

18. Wahlperiode

Schriftliche Anfrage

des Abgeordneten **Marcel Luthe**

vom 17. Mai 2021 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 18. Mai 2021)

zum Thema:

Guter Rat ist teuer – schlechter umso mehr?

und **Antwort** vom 03. Juni 2021 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 04. Juni 2021)

Senatsverwaltung für
Umwelt, Verkehr und Klimaschutz

Herrn Abgeordneten Marcel Luthé
über
den Präsidenten des Abgeordnetenhauses von Berlin

über Senatskanzlei - G Sen -

A n t w o r t
auf die Schriftliche Anfrage Nr. 18/27639
vom 17. Mai 2021
über Guter Rat ist teuer – schlechter umso mehr?

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 aus eigener Zuständigkeit und Kenntnis beantworten kann. Er ist gleichwohl bemüht, Ihnen eine Antwort auf Ihre Anfrage zukommen zu lassen und hat daher die Wirtschaftsförderung des Bezirksamtes Mitte von Berlin um Stellungnahme zu den Fragen 6, 7 und 8 gebeten, die von dort in eigener Verantwortung erstellt und dem Senat übermittelt wurde.

Frage 1:

Nach einem Bericht der Berliner Zeitung soll bei den bisherigen Kosten – unter Ausblendung der wirtschaftlichen Schäden – der „autofreien Friedrichstraße“ „für Verkehrserhebungen und die Auswertung von Verkehrsdaten (...) 445.446 Euro“ entstanden sein. Trifft dieser Bericht zu? Falls nein, welche Kosten sind richtig?

Antwort zu 1:

Die Berliner Zeitung zitierte aus einem Antwortschreiben der Senatsverwaltung für Umwelt, Verkehr und Klimaschutz an den Bund der Steuerzahler. Die Durchführung von Begleituntersuchungen bei einem Verkehrsversuch ist gesetzlich vorgeschrieben.

Frage 2:

Wer hat aufgrund welcher Ausschreibung diese Verkehrserhebungen und die Auswertung von Verkehrsdaten jeweils zu welchem Kostenanteil durchgeführt?

Antwort zu 2:

Die Beauftragung für die Erhebung der Verkehrszählraten erfolgte über einen bestehenden Rahmenvertrag der Senatsverwaltung für Umwelt, Verkehr und Klimaschutz mit dem

Rahmendienstleister. Der Auftrag beinhaltete die Datenerhebung, die Plausibilitätsprüfung der Daten und die Überführung der Datensätze in geeignete Dateiformate. Die damit verbundenen Kosten belaufen sich auf rund 400.000 Euro.

Mit der quantitativen Analyse und Auswertung der erhobenen Verkehrszählungen (Rohdaten) der ersten Phase des Verkehrsversuchs sowie mit der Durchführung weiterer Untersuchungen wurde von der Senatsverwaltung für Umwelt, Verkehr und Klimaschutz ein Dienstleister beauftragt. Mit diesem Auftrag waren bis Januar 2021 Kosten in Höhe von rund 50.000 Euro verbunden.

Frage 3:

Weshalb waren diese Kosten wirtschaftlich im Sinne des § 7 LHO? Weshalb konnten die Verkehrserhebungen nicht durch Verwaltungskräfte durchgeführt werden?

Antwort zu 3:

Unter Berücksichtigung des § 7 Landeshaushaltsordnung (LHO) wurde grundsätzlich geprüft, inwieweit die Aufgaben „Durchführung von Verkehrserhebungen“ externalisiert werden könnten. Ergebnis dazu war, dass diese Leistungen durch einen externen Dienstleister wahrgenommen werden sollten, da sich die verwaltungsinterne Aufgabenerledigung durch eigene Dienstkräfte im Vergleich als kostenintensiver abschätzen ließ. Zu dem entsprechenden Rahmenvertrag für Verkehrszählungen wurden eine EU-weite Ausschreibung und ein entsprechendes Vergabeverfahren durchgeführt.

Frage 4:

Welche Daten – bitte Daten selbst beifügen, sofern nicht als VS eingestuft – sind in welchem Zeitraum konkret erhoben worden?

