

Kleine Anfrage

der Abgeordneten Matthias Gastel, Sven-Christian Kindler, Stefan Gelbhaar, Oliver Krischer, Markus Tressel, Daniela Wagner und der Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN

Werbemaßnahmen und Öffentlichkeitsarbeit für den Deutschlandtakt

Der Deutschlandtakt ist der Plan für die Zukunft der Eisenbahn in Deutschland und die Richtschnur zum Ausbau der Eisenbahninfrastruktur. Durch die Vernetzung von Güter-, Nah- und Fernverkehr wird Infrastruktur passend geplant und gebaut, werden Angebote gut aufeinander abgestimmt.

Zentral für die Umsetzung des Projekts ist jedoch aus Sicht der Fragestellerinnen und Fragesteller die breite Akzeptanz in der Bevölkerung. Nur so können Infrastrukturmaßnahmen, insbesondere die notwendigen Großprojekte wie den Umbau der Knoten und Neubaustrecken aber auch die zahlreichen Ausbauvorhaben, zügig umgesetzt werden.

Viele Menschen in Deutschland kommen jedoch erst dann mit dem Deutschlandtakt in Berührung, wenn es um Großprojekte oder andere Maßnahmen zum Ausbau der Eisenbahninfrastruktur in ihrer Nähe geht. Dadurch wird nach Ansicht der Fragestellenden die Idee des Deutschlandtakts einseitig mit dem Neubau von Infrastruktur verknüpft und nicht mit der Idee eines Gesamtkonzepts für die gesamte Schiene. Der Deutschlandtakt besteht nicht nur aus einer Konzeption für den Fernverkehr, sondern er muss auch die erweiterten Angebote des Nahverkehrs berücksichtigen und den perspektivisch stark wachsenden Schienengüterverkehr Güterverkehr kapazitiv abbilden können. Eine einseitige Verengung des Deutschlandtakts mit Neubauvorhaben wird nach Ansicht der Fragestellenden den Anforderungen des notwendigen Ausbaus des Schienennetzes nicht gerecht und schadet aus Sicht der Fragestellerinnen und Fragesteller dem Image des Gesamtprojektes, was sich auch auf die Akzeptanz der Vorhaben negativ auswirken kann.

Die Bundesregierung betreibt zwar seit einiger Zeit eine Website (<https://www.deutschlandtakt.de>) zum Projekt, jedoch hat es die Bundesregierung aus Sicht der Fragestellerinnen und Fragesteller bisher unterlassen, den mannigfaltigen Nutzen des Deutschlandtakts mit einer breit angelegten Werbekampagne herauszustellen und so die Akzeptanz des Projekts Deutschlandtakt zu verankern. Insbesondere bei der Planung und Vorbereitung der Infrastrukturmaßnahmen wird die Aufgabe, den Deutschlandtakt zu erklären und verständlich zu machen, nach Ansicht der Fragestellenden einseitig auf die Projektträger – insbesondere die DB Netz AG – abgeschoben.

Wir fragen die Bundesregierung:

