



Kleine Anfrage

des Abgeordneten Björn Thoroë

und

Antwort

der Landesregierung - Finanzministerium

Genauere Kosten und Nachteile einer Werbemaßnahme der Kieler Flughafengesellschaft anlässlich der Kieler Woche 2010

Vorbemerkung des Fragenstellers :

Nachdem in Drucksache 17/719 die Frage nach den Kosten einer Werbemaßnahme der Kieler Flughafengesellschaft (KFG) zwar gestellt, aber nicht beantwortet wurde, präzisiere ich meinen Informationswunsch:

1. Wie viele Flugzeuge waren während der Werbemaßnahme im Einsatz?
2. Wie viele Flugstunden sind insgesamt angefallen?
3. Welche Gesamtmenge an CO₂ wurde durch die Durchführung der Werbemaßnahme emittiert?
4. Plant die KFG einen CO₂-Ausgleich für diese getätigten Emissionen?
5. Wie wurden die Flugzeuge für die Werbemaßnahme beschafft bzw. bereitgestellt? Falls dies durch ein rechtliches Konstrukt (Vertrag o.ä.) geschehen ist, wer waren die Vertragspartner und welches Konstrukt mit welchen Konditionen wurde gewählt?
6. Wie viele PilotInnen waren zum Durchführen der Flüge im Einsatz.
7. In welchem rechtlichen Verhältnis standen bzw. stehen die Piloten zur KFG? Handelte es sich um Angestellte, Honorarkräfte oder ehrenamtlich Tätige?

8. Welche Gesamtkosten sind durch diese Werbemaßnahme entstanden? Bitte Aufschlüsselung nach
- Personalkosten,
 - Sachkosten für die Bereitstellung der Flugzeuge,
 - Kosten für Treibstoffe und sonstige Betriebsstoffe,
 - Kosten für den Werbeträger,
 - administrative Kosten bei der KFG zur Durchführung der Werbemaßnahme,
 - Kosten für die Start- und Landegebühren der eingesetzten Maschinen (hierfür bitte weitere Aufschlüsselung nach
 - o a) tatsächlich geflossenen Geldern,
 - o b) kalkulatorischen Kosten in der Planung der Werbemaßnahme,
 - o c) kalkulatorische Kosten wenn eine im Gewerbegebiet angesiedelte Firma eine vergleichbare Werbemaßnahme für eigene Werbezwecke durchgeführt hätte,
 - o d) kalkulatorische Kosten wenn eine externe, nicht im Gewerbegebiet angesiedelte Firma eine vergleichbare Werbemaßnahme für eigene Werbezwecke durchgeführt hätte.

Antwort:

Die Fragen 1 -8 werden wegen ihres Sachzusammenhanges gemeinsam beantwortet.

Die Geschäftsführung der Kieler Flughafengesellschaft mbH hat am 9. Juni 2010 die Firma Koch Luftwerbung mit der Erstellung und Lieferung eines Werbebanners sowie die Firma luftwerbung nord - flying banner mit dem Schlepp des Werbebanners beauftragt. Das Werbebanner wurde nach KFG - Vorgabe gefertigt. Die Art der Auftragsdurchführung für den Schleppflug, einschließlich des Personaleinsatzes, wurde dem Auftragnehmer vertraglich nicht vorgegeben. Es wurden 16 Flüge mit jeweils einer Stunde Zeitaufwand durchgeführt. Für die gesamte Werbemaßnahme (Herstellung Banner, Schleppen, Gebühren) wendete die Kieler Flughafengesellschaft mbH pauschal insgesamt 5.784,92 € (ohne Mehrwertsteuer) auf.

Die Rechnungslegung enthält keine detaillierten Angaben darüber, wie sich die Kosten auf Seiten des Auftragnehmers nach Kostenarten aufgliedern. Dies wurde von der Kieler Flughafengesellschaft mbH auch nicht verlangt.

Über den durch die Werbeflüge, die Anfertigung und den Transport des Banners entstandenen Kohlendioxidemissionen liegen der Geschäftsführung der Kieler Flughafengesellschaft mbH und der Landesregierung keine Erkenntnisse vor. Die Kieler Flughafengesellschaft mbH plant keinen Ausgleich für diese Emissionen. Administrative Kosten bei der KFG wurden nicht gesondert erfasst.

9. Wie der Antwort auf Frage 2 in Drs. 17/719 zu entnehmen ist, war das Ziel der Maßnahme den Bekanntheitsgrad des Flughafens zu steigern. Wie wurde oder wird die Erreichung dieses Ziels gemessen? Welcher Erfolg wurde gemessen?

Antwort:

Die Werbeflüge wurden während der Kieler Woche durchgeführt, dem größten Volksfest Nordeuropas und der größten Segelsportveranstaltung der Welt. Die ganz überwiegende Mehrheit der 2000 Einzelveranstaltungen während der Kieler Woche wird unter freiem Himmel durchgeführt, weswegen Werbeträger am Himmel zum Einsatz während der Kieler Woche besonders gut geeignet sind. Nach Angaben der Landeshauptstadt Kiel zählte die Kieler Woche 2010 etwa drei Millionen Besucher. Es darf davon ausgegangen werden, dass ein erheblicher Teil der Besucher dem Werbebanner Aufmerksamkeit geschenkt hat. Angesichts dieses unmittelbar plausiblen Wirkungszusammenhangs und der vergleichsweise geringen Kosten für die Werbemaßnahme wurden von der Kieler Flughafengesellschaft mbH keine methodisch aufwändigen und kostenintensiven Wirkungsmessungen beauftragt.

10. Wie bewertet die Landesregierung bzw. wie bewerten die Vertreter der Landesregierung im Aufsichtsrat die Werbemaßnahme der KFG unter Berücksichtigung

- des angestrebten Rückzuges des Landes aus der Gesellschaft,
- des weiterhin erheblichen jährlichen Zuschussbedarfes der KFG,
- des allgemeinen Gebotes der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit,
- der Sparanstrengungen des Landes sowie dem Ziel „Einhaltung der Schuldenbremse“
- und des Klimaschutzes?

Antwort:

Eine Arbeitsgruppe der Gesellschafter hatte bereits im September vergangenen Jahres aus einem geringen Bekanntheitsgrad des Flugplatzes Kiel-Holtenau bei wichtigen Institutionen und Akteuren auf ein unerschlossenes Marktpotenzial geschlossen. Die Arbeitsgruppe hatte deshalb in ihrem Bericht, der dem Landtag vorliegt (Umdruck 17/853), empfohlen, den Flugplatz Kiel-Holtenau selbstbewusst zu positionieren und in der Kieler Flughafengesellschaft mbH Marketing und Vertrieb auszubauen (Seite 41). Kosteneffiziente Werbemaßnahmen, wie der Einsatz des Werbebanners, entsprechen dieser Empfehlung und können einen Beitrag dazu leisten, die wirtschaftliche Situation der Kieler Flughafengesellschaft mbH zu verbessern. In dem Maße wie dies gelingt, leisten sie einen Beitrag zur Verringerung des Zuschussbedarfes der Kieler Flughafengesellschaft mbH.

Die Vertreter der Landesregierung im Aufsichtsrat der Kieler Flughafengesellschaft mbH sind angehalten den Vorteil der Gesellschaft zu wahren und die Geschäftsführung zu überwachen. Kosteneffiziente Werbemaßnahmen der Geschäftsführung sind zum Vorteil der Gesellschaft. Deshalb wurden und werden sie von den Vertretern der Landesregierung im Aufsichtsrat unterstützt.