

Antwort

der Landesregierung

auf die Kleine Anfrage 1370
der Abgeordneten Dr. Saskia Ludwig
CDU-Fraktion
Drucksache 5/3494

BBI – Werbekampagne für den neuen Hauptstadtflughafen

Wortlaut der Kleinen Anfrage 1370 vom 04.07.2011:

Mit einer großangelegten Kampagne werben die Betreiber für den neuen Hauptstadtflughafen in Schönefeld. "Da sind Sie schnell hin und weg", heißt es in diversen großformatigen Anzeigen. Der Spruch und eine Außenansicht des Terminals sind auch auf Plakaten in Berlin und einer eigenen Internetseite zu sehen. Die Flughafengesellschaft hebt das künftige Kürzel BER des Flughafens Berlin Brandenburg hervor und verabschiedet sich von BBI - für Berlin Brandenburg International.

Ich frage die Landesregierung:

1. Was kostet die Kampagne für den neuen Hauptstadtflughafen BER? (bitte eine detaillierte Antwort)
2. Wann wurde beschlossen, eine Kampagne für den neuen Hauptstadtflughafen mit dem Namen BER zu starten? Wie war das Abstimmungsverhalten der für Brandenburg im Aufsichtsrat der Flughafengesellschaft sitzenden Mitglieder? (bitte eine detaillierte Antwort)
3. Wer trägt die Kosten für die Kampagne für den neuen Hauptstadtflughafen BER?
4. Welchen Anteil an den Kosten für die Kampagne des neuen Hauptstadtflughafens BER muss das Land Brandenburg zahlen? (bitte eine detaillierte Antwort)
5. Wo (in welchen Bundesländern bzw. Ländern) wird die Kampagne für den neuen Hauptstadtflughafen BER geschaltet?
6. Welchen direkten Nutzen hat das Land Brandenburg bzw. seine Bürger von der Kampagne für den neuen Hauptstadtflughafen BER?
7. Warum wurde der Flughafen in Schönefeld im Beisein von Matthias Platzeck und dem Regierenden Bürgermeister von Berlin auf den Namen «Willy Brandt» getauft, wenn dieser in den Annoncen und auf den Plakaten der Kampagne für den neuen Hauptstadtflughafen BER nicht auftaucht?
(bitte eine detaillierte Antwort)

Datum des Eingangs: 11.08.2011 / Ausgegeben: 17.08.2011

8. Welche Agentur hat den Zuschlag für das Marketingkonzept für den Airport „BER“ bekommen?

9. Gab es eine öffentliche Ausschreibung? Wenn ja, wie viele Agenturen aus Brandenburg haben sich für die Umsetzung der Kampagne „BER“ beworben?

10. Seit wann sitzt Ministerpräsident Platzeck im Aufsichtsrat der Flughafengesellschaft und an wie vielen Sitzungen des Aufsichtsrats der Flughafengesellschaft hat er persönlich teilgenommen? (bitte eine detaillierte Antwort mit den entsprechenden Sitzungsdaten und den jeweiligen Gründen für die Abwesenheit)

11. Welche Unterstützung bzw. Hilfe hat die Landesregierung den zahlreichen Brandenburger Bürgerinitiativen zukommen lassen, die auf den drohenden Fluglärm in ihren Gemeinden hinweist? (bitte eine detaillierte Antwort)

Namens der Landesregierung beantwortet der Minister für Wirtschaft und Europaangelegenheiten die Kleine Anfrage wie folgt:

Frage 1:

Was kostet die Kampagne für den neuen Hauptstadtflughafen BER? (bitte eine detaillierte Antwort)

zu Frage 1:

Für die aktuelle Imagekampagne wendet die Flughafen Berlin Schönefeld GmbH (FBS) nach eigenen Angaben rund 500.000 EUR auf.

Frage 2:

Wann wurde beschlossen, eine Kampagne für den neuen Hauptstadtflughafen mit dem Namen BER zu starten? Wie war das Abstimmungsverhalten der für Brandenburg im Aufsichtsrat der Flughafengesellschaft sitzenden Mitglieder? (bitte eine detaillierte Antwort)

zu Frage 2:

Die Imagekampagne als Teil des Marketingkonzepts war Gegenstand der Tagesordnung für die 100. Sitzung des Aufsichtsrats der FBS am 8. April 2011 und wurde zur Kenntnis genommen.

Frage 3:

Wer trägt die Kosten für die Kampagne für den neuen Hauptstadtflughafen BER?