1. Welche Ziele und Schwerpunkte verfolgt die Bundesregierung mit ihrem Konzept zur Öffentlichkeitsarbeit in Bezug auf den Deutschlandtakt in der Fachöffentlichkeit, bei Entscheidungstragenden, in der allgemeinen Öffentlichkeit sowie im Umfeld der aus dem Deutschlandtakt resultierenden Infrastrukturprojekte (bitte getrennt auflisten)?
2. Welche Prozentanteile haben die folgenden Themen am Budget der Öffentlichkeitsarbeit für den Deutschlandtakt
 - a) Klimaschutzwirkung,
 - b) Nachfragewirkung,
 - c) nachhaltige Mobilität,
 - d) Kapazitätserhöhung,
 - e) Kapazitätserhöhung für den Schienengüterverkehr,
 - f) Basis für Infrastrukturmaßnahmen,
 - g) sonstige Themen?
3. Zu welchen der obigen Themen wurden welche Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit von der Bundesregierung in der laufenden Legislaturperiode bereits ergriffen, um mit dem Deutschlandtakt das zentrale Mobilitätsprojekt des aktuellen Koalitionsvertrags für die zwanziger Jahre bekannt zu machen (bitte nach den Themen der vorherigen Frage sortiert auflisten)?
4. Zu welchen der obigen Themen sind weitere Maßnahmen von der Bundesregierung in 2021, dem Europäischen Jahr der Schiene, für die Öffentlichkeitsarbeit zu Gunsten des Deutschlandtakts geplant (bitte nach Themen sortiert auflisten)?
5. In welchem Umfang und für welche der obigen Themen wurden Haushaltsmittel in der laufenden Legislaturperiode für Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit in Bezug auf Deutschlandtakt ausgegeben (bitte nach Themen sortiert auflisten, in Jahresscheiben angeben)?
6. In welchem Umfang und für welche der obigen Themen und Maßnahmen sind Haushaltsmittel für Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit in Bezug auf den Deutschlandtakt 2021 noch verfügbar (bitte auflisten, ggf. nach Themen)?
7. In welchem Umfang und für welche der obigen Themen und Maßnahmen sind Haushaltsmittel in der mittelfristigen Finanzplanung für Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit in Bezug auf den Deutschlandtakt vorgesehen?
8. In welchem Umfang und für welche Themen wurden Haushaltsmittel in der laufenden Legislaturperiode für Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit in Bezug auf Autobahnen von der Bundesregierung bzw. der Fernstraßenverwaltung und der Autobahn GmbH ausgegeben (bitte nach Themen sortiert auflisten)?
9. Liegen der Bundesregierung Erkenntnisse über die Bekanntheit des Gesamtprojekts Deutschlandtakt in der Bevölkerung vor, und wenn ja, welche?

Wie hoch schätzt die Bundesregierung den Anteil der Bevölkerung, denen der Begriff Deutschlandtakt bekannt ist und die ihn inhaltlich zuordnen können?

Wenn nein, warum nicht?

10. Liegen der Bundesregierung Erkenntnisse vor, ob die Bevölkerung das Projekt Deutschlandtakt mit den oben genannten Themen verbindet, und wenn ja, wie viel Prozent der Bevölkerung sind dies jeweils?
11. In welchem Umfang hat die Bundesregierung externe Berater für die Öffentlichkeitsarbeit zum Deutschlandtakt beauftragt, und welche konkreten Leistungen wurden bisher durchgeführt und abgerechnet (bitte monats-scheibengenau darstellen; Art und Umfang der Verträge, Leistungsbeschreibungen, Vertragssummen und Vertragslaufzeiten tabellarisch darstellen)?
12. In welchem Umfang erfolgt eine Kooperation mit Verbänden, Unternehmen oder Gewerkschaften zur Öffentlichkeitsarbeit zum Deutschlandtakt?
Welche inhaltlichen und finanziellen Vereinbarungen wurden hier getroffen?
13. Wer besitzt die Markenrechte für den Begriff Deutschlandtakt?
14. Welche Kosten entstanden bisher beim Aufbau und der Betreuung der Website deutschlandtakt.de?
Gab es finanzielle Zahlungen oder andere Vereinbarungen bei der Übernahme der Domain deutschlandtakt.de von früheren Inhaberinnen und Inhabern (die Website gehörte früher der Initiative Deutschlandtakt, vgl. <http://web.archive.org/web/20131230140723/http://www.deutschland-takt.de/deutschlandtakt/>), und wenn ja, in welcher Höhe?
15. Betreibt das Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI) die Website deutschlandtakt.de selbst, oder gibt es hierfür Vereinbarungen mit Unternehmen (inklusive der Konzeption, Redaktion und Betreuung)?
Welche Kosten entstehen dem Bund aus entsprechenden Vereinbarungen, und was sind die vereinbarten inhaltlichen Aufgaben, und welche Vereinbarungen gibt es über aktuelle Inhalte (z. B. regelmäßige „Blogbeiträge“ oder ähnliches)?
16. Nach welchen Kriterien erfolgt die Auswahl der Personen und Themen, über die auf der Website berichtet wird (<https://www.deutschlandtakt.de/blog/#articlefilter=alle>), und wer nimmt diese Auswahl konkret vor?
17. Gibt es Vereinbarungen mit dem Planungsbüro SMA, die die fachlichen Gutachten zum dritten Zielfahrplan entwickelt haben (vgl. <https://www.sma-partner.com/de/projekte/aktuelles>), über Öffentlichkeit oder Auftritte zur Erklärung oder Werbung für den Deutschlandtakt, insbesondere im Rahmen von einzelnen Projekten des Deutschlandtakts, und wenn ja, wie sind diese gestaltet?
18. Wie viele Stellen in der Organisationseinheit E13 des BMVI arbeiten für das Projekt Deutschlandtakt (bitte in Vollzeitäquivalenten und als Anteil an allen Stellen in der Organisationseinheit E13 angeben)?
19. Wie viele Stellen sind in der Organisationseinheit E13 des BMVI derzeit (Stand: Juni 2021) besetzt, wie viele sind unbesetzt?
Wie viele der unbesetzten Stellen sind für den Deutschlandtakt zuständig?