Frage 5:

Welche Ergebnisse der Auswertung dieser Daten liegen den Senat vor? Sofern nicht als VS eingestuft, bitte beifügen.

Antwort zu 4 und 5:

Zur Bewertung des Verkehrsverhaltens im Zeitraum von Juli 2020 bis Januar 2021 wurden im monatlichen Abstand an sieben Tagen, jeweils in der Zeit von 7:00 bis 19:00 Uhr die Verkehrsströme für Pkw, Lkw (>3.5t), Bus, Krad, Radfahrende und teilweise zu Fuß Gehende (an Knoten im Verlauf der Friedrichstraße) durch Verkehrszählungen an 37 Knoten und der Längsverkehr der zu Fuß Gehenden durch Verkehrszählungen an 5 Querschnitten erfasst.

Des Weiteren wurden Untersuchungen zur Aufenthaltsqualität, zum Querungsverhalten und zu Verweilarten durchgeführt. Die dabei sehr umfangreichen entstandenen, sogenannten Rohdaten wurden überwiegend automatisiert erhoben und sind nicht zur Weitergabe an Dritte geeignet und vorgesehen.

Die vorgenannten, sehr umfangreichen Rohdaten mussten, um sie weiter auswerten zu können, zunächst aufbereitet und analysiert werden. Die Prüfung der aufbereiteten Daten ist noch nicht abgeschlossen.

Frage 6:

Nach dem Medienbericht „kostete die Marketingkampagne zur "Stärkung des Standorts" 191.437 €". Wer hat diese durchgeführt? Welche Maßnahmen sind durchgeführt worden?

Antwort zu 6:

Mit der Durchführung der Marketingkampagne wurde die Agentur BTTR GmbH im Rahmen einer öffentlichen Ausschreibung über die Vergabepattform des Landes Berlin beauftragt. Die Kampagne wurde unter Einbezug eines Projektbeirats, bestehend aus Vertreterinnen/Vertretern der Industrie- und Handelskammer zu Berlin, des Handelsverbandes Berlin-Brandenburg e.V., visit Berlin, der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe, der Senatsverwaltung für Umwelt, Verkehr und Klimaschutz sowie drei an der Friedrichstraße ansässigen Unternehmen aus den Bereichen Hotellerie, Gastronomie und Einzelhandel erarbeitet.

Aufgrund der Pandemieentwicklung und den damit verbundenen Einschränkungen des öffentlichen Lebens wurde der Kampagnenstart in Abstimmung mit dem Projektbeirat mehrfach verschoben und ist nun für den Zeitraum ab Mitte Juni bis Oktober 2021 anvisiert. Mit der Veränderung des Kampagnenzeitraums sind keine zusätzlichen Kosten verbunden. Folgende Maßnahmen sind Teil der Kampagne: Plakate im öffentlichen Raum (digitale und analoge Plakatflächen), ergänzt durch multiplizierende Elemente wie der Kooperation mit einem Magazin, Einbindung von Influencerinnen/Influencern, Social Media Ads sowie der Bereitstellung eines Tool-Kits mit digitalem graphischem Material und Postern für Anrainerinnen/Anrainern.

Frage 7:

Welches Ziel ist für die Marketingkampagne durch wen definiert worden?

Antwort zu 7:

Die Marketingkampagne verfolgt folgende Ziele:

- Belebung der Friedrichstraße während des Projektzeitraums und darüber hinaus,
- Unterstützung und Stärkung des Einzelhandels sowie von weiteren Unternehmen aus den Bereichen Gastronomie und Tourismus,
- Erschließung neuer Zielgruppen für die Friedrichstraße,
- Neuentdeckung der Friedrichstraße für ehemalige Besucherinnen/Besucher,
- Anstoß eines Wandels hin zu einem modernen Image der Straße bei Anrainerinnen/Anrainern und Besucherinnen/Besuchern.

Die Ziele der Marketingkampagne wurden durch die Wirtschaftsförderung des Bezirksamts Mitte von Berlin in Rückkopplung mit den entsprechenden Förderrichtlinien der beantragten Fördermittel definiert. Die Marketingkampagne wird im Rahmen folgender Programme gefördert: Europäischer Fonds für regionale Entwicklung (EFRE)/ Wirtschaftsdienliche Maßnahmen (WDM), Bezirkliche Maßnahmen zur Verbesserung der Standortbedingungen von Gewerbebetrieben und Zuschüsse für besondere touristische Projekte (City Tax).

