

19. Wahlperiode

Schriftliche Anfrage

des Abgeordneten Ronald Gläser (AfD)

vom 06. März 2023 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 06. März 2023)

zum Thema:

Werbebudget der BVG

und **Antwort** vom 24. März 2023 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 27. März 2023)

Senatsverwaltung für Wirtschaft,
Energie und Betriebe

Herrn Abgeordneten Ronald Gläser (AfD)
über
die Präsidentin des Abgeordnetenhauses von Berlin

über Senatskanzlei – G Sen –

Antwort
auf die Schriftliche Anfrage Nr. 19/15027
vom 06. März 2023
über Werbebudget der BVG

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

Vorbemerkung der Verwaltung:

Die Schriftliche Anfrage betrifft zum Teil Sachverhalte, die der Senat nicht in eigener Zuständigkeit und Kenntnis beantworten kann. Er ist gleichwohl bemüht, Ihnen eine Antwort auf Ihre Anfrage zukommen zu lassen und hat daher die Berliner Verkehrsbetriebe (BVG) Anstalt öffentlichen Rechts um Stellungnahme gebeten, die von dort in eigener Verantwortung erstellt und dem Senat übermittelt wurde. Sie wird nachfolgend wiedergegeben.

1. Wie hoch waren die Werbebudgets der BVG in den Jahren 2019 bis 2022? Wie hoch ist das Werbebudget der BVG für das laufende Jahr? Wurden die Budgets vollständig ausgeschöpft?

Zu 1.: Die BVG teilt mit, dass das Werbebudget für die Jahre 2019 bis 2023 bei rund 3,5 Mio. Euro pro Jahr liegt. Die Budgets wurden ausgeschöpft.

2. Wie haben sich die jeweiligen Werbebudgets im oben genannten Zeitraum aufgegliedert? Bitte für die einzelnen Jahre aufschlüsseln.

Zu 2.: Die BVG teilt mit, dass der Einsatz des Werbebudgets projektbezogen erfolgt. Eine Aufschlüsselung des Budgets pro Jahr in Höhe von rund 3,5 Mio. Euro erfolgt nicht. Der Schwerpunkt des Mitteleinsatzes liegt bei Maßnahmen zur Kundenbindung und Kundengewinnung.

3. Wie hoch waren die jeweiligen Anteile für Print- und Digitalmedien im oben genannten Zeitraum? Bitte nach Jahren aufschlüsseln.

Zu 3.: Die BVG teilt mit, dass für die Medienschaltungen pro Jahr rund 1,9 Mio. Euro aufgewendet wurden. Dabei entfielen etwa 30% auf Online- und 70% auf Offline-Medien.

4. Wie viele und welche Werbeagenturen (Agenturpool) waren im oben genannten Zeitraum für die BVG tätig und mit welchem Budget? Bitte nach Jahren aufschlüsseln.

Zu 4.: Die BVG teilt mit, regelmäßig mit vier Kreativagenturen für Werbung, einer Agentur für Filme und einer Agentur für Social Media zusammenzuarbeiten. Das Budget von rund 3,5 Mio. Euro pro Jahr einschließlich Mediabudget wird projektbezogen anhand der erbrachten Kreativleistung aufgeteilt.

5. Wie erfolgt bei der BVG die Auswahl der Werbeagenturen und Werbepartnern (Medien)?

Zu 5.: Die BVG teilt mit, dass die Auswahl der für die BVG tätigen Werbeagenturen regelmäßig über eine Ausschreibung stattfindet. Die Medienauswahl erfolgt zielgruppenorientiert mit dem Fokus auf Berlin und Brandenburg. Mit dem Berliner Vermarkter WallDecaux gibt es einen Rahmenvertrag, der ebenfalls auf einer Ausschreibung basiert.

6. In welchen Medien (u.a. Printmedien) hat die BVG im oben genannten Zeitraum Werbeanzeigen geschaltet und welche Kosten sind im jeweiligen Medium im Jahr entstanden?

Zu 6.: Die BVG teilt mit, dass für Medienschaltungen pro Jahr rund 1,9 Mio. Euro aufgewendet wurden. Dabei entfielen etwa 30% auf Online- und 70% auf Offline-Medien. Der größte Anteil bei Offline-Medien wird für Außenwerbung (Plakate, digitale Werbeflächen) in Höhe von etwa 70% eingesetzt, gefolgt von Printmedien (Anzeigen) mit etwa 15%, Berliner Fenster/ U-Bahnfernsehen mit 8%, Fahrzeug-Werbung (Seitenscheiben, Seitenwände) mit etwa 2%, Radio mit 3% und Sonstiges 2%. In 2020 wurde weniger Print und kein Radio geschaltet.

7. In welchen Zeitungen hat die BVG Anzeigen der aktuellen Kampagne für das Deutschland Ticket geschaltet und wie groß ist das Budget dieser Anzeigenkampagne?

Zu 7.: Die BVG teilt mit, dass für die Bewerbung des Deutschlandtickets Anzeigen in einem Gesamtwert von 108 Tsd. Euro geschaltet wurden. Die Anzeigen wurden bei allen Berliner Verlagen in deren Tageszeitungen ausgeglichen, im Abgleich mit der Reichweite, geschaltet.

Berlin, den 24. März 2023

Stephan S c h w a r z

.....

Senator für Wirtschaft,
Energie und Betriebe