

Kleine Anfrage der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen vom 23. November 2004**Regionalwirtschaftliche und fiskalische Effekte aufgrund Medienberichterstattung**

Wir fragen den Senat:

1. Welche regionalwirtschaftlichen und fiskalischen Effekte misst der Senat Medienveröffentlichungen über Investitionsprojekte bei? Gegebenenfalls wie berechnet der Senat jene? Welche Annahmen liegen dem zugrunde?
2. Wurde bzw. wird bei in ISP- bzw. AIP-finanzierten Projekten der fiktive Wert der Medienberichterstattung in Wirtschaftlichkeitsberechnungen einbezogen? Bei welchen Projekten und in welchem Umfang? Hatte die Einbeziehung Einfluss auf die Beantwortung der Frage, ob das jeweilige Projekt rentabel war oder nicht?
3. Gegebenenfalls in welchem Umfang sind solche erwarteten regionalwirtschaftlichen und fiskalischen Effekte eingetreten? Auf welche Tatsachen stützt sich gegebenenfalls die Berechnung? Wie hoch sind die Kosten der Erfassung und Auswertung (Gutachten)? Wer trägt sie? Haben die Kosten solcher Untersuchungen Einfluss auf die Wirtschaftlichkeit des jeweiligen Projekts?
4. Welche regionalwirtschaftlichen und fiskalischen Effekte sind aufgrund der Medienberichterstattung über 1. das Musical und 2. den Space-Park eingetreten?
5. Beabsichtigt der Senat, der Bremischen Bürgerschaft Projekte zur Finanzierung vorzuschlagen, bei denen der fiktive Wert der möglichen Medienberichterstattung in der Wirtschaftlichkeitsberechnung eine Rolle spielt? Um welche Projekte handelt es sich gegebenenfalls? Wie hoch schätzt der Senat gegebenenfalls die regionalwirtschaftlichen und fiskalischen Effekte hierbei ein?

Jan Köhler, Karoline Linnert und Fraktion Bündnis 90/Die Grünen

D a z u

Antwort des Senats vom 22. März 2005

1. Welche regionalwirtschaftlichen und fiskalischen Effekte misst der Senat Medienveröffentlichungen über Investitionsprojekte bei? Gegebenenfalls wie berechnet der Senat jene? Welche Annahmen liegen dem zugrunde?

Der Senat geht davon aus, dass durch Investitionsprojekte, die die infrastrukturellen Voraussetzungen einer überregional bedeutsamen Nutzung für kulturelle, sportliche, tagungsgeschäftliche, sonstige touristische oder wissenschaftliche Zwecke schaffen, im Zusammenhang mit entsprechenden Angeboten und Veranstaltungen Medienberichte ausgelöst werden können, die außerhalb des Landes zu einer besonderen Wahrnehmung des Standortes Bremen beitragen. Ein herausragendes Beispiel dieser über Medien vermittelten Bremen-Werbung stellen aktuell die Erfolge der Bundesliga-Mannschaft des SV Werder Bremen dar, die durch den Ausbau des Weser-Stadions begünstigt und abgesichert wurden.

Regionalwirtschaftliche und daran gekoppelte fiskalische Effekte resultieren in diesen Fällen unmittelbar aus einer Zunahme auswärtiger (Übernachtungs-) Gäste, die aufgrund der Medienberichterstattung die „beworbenen“ Einrichtungen und/oder Veranstaltungen direkt besuchen oder sogar zu einem darüberhinaus gehenden Aufenthalt in der Stadt mit Nutzung anderer Angebote veranlasst werden, sowie mittelbar aus einer positiven Imagebildung des Standortes Bremen bei den Adressaten der Berichterstattung, die sich längerfristig im überregionalen Wettbewerb um Einwohner und Arbeitsplätze (Standortentscheidungen) auswirken kann.

Eine exakte Quantifizierung dieser Effekte ist aufgrund der vielfältigen, nicht kalkulierbaren Einflussfaktoren der beschriebenen Wirkungszusammenhänge zwangsläufig nicht möglich.

