Abgeordnetenhaus BERLIN

Drucksache 18 / 25 995
Schriftliche Anfrage

18. Wahlperiode

# Schriftliche Anfrage

## des Abgeordneten Christian Gräff (CDU)

vom 23. Dezember 2020 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 30. Dezember 2020)

zum Thema:

## Was kostete die Öffentlichkeitsarbeit der Eröffnung des BER?

und **Antwort** vom 18. Januar 2021 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 19. Januar 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 Finanzen

Herrn Abgeordneten Christian Gräff (CDU)
über
den Präsidenten des Abgeordnetenhauses von Berlin

über Senatskanzlei - G Sen -

A n t w o r t
auf die Schriftliche Anfrage Nr. 18/25995
vom 23. Dezember 2020
über Was kostete die Öffentlichkeitsarbeit der Eröffnung des BER?
---

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:

1. Welche Ausgaben hatte die Flughafengesellschaft Berlin-Brandenburg GmbH jährlich für Marketing und Öffentlichkeitsarbeit seit 2012?

Zu 1.: Die Flughafengesellschaft Berlin Brandenburg (FBB) hat seit 2012 im Durchschnitt jährlich ca. 2,81 Mio. EUR für Marketing und Öffentlichkeitsarbeit ausgegeben, wobei in 2012, dem Jahr der ursprünglich geplanten Eröffnung, die Ausgaben überdurchschnittlich hoch waren.

2. Welche Ausgaben hatte die Flughafengesellschaft Berlin-Brandenburg GmbH für Marketing und Öffentlichkeitsarbeit bezüglich der Eröffnung des BER im Jahr 2020?

Zu 2.: Die FBB hatte für Marketing und Öffentlichkeitsarbeit im Rahmen der Eröffnung des Flughafens Berlin Brandenburg „Willy Brandt“ (BER) Ausgaben in Höhe von ca. 1,63 Mio. EUR, einschließlich der Kosten für die Durchführung des Probebetriebs am BER, der Eröffnungsveranstaltung des BER sowie der Schließungsveranstaltung des Flughafens Tegel. Die Ausgaben für Marketing und Öffentlichkeitsarbeit im gesamten Jahr 2020 inklusive der BER-Eröffnung lagen mit ca. 2,58 Mio. Euro unter dem jährlichen Durchschnitt von 2012 bis 2020 in Höhe von ca. 2,81 Mio. Euro.

3. Wie viele Mitarbeiter (FTE) hatte die Flughafengesellschaft Berlin-Brandenburg GmbH mit welchen Personalkosten im Bereich Unternehmenskommunikation seit 2012 im jährlichen Durchschnitt (bitte einzeln in Jahresscheiben aufführen) und konkret zum Zeitpunkt der Inbetriebnahme des BER?

Zu 3.: Die Aufgabenbereiche und Zuständigkeiten des Bereichs Unternehmenskommunikation haben sich im Laufe der Jahre seit 2012 immer wieder verändert. Aus diesem Grund variiert die Personalstärke in den Jahren zwischen 19 und 26 Vollzeitäquivalenten.

4. Wie viele freie Mitarbeiter hat dieser Bereich beschäftigt, bzw. welche Summen wurden an freie Mitarbeiter oder Agenturen in den Jahren 2019 und 2020 vergeben?

5. Wie hoch war der Kostenanteil (Betrag) an Fremdleistungen im Bereich Unternehmenskommunikation
a) seit 2012 im jährlichen Durchschnitt?
b) bezüglich der Eröffnung des BER?

Zu 4. und 5.: Die Kosten für beauftragte Fremdleistungen sind jeweils in den jährlichen Ausgaben für Marketing und Öffentlichkeitsarbeit enthalten. Detailliertere Angaben unterliegen dem Betriebs- und Geschäftsgeheimnis der FBB.

Berlin, den 18.01.2021

In Vertretung

Vera Junker
Senatsverwaltung für Finanzen