

**Kleine Anfrage zur schriftlichen Beantwortung
mit Antwort der Landesregierung
- Drucksache 17/3623 -**

Wie gefällt der Landesregierung „Urlaub in Niedersachsen. Anders als du denkst!“?

Anfrage der Abgeordneten Jörg Bode, Gabriela König und Christian Grascha (FDP) an die Landesregierung,
eingegangen am 02.06.2015, an die Staatskanzlei übersandt am 08.06.2015

Antwort des Niedersächsischen Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr namens der Landesregierung vom 30.06.2015,
gezeichnet

Olaf Lies

Vorbemerkung der Abgeordneten

Die TourismusMarketing Niedersachsen GmbH (TMN) ist der zentrale Ansprechpartner für den Tourismus in Niedersachsen. Die rot-grüne Landesregierung hat die TMN am 1. Januar 2014 zu einer 100-prozentigen Landesgesellschaft im Verantwortungsbereich des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr gemacht. Die TMN erhält vom Land jährlich 3 Millionen Euro für die Entwicklung und Durchführung von Maßnahmen zur zukunftsorientierten Positionierung Niedersachsens im nationalen und internationalen Tourismuswettbewerb. Am 6. März 2015 hat die TMN ein Musikvideo, Titel „Urlaub in Niedersachsen. Anders als Du denkst!“, veröffentlicht. Die TMN hat, laut Berichterstattung in der HAZ vom 13. April 2015, weniger einen Werbe- oder Imagefilm damit beabsichtigt, sondern bewusst einen Beitrag für die sozialen Netzwerke erzeugt. Die Reaktionen auf das Video sind neben einer Preisverleihung am Rande der ITB durch die Juroren des „Goldenen Stadttors“ gespalten.

Beim Goldenen Stadttor gilt die Prämisse: „Jeder eingereichte Film ist gut“ (<http://www.das-goldene-stadttor.de/Bewertung/bewertung.html>). 40 Juroren bewerten die eingereichten Beiträge nach Bewertungsgrundlagen wie z. B. „Wie klar ist die Aussage?“, „Wie gut spricht der Film die Zielgruppe an?“ oder „Wie lange bleibt mir der Film positiv im Gedächtnis?“ (<http://www.das-goldene-stadttor.de/Bewertung/Bewertungsgrundlage/bewertungsgrundlage.html>). Es stehen zudem 19 Kategorien für Preisverleihungen zur Verfügung.

Der dreiminütige Beitrag der Landestochter TMN soll um die 80 000 Euro gekostet haben.

Vorbemerkung der Landesregierung

Das Goldene Stadttor ist ein durchaus renommierter internationaler Tourismuspreis, der 2015 bereits zum 14. Mal während der Messetage direkt auf der ITB Berlin vergeben wurde. Ausgezeichnet werden touristische Beiträge in verschiedenen Kategorien, welche von einer internationalen Jury anhand eines Punktesystems bewertet werden. Offizieller Schirmherr des Wettbewerbs ist der Bundesverband Deutscher Film und AV Produzenten e. V.

1. Was hat der Filmbeitrag der Landesregierung „Urlaub in Niedersachsen. Anders als Du denkst!“, realisiert durch die TMN, den Steuerzahler gekostet (bitte nach den Kosten für die Agentur, Produktion, Schaltung, Sachkosten TMN, Sachkosten Landesregierung und Sonstiges aufteilen)?

Der Film hat insgesamt 79 500 Euro gekostet. Davon entfallen auf:

Agentur und Produktion	79 400 Euro
Schaltung	-
Sachkosten TMN	100 Euro (Fährüberfahrt Norden-Norddeich, Hotelübernachtung)
Sachkosten Landesregierung	-
Sonstiges	-

2. Was war Anlass, Absicht und Einsatzzweck des Musikvideos, und ist das Ziel erreicht worden?

Der Film wurde als Baustein der Online-Kommunikation der TMN konzipiert, wie z. B. für die Plattform meinniedersachsen.de, auf der Geschichten aus Niedersachsen von Bloggern und Usern veröffentlicht werden. Der Film ist auf Youtube mehr als 146 000-mal angesehen worden und hat die angesprochene Zielgruppe erreicht.

3. Wer in der Landesregierung hat das Musikvideo vor der Veröffentlichung abgenommen und freigegeben?

Der Veröffentlichung des Films auf den social media-Kanälen der TMN hat Frau Staatssekretärin Behrens am 08.01.2015 zugestimmt.