherrlichende Inhalte sind stets unzulässig, ebenso Werbung für Tabak und andere Suchtmittel im Abstand von 100 m von Schulen, Kindergärten und Spielplätzen. Ein Vorgehen gegen ein Werbungmotiv war bisher nicht erforderlich.

Berlin, den 12.06.2020

In Vertretung

Ingmar Streese
Senatsverwaltung für
Umwelt, Verkehr und Klimaschutz