

Antwort

der Bundesregierung

**auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Jan Korte, Dr. Diether Dehm, Wolfgang Gehrcke, weiterer Abgeordneter und der Fraktion DIE LINKE.
– Drucksache 18/176 –**

Kosten des 40. Sommerbiwaks der 1. Panzerdivision der Bundeswehr in Hannover

Vorbemerkung der Fragesteller

Unter dem Motto „Miteinander verbunden – füreinander einstehen“ lud der Kommandeur der 1. Panzerdivision der Bundeswehr, Generalmajor Carsten Jacobson, zivile und militärische Gäste am 9. August 2013 zum traditionellen Sommerbiwak der 1. Panzerdivision in den Stadtpark Hannover ein. Rund 5 000 Gäste folgten der Einladung zum diesjährigen 40. Jubiläum des Festes (vgl. www.deutschesheer.de). Das Sommerbiwak ist ein Sommerfest, das von der 1. Panzerdivision und der Landeshauptstadt Hannover jährlich im Stadtpark Hannover ausgerichtet wird. Die Veranstalter verfolgen damit das Ziel, „die Verbundenheit zwischen der Bundeswehr, der Stadt Hannover und ihrer Bevölkerung zu stärken“. Das als Biwak (Feldlager) bezeichnete Sommerfest findet im Stadtpark mit Zelten, Bühnen und Tanzflächen statt, an denen Künstler und Musiker auftreten. Während der Veranstaltung ist der Stadtpark nicht öffentlich zugänglich. Im Zusammenhang mit dem Sommerbiwak entzündet sich regelmäßig massive Kritik an der Tatsache, dass dadurch für eine militärische Einrichtung ein vernünftiger Rahmen zur widerspruchsfreien Selbstdarstellung geschaffen wird.

1. Wie hoch waren jeweils die Gesamtkosten für die Planung, Bewerbung und die Durchführung des „Sommerbiwaks“ in Hannover seit dem Jahr 2000, und welchen Anteil daran hat das Bundesministerium der Verteidigung (BMVg) übernommen?

Zu den Gesamtkosten kann wegen der gemeinsamen Verantwortung der Landeshauptstadt Hannover und der 1. Panzerdivision für die Durchführung der Veranstaltung nur die Anteile betreffend Stellung genommen werden, die in Verantwortung der 1. Panzerdivision liegen.

Die Weisungslage des Bundesministeriums der Finanzen sieht für die Aufbewahrung von Unterlagen für das Haushalts-, Kassen- und Rechnungswesen des Bundes eine Aufbewahrungsfrist von fünf Jahren vor. Für die Jahre 2000 bis 2008 können daher keine Aussagen zu den Einnahmen und Ausgaben der 1. Panzerdivision getroffen werden.

Aus diesem Grunde sind im Folgenden Einnahmen und Ausgaben für das Sommerbiwak der Jahre 2009 bis 2013 aufgeführt.

2013

Einnahmen von 25 044,75 Euro stehen Ausgaben von 25 390,55 Euro gegenüber. Die Differenz in Höhe von 345,80 Euro zulasten der 1. Panzerdivision wurde erlasskonform durch ein Selbstbewirtschaftungsmittel-Konto der Bundeswehr für „Dienstliche Veranstaltungen geselliger Art“ gedeckt.

2012

Einnahmen von 23 375 Euro stehen Ausgaben von 22 507,20 Euro gegenüber. Die Differenz in Höhe von 867,80 Euro zugunsten der 1. Panzerdivision wurde erlasskonform auf ein Selbstbewirtschaftungsmittel-Konto der Bundeswehr für „Dienstliche Veranstaltungen geselliger Art“ abgeführt.

2011

Einnahmen von 18 775 Euro stehen Ausgaben von 30 825,26 Euro gegenüber. Die Differenz in Höhe von 12 050,26 Euro zulasten der 1. Panzerdivision wurde erlasskonform entsprechend den Schadensbestimmungen bearbeitet und aus Kapitel 14 03 Titel 539 99 (Vermischte Verwaltungsausgaben) ausgeglichen.

2010

Einnahmen von 25 971 Euro stehen Ausgaben von 23 471 Euro gegenüber. Die Differenz in Höhe von 2 500 Euro zugunsten der 1. Panzerdivision wurde erlasskonform auf ein Selbstbewirtschaftungsmittel-Konto der Bundeswehr für „Dienstliche Veranstaltungen geselliger Art“ abgeführt.