In bisher vorliegenden regionalwirtschaftlichen Betrachtungen, die entsprechende Imageeffekte von Einrichtungen oder Veranstaltungen in die Berechnungen einbezogen haben (vgl. Frage 2), wurde der Nutzen der Medienberichterstattung daher ersatzweise über die (ersparten) Kosten einer – mit gleicher Effektivität – alternativ zu finanzierenden direkten „Bremen-Werbung“ ermittelt. Offen ist die Frage, welche Relation der Werbewirksamkeit dabei zugrunde zu legen ist, d. h., mit welchem Prozentsatz einer direkten Werbung die durch Investitionen und deren Nutzung ausgelöste Medienpräsenz als imagebildende Effekte den Maßnahmen zugeordnet werden können.

2. Wurde bzw. wird bei in ISP- bzw. AIP-finanzierten Projekten der fiktive Wert der Medienberichterstattung in Wirtschaftlichkeitsberechnungen einbezogen? Bei welchen Projekten und in welchem Umfang? Hatte die Einbeziehung Einfluss auf die Beantwortung der Frage, ob das jeweilige Projekt rentabel war oder nicht?

Ein fiktiver Nutzen aus der Medienberichterstattung wurde in den vergangenen Jahren bei insgesamt sieben Projekten des Investitionssonderprogramms in die regionalwirtschaftliche Bewertung des Vorhabens einbezogen:

- Beteiligung des Landes an nationalen und internationalen Messen (Vorlage 017/04),
- Neupositionierung Musikfest (Vorlage 016/02),
- Bewerbung Bremens für das Deutsche Turnfest (Senatsvorlage vom 8. Juni 2004),
- Ausbau der Stadthalle (Vorlage 018/02, 082/02),
- Umbau des Weser-Stadions (Vorlage 001/01),
- Kirchentag (Vorlage 023/03),
- Auswandererhaus Bremerhaven (Senatsvorlage 248/03, 009/04).

Mit Ausnahme des Stadion-Ausbaus, bei dem eine nach Medien abgestufte, insgesamt hohe Nutzenquote der Berichterstattung unterstellt wurde, haben die in dieser Weise berechneten Effekte in allen Fällen zur festgestellten Vorteilhaftigkeit der Maßnahme beigetragen:

- Bei der Messebeteiligung und beim Musikfest wurden die regionalwirtschaftlichen Effekte der Medienberichterstattung mit jeweils 25 % vergleichbarer Kosten einer direkten Bremen-Werbung (nur schreibende Presse berücksichtigt mit 228.000 €) angenommen.
- Für das Deutsche Turnfest werden die Medieneffekte mit 25 % (Berichterstattung mit unmittelbarem Bezug zum Standort) bzw. 14 % (Berichterstattung mit im Vordergrund stehenden Einzelereignissen) der voraussichtlichen Übertragungen und Veröffentlichungen angesetzt. Der sich hieraus errechnende regional-wirtschaftliche Nutzen beträgt einmalig 15,8 Mio. €.
- Von der Medienberichterstattung über Events mit überregionaler Ausstrahlung nach dem Ausbau der Stadthalle wurden 10 % der angenommenen Kosten (1,73 Mio. €) entsprechender Medienpräsenz als Äquivalent imagebildender Bremen-Werbung, die einem rechnerischen Gegenwert von jährlich 17,3 Mio. € entsprechen, in die Bewertung der Maßnahme einbezogen.

- Eine einhundertprozentige Bremen-Werbung durch Medienberichterstattung wurde für die geplante Abhaltung des Kirchentages angenommen. In die regionalwirtschaftliche Betrachtung der Veranstaltung sind dementsprechend medieninduzierte Nutzen von einmalig 30,5 Mio. € eingegangen.
- In der Planungsphase des Auswandererhauses Bremerhaven hat der Gutachter der Nutzen-Kosten-Analyse einen regionalwirtschaftlichen Nutzen von jährlich 350 T€ unterstellt, der einem Ansatz von 10 % entspricht.