Frage 4:

Welchen Anteil an den Kosten für die Kampagne des neuen Hauptstadtflughafens BER muss das Land Brandenburg zahlen? (bitte eine detaillierte Antwort)

zu Frage 3 und 4:

Die Kosten für die Kampagne trägt die FBS. Das Land Brandenburg beteiligt sich nicht an diesen Kosten.

Frage 5:

Wo (in welchen Bundesländern bzw. Ländern) wird die Kampagne für den neuen Hauptstadtflughafen BER geschaltet?

zu Frage 5:

Die aktuelle Kampagne wird in den Bundesländern Berlin und Brandenburg geschaltet.

Frage 6:

Welchen direkten Nutzen hat das Land Brandenburg bzw. seine Bürger von der Kampagne für den neuen Hauptstadtflughafen BER?

zu Frage 6:

Im Ergebnis einer repräsentativen Umfrage der FBS, auch im Land Brandenburg, hat sich gezeigt, dass es im Hinblick auf die bevorstehende Inbetriebnahme des neuen Flughafens noch Kommunikationsbedarf gibt. Zum einen soll der Informationsgrad über die Gestaltung und Ausrichtung des BER bis hin zum Eröffnungstermin erhöht werden, zum anderen soll die Identifikation mit dem Flughafen verstärkt werden. Die Marketingaktivitäten im Businessbereich sollen zusätzliche Fluggesellschaften ansprechen und neue Reiseziele hervorbringen.

Frage 7:

Warum wurde der Flughafen in Schönefeld im Beisein von Matthias Platzeck und dem Regierenden Bürgermeister von Berlin auf den Namen «Willy Brandt» getauft, wenn dieser in den Annoncen und auf den Plakaten der Kampagne für den neuen Hauptstadtflughafen BER nicht auftaucht? (bitte eine detaillierte Antwort)

zu Frage 7:

Die derzeit laufende Imagekampagne ist nur ein Bestandteil der Marketingkampagne zur Eröffnung. Der Beiname „Willy Brandt“ wird zu einem späteren Zeitpunkt in die Kampagne aufgenommen.

Frage 8:

Welche Agentur hat den Zuschlag für das Marketingkonzept für den Airport „BER“ bekommen?

zu Frage 8:

Den Zuschlag hat die Agentur Scholz & Friends Berlin erhalten.

Frage 9:

Gab es eine öffentliche Ausschreibung? Wenn ja, wie viele Agenturen aus Brandenburg haben sich für die Umsetzung der Kampagne „BER“ beworben?

zu Frage 9:

Nach Angaben der FBS wurde die Agentur im Rahmen eines europaweiten Ausschreibungsverfahrens ausgewählt. Aus Brandenburg hat keine Agentur ein Angebot abgegeben.

Frage 10:

Seit wann sitzt Ministerpräsident Platzeck im Aufsichtsrat der Flughafengesellschaft und an wie vielen Sitzungen des Aufsichtsrats der Flughafengesellschaft hat er persönlich teilgenommen? (bitte eine detaillierte Antwort mit den entsprechenden Sitzungsdaten und den jeweiligen Gründen für die Abwesenheit)

zu Frage 10:

Herr Ministerpräsident Matthias Platzeck ist seit 2002 Mitglied des Aufsichtsrates der Berlin Brandenburg Flughafenholding GmbH, bzw. ab 2003 der FBS und hat seither an nahezu jeder der viermal im Jahr stattfindenden Sitzungen dieses Gremiums teilgenommen.

Frage 11:

Welche Unterstützung bzw. Hilfe hat die Landesregierung den zahlreichen Brandenburger Bürgerinitiativen zukommen lassen, die auf den drohenden Fluglärm in ihren Gemeinden hinweist? (bitte eine detaillierte Antwort)

zu Frage 11:

Die Landesregierung hat frühzeitig einen Dialogprozess initiiert und 2006 das Dialogforum mit den Flughafenumfeldgemeinden ins Leben gerufen. Für das direkte Gespräch mit den Vertretern der Bürgerinitiativen wurde zusätzlich der sogenannte Bürgerdialog installiert. Auf dessen Bitten befasst sich eine eigens gegründete AG Lärmschutz unter Leitung der Staatskanzlei mit den Vorschlägen und Forderungen der Bürgervertreter. Mit der Umsetzung des Lärmschutzprogramms durch die FBS, werden wesentliche Forderungen der Bürgerinitiativen erfüllt. Die Landesregierung unterstützt die FBS in diesem Bestreben. Mit der Ausstattung der Gemeinde Blankenfelde-Mahlow mit einer mobilen Messstation unterstützt die Landesregierung darüber hinaus auch die Kontrolle der Einhaltung des Lärmschutzes.