2009

Einnahmen von 25 829 Euro stehen Ausgaben von 23 329 Euro gegenüber. Die Differenz in Höhe von 2 500 Euro zugunsten der 1. Panzerdivision wurde erlasskonform auf ein Selbstbewirtschaftungsmittel-Konto der Bundeswehr für „Dienstliche Veranstaltungen geselliger Art“ abgeführt.

2. Von welcher Kostenstelle im Einzelplan 14 werden die Ausgaben für die Durchführung der „Sommerbiwaks“ bezahlt?

Für dienstliche Veranstaltungen geselliger Art werden keine Haushaltsmittel aus dem Einzelplan 14 in Anspruch genommen. Dies gilt auch für die Finanzierung des Sommerbiwaks der 1. Panzerdivision.

Einnahmen und Ausgaben einer dienstlichen Veranstaltung geselliger Art werden erlassgemäß zunächst unter Kapitel 14 03 Titel 382 01 für Einnahmen und Kapitel 14 03 Titel 982 01 für Ausgaben gebucht. Ein möglicher Überschuss einer solchen Veranstaltung wird auf das Selbstbewirtschaftungsmittel-Konto der Bundeswehr für „Dienstliche Veranstaltungen geselliger Art“ überwiesen.

Dieses Selbstbewirtschaftungsmittel-Konto dient auch dem Ausgleich von Defiziten bei dienstlichen Veranstaltungen geselliger Art.

Für das Jahr 2011 wird auf die Antwort zu Frage 1 verwiesen.

3. Welche Firmen haben bei der Durchführung des 40. Sommerbiwaks in Hannover welche Aufgaben erfüllt bzw. welche Dienstleistungen erbracht (bitte jeweils auch unter Angabe der dabei angefallenen Kosten für die Bundesregierung)?

Durch die 1. Panzerdivision wurden keine Firmen, Dienstleistungsanbieter und Künstler für das 40. Sommerbiwak engagiert. Aufgaben und Dienstleistungen der am 40. Sommerbiwak beteiligten Firmen und Dienstleistungsanbieter wurden durch die von der Stadt Hannover beauftragte Agentur Invite Gehry Tower GmbH vertraglich vereinbart und abgerechnet.

4. Welche Künstler sind beim 40. Sommerbiwak aufgetreten, und welche Kosten sind dabei jeweils angefallen?

Auf die Antwort zu Frage 3 wird verwiesen.

5. Welche Unternehmen haben beim Sommerbiwak 2013 einen Stand gehabt und/oder Aktionen durchgeführt, und welche Kosten bzw. Einnahmen sind dabei jeweils nach Kenntnis der Bundesregierung angefallen?

Auf die Antwort zu Frage 3 wird verwiesen.

6. Wie hoch waren die Kosten des BMVg die für Planung und Durchführung eines Sonder-„Feldpostamts“ auf dem diesjährigen „Sommerbiwak“ inklusive aller dazugehörigen Materialien (Briefmarken, Sonderstempel etc.)?

Kosten für die Planung und Durchführung des Sonderfeldpostamts aus Anlass des 40. Sommerbiwaks sind für die Bundeswehr nicht entstanden.

Es wurde kein Sonderstempel seitens der Deutschen Post AG für das 40. Sommerbiwak gekauft, sondern ein so genannter Cachet-Stempel verwendet, der durch die Agentur Invite Gehry Tower GmbH bestellt und bezahlt wurde.

Die Invite Gehry Tower GmbH wurde von der Stadt Hannover beauftragt. Zu Vertragsinhalten, Kalkulationen und Abrechnungen liegen keine amtlichen Informationen vor.

7. Welche Angebote hat die Bundeswehr auf dem Sommerbiwak 2013 präsentiert, und welche Kosten sind dabei angefallen (bitte jeweils pro Angebot, Event, Aktion aufzuführen)?

Folgende Angebote wurden durch die Bundeswehr im Rahmen des Sommerbiwaks bereitgestellt:

- Fallschirmspringer zur Demonstration des Ausbildungsstandes,
- Darstellung der Aufgaben der Feldpost im Rahmen des Programms,
- Darstellung von Betreuungsmöglichkeiten für Familienangehörige.

Eine gesonderte Erfassung der Kosten für die Arbeitsstunden beim Einsatz von Soldatinnen und Soldaten im Rahmen einer dienstlichen Veranstaltung geselliger Art erfolgte nicht.

8. Wie viel Personal wurde für die Vorbereitung, die Bewerbung und die Durchführung des „Sommerbiwaks 2013“ durch das BMVg eingesetzt?

In der Vorbereitung wurde ein Projektteam mit drei Soldaten des Stabes der 1. Panzerdivision eingesetzt.