20. Gibt es aktuell eine Leiterin bzw. einen Leiter der Organisationseinheit E13 des BMVI?

Wenn nein, seit wann ist diese Stelle unbesetzt, und welche Maßnahmen ergreift das BMVI, um diese Stelle zu besetzen (vgl. https://www.bmvi.de/SharedDocs/DE/Anlage/Z/organigramm.pdf?__blob=publicationFile)?

Wenn ja, wie lange war die Stelle in den letzten fünf Jahren unbesetzt?

21. Wie viele weitere Stellen in der Abteilung Eisenbahn sind aktuell (Stand: Juni 2021) unbesetzt?

Wie viele Leiterinnenstellen und Leiterstellen von Organisationseinheiten in der Abteilung Eisenbahn sind unbesetzt?

22. Sind im BMVI-Ressort sowie in den nachgeordneten Behörden des BMVI Personen eingestellt, die für die Öffentlichkeitsarbeit des Deutschlandtakts zuständig sind?

Wenn ja, seit wann, wie viele (inklusive Wertigkeit), und was sind ihre Aufgaben?

Welches Budget wurde hierfür jährlich angesetzt?

Was sind bisher erfolgte Arbeitsleistungen dieser Stellen?

Welche Projekte und Maßnahmen wurden bisher umgesetzt?

23. Plant die Bundesregierung gezielte Öffentlichkeitsarbeit zum Deutschlandtakt in Regionen, in denen größere Infrastrukturmaßnahmen im Bereich Schiene geplant sind?

24. Beauftragt die Bundesregierung die Deutsche Bahn AG oder andere Unternehmen, im Rahmen von Infrastrukturprojekten auch für das Konzept des Deutschlandtakts zu werben und Fragen aus der Bevölkerung zum Deutschlandtakt zu beantworten?

Wenn ja, seit wann, in welchem Umfang, und mit welchem Auftrag?

25. Welche weiteren von der Bundesregierung beauftragten Studien und Gutachten zur Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit des Deutschlandtakts sind aktuell in Arbeit (bitte jeweils Auftragsinhalt nennen)?

26. Welche Infrastrukturmaßnahmen, die die Bundesregierung als Maßnahme für den Deutschlandtakt versteht, laufen bereits oder sind aktuell angekündigt (bitte jeweils auflisten)?

27. Erfolgte im Rahmen der Erarbeitung des Deutschlandtakts eine Bürgerbeteiligung?

Wenn ja, wann, in welchem Umfang, über welchen Zeitraum, in welcher Form, wie viele Bürgerinnen und Bürger waren hieran beteiligt, was waren die Ergebnisse der Bürgerbeteiligung, und welche konkreten Veränderungen ergaben sich durch die Bürgerbeteiligung?

Wenn nein, warum nicht?

Berlin, den 22. Juni 2021

Katrin Göring-Eckardt, Dr. Anton Hofreiter und Fraktion