3. Gegebenenfalls in welchem Umfang sind solche erwarteten regionalwirtschaftlichen und fiskalischen Effekte eingetreten? Auf welche Tatsachen stützt sich gegebenenfalls die Berechnung? Wie hoch sind die Kosten der Erfassung und Auswertung (Gutachten)? Wer trägt sie? Haben die Kosten solcher Untersuchungen Einfluss auf die Wirtschaftlichkeit des jeweiligen Projekts?

Wie bereits einleitend ausgeführt, stellt die modellmäßige Ermittlung regionalwirtschaftlicher Effekte einer Medienberichterstattung über Umfang und Reichweite der Medienpräsenz und den darauf anzulegenden Faktor bremenspezifischer Werbewirksamkeit eine Ersatz-Berechnung für die direkt nicht präzise quantifizierbaren, tatsächlich aus den entsprechenden Imageeffekten ableitbaren Einwohner- und Arbeitsplatzwirkungen überregional bedeutsamer Einrichtungen und Veranstaltungen dar. Entsprechend komplex gestaltet sich für diesen Teil der regionalwirtschaftlichen Nutzen-Kosten-Betrachtung von Investitionsvorhaben die Erfolgskontrolle.

Lediglich für das Projekt „Universum“, dessen Realisierung ohne Berücksichtigung von Imageeffekten regionalwirtschaftlich vorteilhaft bewertet und beschlossen wurde, liegen zwischenzeitlich von der „ift Freizeit- und Tourismusberatung GmbH“ differenzierte Auswertungen zur tatsächlichen Medienpräsenz (nur Printmedien) vor. Die Studie weist aus, dass in gut vier Jahren knapp 3.800 Publikationen in 800 Printmedien zum „Universum“ erschienen sind, die das Projekt überwiegend positiv bewerteten und zu etwa 60 % außerhalb Bremens veröffentlicht wurden. Von 376 Artikeln, die sich unmittelbar auf den Tourismusstandort Bremen bezogen, fielen 280 – im Sinne imagestärkender Effekte – positiv aus. Die Studie schlussfolgert daraus, dass in diesem Umfang geschaltete Bremen-Werbung – noch ohne TV, Hörfunk und Internet – bereits einem Anzeigen-Gegenwert von 72,9 Mio. € entsprechen würde.

Weitere Auswertungen zur Medienberichterstattung über bremische ISP-Projekte wurden bisher nicht erstellt. Der Senat geht davon aus, dass Imageeffekte bei zukünftigen Projektanträgen – wie bereits bei den Projekten Turnfest, Kirchentag und Auswandererhaus – eine flankierende Größe der unmittelbaren regionalwirtschaftlichen Bewertung von Investitionsvorhaben darstellen.

4. Welche regionalwirtschaftlichen und fiskalischen Effekte sind aufgrund der Medienberichterstattung über 1. das Musical und 2. den Space-Park eingetreten?

Für die Projekte „Musical-Theater“ und „Space-Park“ sind systematische Auswertungen der Medienberichterstattung und Bewertungen der daraus möglicherweise abzuleitenden regionalwirtschaftlichen und fiskalischen Effekte nicht vorgenommen worden.

5. Beabsichtigt der Senat, der Bremischen Bürgerschaft Projekte zur Finanzierung vorzuschlagen, bei denen der fiktive Wert der möglichen Medienberichterstattung in der Wirtschaftlichkeitsberechnung eine Rolle spielt? Um welche Projekte handelt es sich gegebenenfalls? Wie hoch schätzt der Senat gegebenenfalls die regionalwirtschaftlichen und fiskalischen Effekte hierbei ein?

Von den im Haushaltsjahr 2005 absehbar zur Beschlussfassung anstehenden AIP-Investitionsvorhaben wird nach derzeitigem Diskussionsstand voraussichtlich das Projekt „Visionarum“ Modellrechnungen zu möglichen Effekten überregionaler Medienberichterstattung aufweisen.

Hinsichtlich der Größenordnung der dabei zugrunde gelegten Auswirkungen auf die regionalwirtschaftliche Nutzen-Kosten-Relation der Maßnahme und deren Einfluss auf die fiskalische Vorteilhaftigkeit des Vorhabens liegen konkretere Informationen allerdings noch nicht vor.