Zum Aufbau wurden 30 Soldatinnen und Soldaten und zur Durchführung am Tag der Veranstaltung des 40. Sommerbiwaks insgesamt 287 Soldatinnen und Soldaten aus dem Bereich der 1. Panzerdivision eingesetzt.

Zum Abbau wurden 85 Soldatinnen und Soldaten eingesetzt, zudem weitere 30 Soldatinnen und Soldaten für Restaufräumarbeiten.

Eine gesonderte Erfassung der Kosten für die Arbeitsstunden beim Einsatz von Soldatinnen und Soldaten im Rahmen dieser dienstlichen Veranstaltung geselliger Art erfolgte nicht. Die Bewerbung für das 40. Sommerbiwak erfolgte in alleiniger Verantwortung der Agentur Invite Gehry Tower GmbH.

9. Wie hoch waren die Kosten für die Planung und Durchführung des von der Firma Ernst Rohr GmbH Feuerwerkerei & Explosivlogistik aus Wedemark-Brelingen auf dem „Sommerbiwak 2013“ ausgeführten Feuerwerks?

Auf die Antwort zu Frage 3 wird verwiesen.

10. Wie hoch waren die Kosten für Entwicklung und Druck des Programmhefts zum „Sommerbiwak 2013“, und wie viele dieser Programmhefte wurden gedruckt?

Auf die Antwort zu Frage 3 wird verwiesen.

11. Wie viele Personen wurden mit einer Einladung zum „Sommerbiwak 2013“ direkt angesprochen oder angeschrieben?

Es wurden 11 410 Einladungen versandt.

12. Wie viele Eintrittskarten für das „Sommerbiwak 2013“ wurden insgesamt ausgegeben, wie viele davon wurden bezahlt, und welche Einnahmen wurden dadurch erzielt?

Es wurden 4 972 Eintrittskarten gegen Bezahlung ausgegeben. Weiterhin wurden 70 Freikarten an diensttuende Soldatinnen und Soldaten ausgegeben (z. B. Angehörige des Heeresmusikkorps Hannover).

Die Einnahmen der 1. Panzerdivision aus dem Verkauf von Eintrittskarten an Bundeswehrangehörige betragen 25 044,75 Euro.

Über die Höhe der von der Invite Gehry Tower GmbH erzielten Einnahmen liegen der Bundesregierung keine Informationen vor.

13. Wie viele Menschen haben das „Sommerbiwak 2013“ tatsächlich besucht?

Insgesamt haben etwa 5 000 Gäste das Sommerbiwak besucht.

14. Wie hat sich die Zahl der Besucher der „Sommerbiwaks“ in den letzten zehn Jahren entwickelt, und wie viele Eintrittskarten wurden jeweils tatsächlich gekauft?

Die Gesamtgästezahl ist lediglich für das Jahr 2013 bekannt. Für die Jahre davor liegen der Bundesregierung keine gesicherten Informationen vor, da die Erfassung in der Verantwortung der jeweiligen Eventagentur lag.

15. Wie viele Datensätze umfasst die Sommerbiwak-Interessentendatei, von wem wird diese Datei geführt, und wie und durch wen werden die Datenschutzbestimmungen gewährleistet?

Die entsprechende Datei besteht derzeit aus Datensätzen von 11 410 Personen. Die Dateiführung unter Einhaltung der geltenden Datenschutzbestimmungen obliegt der 1. Panzerdivision.

16. Wurden die einzelnen in der Sommerbiwak-Interessentendatei verzeichneten Menschen um Erlaubnis gefragt, dass ihre persönlichen Daten gegebenenfalls von Dienstleister zu Dienstleister weitergegeben worden sind?

Es hat im Jahr 2011 beim Wechsel der Eventagenturen keine Datenweitergabe von der Eventagentur event it AG zur Eventagentur Invite Gehry Tower GmbH stattgefunden.

Die Agentur event it AG hat vielmehr alle für das so genannte Ticketing (Anmeldung, Bestellung, Überweisung und Versand der Einlasskarten) notwendigen Daten an die 1. Panzerdivision mittels Datenträger zurückgegeben.

Die für das Ticketing des Sommerbiwaks 2011 notwendigen Daten wurden anschließend durch die 1. Panzerdivision an die Agentur Invite Gehry Tower GmbH übergeben.

Die betroffenen Besteller erteilen mit ihrer Unterschrift auf der Bestellkarte für Eintrittskarten ihre Zustimmung zu den für die Veranstaltung geltenden Datenschutzbestimmungen. Dies schließt das Einverständnis für eine Weitergabe der Daten an Dritte zum Zwecke der Vorgangsabwicklung ein.

