

18. Wahlperiode

Schriftliche Anfrage

des Abgeordneten **Gunnar Lindemann (AfD)**

vom 28. September 2018 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 02. Oktober 2018)

zum Thema:

Kosten der Werbeausgaben Ausbau U5 Alexanderplatz – Brandenburger Tor

und **Antwort** vom 14. Oktober 2018 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 22. Okt. 2018)

Senatsverwaltung für
Umwelt, Verkehr und Klimaschutz

Herrn Abgeordneten Gunnar Lindemann (AfD)
über

den Präsidenten des Abgeordnetenhauses von Berlin
über Senatskanzlei - G Sen -

A n t w o r t

**auf die Schriftliche Anfrage Nr. 18/16618
vom 28. September 2018**

über Kosten der Werbeausgaben Ausbau U5 Alexanderplatz – Brandenburger Tor

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 Berliner Verkehrsbetriebe, Anstalt des öffentlichen Rechts (BVG) um Stellungnahme gebeten, die von dort in eigener Verantwortung erstellt und dem Senat übermittelt wurde. Sie wird in der Antwort an den entsprechend gekennzeichneten Stellen wiedergegeben.

Frage 1:

Wie hoch ist der gesamte Werbeetat der BVG, der für die Öffentlichkeitsarbeit anlässlich der Verlängerung der U5 vorgesehen ist?

Frage 2:

Wieviel davon ist vom Beginn der Verlängerungsmaßnahmen bis heute davon verwendet worden?

Antwort zu 1 und 2:

Die BVG führt dazu aus:

„Für das Projekt „Lückenschluss U5“ existiert kein Werbeetat. Es ist uns jedoch ein Anliegen, Anwohner, Fahrgäste, Berlinerinnen und Berliner sowie Besucherinnen und Besucher Berlins über diese prominente Baustelle im Herzen Berlins, zwischen Alexanderplatz und Brandenburger Tor, ausführlich und transparent zu informieren.“

Entsprechend stehen für die Anliegerbetreuung, Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit Fördermittel in Höhe von 3,3 Millionen Euro zur Verfügung. Das entspricht ca. 0,6 % des Gesamtbudgets. In vergleichbaren Großprojekten (Bau U4 Hamburg, Wehrhahnlinie Düsseldorf, N-S-Bahn Köln) betrug das Kommunikationsbudget ca. 1 % des Gesamtbudgets.

Bisher wurden rund 2,1 Millionen Euro verwendet.“

Frage 3:

Für welche Arten der Öffentlichkeitsarbeit wurden diese Mittel eingesetzt?

Frage 4:

Welche Arten der Öffentlichkeitsarbeit sind bis zur Eröffnung der U5 weiterhin geplant?

Antwort zu 3 und 4:

Die BVG führt dazu aus:

„Die Mittel werden eingesetzt, um die Öffentlichkeit über den Baustand, aber auch bevorstehende Maßnahmen oder Änderungen der Verkehrsführungen zu informieren. Die Bandbreite umfasst verschiedene Medien und Maßnahmen, um möglichst alle betroffenen Anlieger, Fahrgäste und Verkehrsteilnehmende zu erreichen. Unter anderem:

- Aktive Anwohnerinformation und -veranstaltungen: Versand von über 100 Anwohnerinformationen und mindestens halbjährliche Informationsveranstaltungen mit den Akteuren rund um die Baustelle – von den Mieterbeiräten auf der Rathausstraße bis zum Kronprinzenpalais, vom Humboldt Forum bis zum Nante-Eck,
- Infowaggon am Nikolaiviertel: Multimediale Ausstellung zum Baustellenstand, direkt an der Baustelle / Marx-Engels-Forum, inklusive virtuelle Baustellentour,
- Bauzaun: Über sechs Kilometer Bauzaun, an dem auf optisch ansprechende und unterhaltsame Weise über den Baustand und den späteren Nutzen der U5-Linie informiert wird, Hinweise auf Anlieger gegeben werden (Nikolaiviertel, Museumsinsel) und der Weg gewiesen wird. Dies auf Deutsch und Englisch,
- Öffentliche Veranstaltungen/Tage der offenen Tür,
- Pressearbeit/Presseveranstaltungen,
- Informationsmaterial: z.B. vierteljährlich erscheinender Newsletter Lückenschluss (letzte Ausgabe: Oktober 2018).“

Bis zur Eröffnung der U5 ist die Fortführung der bisherigen Maßnahmen geplant.

Frage 5:

Wieviel Geld wurde von Beginn an der Ausbaumaßnahmen für die „Dekoration“ bzw. Gestaltung des Bauzaunes ausgegeben?

Antwort zu 5:

Die BVG führt dazu aus:

„Seit Beginn der Baumaßnahme „Lückenschluss U5“ im Februar 2012 wurden insgesamt rund 230.000 Euro für die Gestaltung bzw. Wartung des Bauzauns ausgegeben.“

Berlin, den 14.10.2018

In Vertretung
Stefan Tidow
Senatsverwaltung für
Umwelt, Verkehr und Klimaschutz