

Kleine Anfrage

des Abg. Rudi Fischer FDP/DVP

und

Antwort

des Ministeriums für Finanzen

Kommunikationsverhalten der Parkraumbewirtschaftungs-GmbH PBW

Kleine Anfrage

Ich frage die Landesregierung:

1. Wie viele Presseanfragen oder ähnliches erreichen die PBW jeden Monat?
2. Wie viele Personen beschäftigt die PBW in ihrer Pressestelle?
3. Seit wann besteht eine Geschäftsbeziehung mit der Agentur aus Hamburg und wie ist die Laufzeit?
4. Welchen Inhalt und Umfang hat der Dienstleistungsvertrag mit der Agentur?
5. Welche Vergütungsstruktur (zum Beispiel monatlicher/quartalsweiser Festbetrag, oder Bezahlung nach Arbeitsanfall oder ähnliches) ist vereinbart?
6. Wurde dieser Vertrag ausgeschrieben und wie viele Angebote gingen dafür ein?
7. Gingen hier auch Angebote von Agenturen aus Baden-Württemberg ein?
8. Wenn ja, warum wurde dafür eine Agentur aus Hamburg ausgewählt, weit entfernt von der Parkplatzsituation des Landes?
9. Wurde eine Kommunikationsagentur im Zusammenhang mit den Auseinandersetzungen und entsprechender Berichterstattung rund um die Geschäftsführerwechsel in 2023 gesucht und beauftragt?

12.2.2026

Fischer FDP/DVP

Begründung

In einer Recherche zu einem Artikel, erschienen am 10. Februar 2026, wurden die Anfragen der Ludwigsburger Kreiszeitung von einer Kommunikationsagentur aus Hamburg beantwortet. Das verwundert insofern, als dass die dem Finanzministerium untergeordnete PBW ausweislich ihrer Homepage eine Pressesprecherin beschäftigt.

Antwort

Mit Schreiben vom 6. März 2026 Nr. FM5-3258-687/15 beantwortet das Ministerium für Finanzen im Einvernehmen mit dem Ministerium für Verkehr die Kleine Anfrage wie folgt:

1. Wie viele Presseanfragen oder ähnliches erreichen die PBW jeden Monat?

Zu 1.:

Nach Auskunft der Parkraumgesellschaft Baden-Württemberg mbH (PBW) erreichen diese ein bis zwei Presseanfragen pro Monat. Zum Bewirtschaftungsstart einer neuen Liegenschaft können es bis zu fünf solcher Anfragen sein.

2. Wie viele Personen beschäftigt die PBW in ihrer Pressestelle?

Zu 2.:

Die Aufgaben der Pressestelle werden von der Prokuristin und Bereichsleiterin Strategie & Business Development wahrgenommen.

3. Seit wann besteht eine Geschäftsbeziehung mit der Agentur aus Hamburg und wie ist die Laufzeit?

Zu 3.:

Laut PBW startete die Zusammenarbeit mit der Agentur Ende 2024. Im Übrigen wird auf die Antwort zu Ziffer 4 verwiesen.

4. Welchen Inhalt und Umfang hat der Dienstleistungsvertrag mit der Agentur?

Zu 4.:

Vertragsgegenstand ist insbesondere die Marke „PBW“ in dem sehr speziellen Parkierungsgeschäft, in dem die PBW zu anderen Unternehmen in Konkurrenz steht, bekannt zu machen und strategisch zu platzieren. Damit soll der wirtschaftliche Erfolg der PBW, der letztendlich dem Landeshaushalt zugutekommt, weiter vorangetrieben werden. Zum Aufgabenfeld gehört darüber hinaus eine kontinuierliche Berichterstattung in relevanten Medien bis hin zur proaktiven Kontaktarbeit mit Redaktionen und Journalistinnen und Journalisten. Die Beantwortung von Presseanfragen spielt in diesem Gesamtzusammenhang eine eher untergeordnete Rolle. Aus Gründen des Schutzes von Geschäftsgeheimnissen können keine weiteren Angaben gemacht werden.

5. Welche Vergütungsstruktur (zum Beispiel monatlicher/quartalsweiser Festbetrag, oder Bezahlung nach Arbeitsanfall oder ähnliches) ist vereinbart?

Zu 5.:

Laut PBW ist ein monatlicher Festbetrag vereinbart.

6. Wurde dieser Vertrag ausgeschrieben und wie viele Angebote gingen dafür ein?

Zu 6.:

Laut PBW wurden mehrere Angebote eingeholt.

7. Gingen hier auch Angebote von Agenturen aus Baden-Württemberg ein?

Zu 7.:

Laut PBW war dies der Fall.

8. Wenn ja, warum wurde dafür eine Agentur aus Hamburg ausgewählt, weit entfernt von der Parkplatzsituation des Landes?

Zu 8.:

Die Auswahl der Agentur erfolgte auf Grundlage fachlicher Kriterien. Aus Sicht der PBW war entscheidend, dass die Agentur über ausgewiesenes Know-how im Bereich Parkraumbewirtschaftung sowie über fundierte Branchenkenntnisse verfügt. Diese Spezialisierung ist maßgeblich, um die komplexen Anforderungen im Kontext von Mobilität, Infrastruktur und öffentlicher Kommunikation professionell abzudecken. Der Standort der Agentur ist in diesem Zusammenhang nicht von Belang, da die Zusammenarbeit überwiegend digital sowie projektbezogen vor Ort erfolgt.

9. Wurde eine Kommunikationsagentur im Zusammenhang mit den Auseinandersetzungen und entsprechender Berichterstattung rund um die Geschäftsführerwechsel in 2023 gesucht und beauftragt?

Zu 9.:

Laut PBW war dies nicht der Fall.

Dr. Bayaz

Minister für Finanzen