

Fragen von Ulrich Kelber MdB und die Antworten der Stadtwerke.

In eckigen Klammern und kursiv finden Sie Anmerkungen zu den Antworten.

War der Geschäftsführung oder den zuständigen Mitarbeitern bekannt, dass die Anzeige in der zweiten UnionKurier-Ausgabe der CDU im März 2010 in einer Wahlkampfbroschüre erschien? Wenn ja, sieht die Geschäftsführung keinen Unterschied in einer Anzeige eines städtischen Unternehmens in einer reinen Mitgliederzeitschrift einer Partei und einer Wahlkampfbroschüre?

SWB Energie und Wasser wurden am 19.1.2010 sechs Anzeigen in der monatlich erscheinenden Mitgliederzeitung „Union Kurier“ angeboten. Dem Angebotsbrief war nicht zu entnehmen, dass die Ausgabe Nr. 2, März 2010, als „Sonderausgabe“ gekennzeichnet wurde.

Wie hoch waren die Kosten für die Anzeige? Wie hoch waren zum Vergleich jeweils die Kosten für die anderen dreizehn Anzeigen in UnionKurier-Ausgaben seit April 2008?

Sechs Anzeigen für März bis August 2010 kosteten 2.000 Euro. Vier Inserate von Februar bis Mai 2009 kosteten pro Stück 400 Euro, sieben Anzeigen von April bis November 2008 kosteten ebenfalls jeweils 400 Euro. Es entstehen keine zusätzlichen Kosten aufgrund der erhöhten Auflage der Ausgabe des Union Kurier März für SWB Energie und Wasser.

Zum Vergleich: Zwei Anzeigen in der „Demokratischen Gemeinde“ des Vorwärtsverlages kosteten in 2009 (Februar und Juli/August) sowie in 2008 (Februar und Juli/August) pro Schaltung 950 Euro. Insertionen in der Bonner Umweltzeitung schlugen (April/Mai 2009, Juni/Juli, August/September, Oktober/November, Dezember/Januar 2009/2010, Februar/März, April/Mai) mit 6.404 Euro zu Buche.

[Auch in den „Kommunalpolitischen Blättern“ der CDU wurde eine großformatige Anzeige für ca. 2000 Euro 2008 geschaltet. Diese bundesweiten Anzeige in DEMO und KoB sind bei vielen Stadtwerken üblich, um auf die Aktivitäten aufmerksam zu machen.]

3. Hält die Geschäftsführung es nicht für ungewöhnlich, als kommunales Unternehmen in mehr als 50% der Ausgaben einer Mitgliederzeitschrift einer Partei Anzeigen zu schalten?

Bei den Anzeigen handelt es sich um Produktwerbung für das SWB-Ökostromangebot BonnNatur Strom, das in einer umfassenden Media-Kampagne als SWB-Premiumprodukt systematisch in bestimmten Zeitfenstern, kontinuierlich und umfangreich beworben wird.

Für die Vermarktung des SWB-Naturstroms wird Produktkommunikation in mehr als einem Dutzend Medien geschaltet. Wesentlich für die Entscheidung über die Auswahl der Medien ist hierbei die erreichbare Zielgruppe. So wurde Produktwerbung für BonnNatur zum Beispiel auch in Fach- und Mitgliederpublikationen anderer Parteien (Demokratische Gemeinde des Vorwärtsverlages) geschaltet oder in Publikationen der Umweltverbände (BUZ).

In der „Demokratischen Gemeinde“ des Vorwärtsverlages werden in den Ausgaben Juli/August 2010 (Schwerpunktthema: Stadtwerke der Zukunft) und September 2010 (Schwerpunktthema: Umwelt- und Klimaschutz) wiederum BonnNatur Strom-Anzeigen geschaltet.

Die Stadtwerke Bonn und ihre Tochtergesellschaften wahren als kommunale Unternehmen strikt parteipolitische Neutralität.

[Auf die Frage, warum es dann von April 2008 bis August 2010 siebzehn Anzeigen und damit fast Zweidrittel der Ausgaben des UnionKurier war, wird nicht eingegangen.]

spd-ratsfraktion@bonn.de markt 2 altes Rathaus Tel.0228/772080