Frage 8:

Was versteht der Senat unter der „Stärkung eines Standorts“? In welcher Hinsicht?

Antwort zu 8:

Der Einzelhandelsstandort und einstige Magnet für Besucherinnen/Besucher aus dem In- und Ausland „Friedrichstraße“ im Bezirk Mitte von Berlin verliert seit den letzten Jahren zunehmend an Attraktivität. Die Wahrnehmung des Standorts hat sich im Gegensatz zur Nachwendeeuphorie „normalisiert“: Der Erlebnischarakter, das (Wieder-) Entdecken von etwas „Neuem“ sind abgeebbt. Nach außen hin erkennbar ist dies vor allem an der zunehmenden Zahl an Leerständen.

Die Gründe sind dabei vielfältig: Die Konkurrenzsituation der Einzelhandelsstandorte innerhalb Berlins hat sich erheblich verstärkt, andere Einzelhandelsstandorte entsprechen eher dem gewandelten Konsum- und Einkaufsverhalten und sprechen andere, oftmals jüngere Zielgruppen an. Darüber hinaus ist ein verändertes Einkaufsverhalten festzustellen, so beispielsweise, gerade unter den corona-bedingten Einschränkungen, die sich immer deutlicher abzeichnenden, Verschiebungen zugunsten des Internet-Handels. Dieser Prozess hat erhebliche Auswirkungen auf den stationären Handel.

Eine der Aufgaben der bezirklichen Wirtschaftsförderung ist es, die Wettbewerbsfähigkeit von Standorten zu stärken, Standorte zu beleben und aufzuwerten. Hier setzen die Maßnahmen der bezirklichen Wirtschaftsförderung im Rahmen des Projekts „Flaniermeile Friedrichstraße“ an.

Das Projekt wird bis Oktober 2021 durchgeführt. In diesem Zeitraum ist die Nutzung der Friedrichstraße im Abschnitt zwischen Französischer Straße und Leipziger Straße den zu Fuß Gehenden und Radfahrenden vorbehalten.

Der Bezirk Mitte hat für die Gestaltung des öffentlichen Raums mehrere Maßnahmen umgesetzt, die die Aufenthaltsqualität des Bereiches für die Besucherinnen/Besucher der Friedrichstraße verbessern und damit eine Kundengewinnung für den Einzelhandel unterstützen sollen. Dazu gehört das Aufstellen von Stadtmöbeln und die Begrünung des Bereiches der verkehrsberuhigten Friedrichstraße. Hinzu kommen zehn sogenannte „Showcases“, die attraktive Präsentationsmöglichkeiten - beispielsweise für die Waren der Gewerbetreibenden vor Ort - im öffentlichen Straßenraum bieten. Das Interesse der gewerblichen Anrainerinnen/Anrainer an einer Belegung der Showcases ist so groß, dass im Zuge der Projektverlängerung vier weitere Showcases zur Verfügung gestellt werden.

Darüber hinaus wurde durch den Bezirk insbesondere für die im Bereich ansässigen, gewerblichen Anrainerinnen/Anrainer die Möglichkeit geschaffen, Sondernutzungen zu beantragen. Diese Möglichkeit wurde verstärkt wahrgenommen. Die Unternehmen wurden bei der Beantragung der Genehmigungen begleitet.

Derzeit bestehen 41 Kooperationsanfragen von Anrainerinnen/Anrainern mit dem Bezirksamt. Das spricht für ein Interesse der Anrainerinnen/Anrainer, sich an der Aufwertung des Standortes zu beteiligen.

Gleichzeitig wird mit der Marketingkampagne für die Friedrichstraße mit den in der Beantwortung zu Frage 7 genannten Zielen ein weiterer Impuls gesetzt, von dem die Anrainerinnen/Anrainer der gesamten Friedrichstraße profitieren können.

Berlin, den 03.06.2021

In Vertretung
Ingmar Streese
Senatsverwaltung für
Umwelt, Verkehr und Klimaschutz