



## Kleine Anfrage

des Abgeordneten Dr. Heiner Garg (FDP)

und

## Antwort

**der Landesregierung** – Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Verkehr und Technologie

### **Kommunikation- und Imageberatung der Staatskanzlei und der Ministerien - Nachfrage zu den Drs. 18/4166 und Drs. 18/4012**

1. Wurden von der WT.SH für Teilbereiche der Leistungen, die im Zusammenhang mit dem Aufgabenübertragungsvertrag „zur Koordination und Durchführung des Auswahlverfahrens für eine Agentur zur Erstellung und Durchführung einer Marketingkampagne für den Wirtschaftsstandort“ stehen, Nachunternehmer beauftragt? Wenn ja, bitte einzeln nach Leistungen und Höhe des Auftragsvolumens auflühren.

Antwort:

Ja, es wurden Nachunternehmer für diese Aufgabe beauftragt: Die GMSH, Kiel, für die rechtliche und technische Begleitung mit einem Auftragsvolumen von 11.602,50 Euro brutto; die Agentur Synchronis, Hamburg, für die strategische Ausrichtung, Ideengebung und Praktikabilität und fachlicher Begleitung des Auswahlverfahrens mit einem Volumen von insgesamt 55.573,00 Euro brutto und Rechtsanwaltskanzlei Brock Müller Ziegenbein zur Klärung vertragsrechtlicher und weiterer rechtlicher Fragen im Zusammenhang mit der Kampagnenvergabe mit einem Gesamtvolumen von 4.641,00 Euro brutto.

2. Warum wurde zur Umsetzung der Landesdachmarke ein Aufgabenübertragungsvertrag mit der WT.SH und nicht mit der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH (TASH) geschlossen? Bitte begründen.

Antwort:

Die TASH ist für die Tourismusförderung zuständig und betreut im Rahmen der Landesdachmarke die eigene Kampagne „Glückswachstumsgebiet“. Bei der Kampagne für den Wirtschaftsstandort Schleswig-Holstein –ebenfalls unter dem Dach der Landesdachmarke- handelt es sich dagegen um eine Wirtschaftskampagne mit anderen Zielgruppen, um das Land als attraktiven Wirtschafts-, Arbeits- und Lebensstandort zu bewerben. Zielgruppen sind Unternehmen aus Schleswig-Holstein und Unternehmen mit Sitz außerhalb des Bundeslandes, die für den Wirtschaftsstandort Schleswig-Holstein interessiert werden sollen sowie qualifizierte Fachkräfte innerhalb und außerhalb des Landes. Die WTSH wurde für die Ausschreibung und operationelle Durchführung der Wirtschaftskampagne als kompetente Einrichtung gewählt, die langjährige Erfahrungen im Standortmarketing und der Wirtschaftsförderung hat.

3. Wurden von der WT.SH im Jahr 2015 zur *„Umsetzung, Begleitung und Abwicklung einer landesweiten Standortkampagne ‚Schleswig-Holstein. Der echte Norden‘* Aufträge an Dritte vergeben? Wenn ja, an wen und in welcher Höhe? Wenn nein, warum nicht?

Antwort:

Nein zur Umsetzung, Begleitung und Abwicklung der Kampagne wurden keine Aufträge an Dritte vergeben; die WTSH verfügt über eigene Kompetenzen. Die Kampagne selbst wurde allerdings an die Agentur KNSK, Hamburg für 2 Jahre mit Verlängerungsoption um höchstens bis zu 2 Jahren in Höhe eines jährlichen Auftragsvolumens von 297.500 Euro brutto gegeben.

4. Wurden von der WT.SH im Jahr 2016 zur *„Umsetzung, Begleitung und Abwicklung einer landesweiten Standortkampagne ‚Schleswig-Holstein. Der echte Norden‘* Aufträge an Dritte vergeben? Wenn ja, an wen und in welcher Höhe? Wenn nein, warum nicht?

Antwort:

vgl. Antwort zu Frage 3

5. Gibt es Auftragnehmer, von denen keine Einwilligung zur Weitergabe des Namens, der Höhe des Entgelts bzw. der Auftragsbeschreibung für die Beantwortung der Kleinen Anfrage (Drs. 18/4012) bzw. dem Schreiben des Chefs der Staatskanzlei an Herrn Dr. Garg vom 18.4.2016 eingeholt wurden oder erteilt wurden? Wenn ja, um wie viele Auftragnehmer handelt es sich? Welche Haushaltstitel in der Kleinen Anfrage (Drs. 18/4012) sind hiervon betroffen?

Antwort:

Nein

6. Inwiefern handelt es sich bei der Beantwortung der Kleinen Anfrage (Drs. 18/4012) hinsichtlich Informationen über Auftragsvolumina mit der Angabe der Unternehmen nach rechtlicher Einschätzung der Landesregierung um schutz-

würdige Informationen, die einer Einwilligung der Auftragnehmer bedürfen? Bitte begründen.

Antwort:

Zwar wird die Weitergabe von Unternehmensdaten nicht vom Landesdatenschutzgesetz erfasst, da dieses nur personenbezogene Daten (also Daten von Privatpersonen) schützt. Dennoch ist die Weitergabe von Unternehmensdaten nicht ohne Einschränkungen zulässig; Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse sind zu wahren. Auch nach § 10 Nr. 3 Informationszugangsgesetz für das Land Schleswig-Holstein (IZG-SH) ist ein Zugang zu Informationen abzulehnen, wenn dadurch Betriebs- oder Geschäftsgeheimnisse zugänglich gemacht würden. Als Geschäftsgeheimnisse werden dabei wettbewerbsrelevante Informationen verstanden, Daten also, an deren Geheimhaltung ein schutzwürdiges Interesse des Unternehmens besteht. Die Information über das Auftragsvolumen in Verbindung mit der Angabe des Unternehmens stellt eine solche schutzwürdige Information dar.