

19. Wahlperiode

Schriftliche Anfrage

des Abgeordneten Gunnar Lindemann (AfD)

vom 19. Juli 2023 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 19. Juli 2023)

zum Thema:

Politische Positionierung der Berliner Verkehrsbetriebe (BVG) Teil 2

und **Antwort** vom 31. Juli 2023 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 02. August 2023)

Senatsverwaltung für Wirtschaft,
Energie und Betriebe

Herrn Abgeordneten Gunnar Lindemann (AfD)
über
die Präsidentin des Abgeordnetenhauses von Berlin

über Senatskanzlei – G Sen –

Antwort
auf die Schriftliche Anfrage Nr. 19/16198
vom 19. Juli 2023
über Politische Positionierung der Berliner Verkehrsbetriebe (BVG) Teil 2

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.

Vorbemerkung des Abgeordneten:

Es wird Bezug genommen auf die Antworten in der Drucksache 19/15 971. Die Nichtbeantwortung einiger dort gestellter Fragen lassen eine erneute Anfrage notwendig erscheinen.

1. Wird die BVG sich für ihren Post gegen die AfD und ihre Wähler auf ihren Social-Media-Kanälen bei der AfD und ihren Wählern öffentlich entschuldigen? Falls ja, wann und wie, falls nein, warum nicht? Warum ist das bisher noch nicht geschehen?

Zu 1.: Die BVG teilt mit, dass parteipolitische Aussagen auf den Social-Media-Kanälen der BVG nicht angebracht sind. Die BVG hat den Post deswegen gelöscht und umgehend Kontakt mit der Fraktionsspitze der AfD aufgenommen, um sie darüber zu informieren.

2. Wie wird die BVG zukünftig konkret sicherstellen, dass auf ihren Social-Media-Kanälen zukünftig keine Hass- und Hetz- Postings gegen die im Parlament vertretene Oppositionspartei AfD und ihre Wähler veröffentlicht werden?
3. Gab es arbeitsrechtliche oder disziplinarische Konsequenzen bei der BVG gegen die Verantwortlichen für dieses Posting? Falls ja, welche konkret? Falls nein, warum nicht?

Zu 2. und 3.: Die BVG teilt mit, dass die Auffassung geteilt wird, dass parteipolitische Aussagen nicht Aufgabe eines Nahverkehrsunternehmens sind. Dies wird nach wie vor im regelmäßigen Austausch mit allen Verantwortlichen Berücksichtigung finden.

Die Mitarbeitenden wurden noch einmal ausdrücklich auf die Einhaltung parteipolitischer Neutralität in Postings hingewiesen. Mit allen Verantwortlichen wurden Gespräche hierzu geführt. Über dieses interne Vorgehen zur Aufarbeitung wurde die AfD Fraktionsspitze informiert.

4. Wie hoch sind die jährlichen Kosten für die Bereitstellung von Veröffentlichungen auf den Social-Media-Kanälen der BVG, einschließlich Personalkosten?
5. Wieviel Mitarbeiter mit welcher jeweiligen wöchentlichen Stundenzahl werden im Social-Media-Team der BVG beschäftigt?
6. Wie sind die unter 5. angefragten Mitarbeiter ausgebildet und unter welchen Voraussetzungen erfolgte ihre Einstellung?
7. Wer leitet das Social-Media-Team der BVG aufgrund welcher konkreten Kenntnisse und ist letztendlich für (auch Antworten in Threads) hauptverantwortlich?

Zu 4. bis 7.: Die BVG teilt mit, dass alle anfallenden Social-Media-Leistungen durch das Marketingbudget der BVG, das rund 3,5 Mio. Euro im Jahr beträgt, abgedeckt werden. Das Team, das alle Service- und Marketing-Kanäle der BVG verantwortet, besteht aus 20 Personen. Diese sind mit unterschiedlichen Arbeitszeitmodellen tätig. Neben den Aktivitäten auf den Social-Media-Kanälen ist das Team auch für andere Aufgaben bspw. im Kundendialog zuständig. Eine separate Erfassung der unterschiedlichen Tätigkeiten als Zeitaufwand erfolgt nicht. Aus arbeitsrechtlichen Gründen wird keine Leistungserfassung erhoben. Daher können auch keine zugeordneten Kosten benannt werden. Alle Personen wurden anhand von objektiven Auswahlverfahren aufgrund ihrer Qualifikation eingestellt. Das Social-Media-Team untersteht der Marketingleitung.

8. Erfolgen Teambesprechungen hinsichtlich der Qualität der Veröffentlichungen? Wenn ja, wie oft? Wenn nein, warum nicht?

Zu 8.: Die BVG teilt mit, dass Teambesprechungen hinsichtlich der Qualität der Veröffentlichungen täglich und anlassbezogen stattfinden.

9. Finden Schulungen des Social-Media-Teams statt, z.B. damit die Mitarbeiter echte Piktogramme der BVG von unechten unterscheiden können? Wenn ja, wie oft? Wenn nein, warum nicht?

Zu 9.: Die BVG teilt mit, dass Schulungen des Social-Media-Teams regelmäßig und anlassbezogen stattfinden.

10. Legt die BVG generell auch im Social-Media-Bereich Wert auf qualitativ hohe Arbeit? Wenn ja, ab wann und was wird dafür konkret getan, um diese Qualität dauerhaft sicherzustellen? Wenn nein, warum nicht?

Zu 10.: Die BVG teilt mit, dass die Social-Media-Arbeit der BVG über die Grenzen Berlins hinaus bekannt und geachtet ist. Die BVG arbeitet stetig und mit vollem Einsatz daran, die Qualität ihrer Arbeit auf dem höchstmöglichen Niveau zu halten. Das Unternehmen steht für Offenheit, Vielfalt und Toleranz. Egal welches Alter, Herkunft, Religion, sexuelle Orientierung oder kulturelle Prägung – bei der BVG sind alle gleich und jederzeit herzlich willkommen. Das ist der qualitative Anspruch, in allen Bereichen der Arbeit der BVG.

Berlin, den 31.07.2023

In Vertretung

Dr. Severin F i s c h e r

.....

Senatsverwaltung für Wirtschaft,
Energie und Betriebe