

Schriftliche Kleine Anfrage der Abgeordneten Kersten Artus (Fraktion DIE LINKE)

Betr.: Hamburg Marketing GmbH

In der Sitzung des Ausschusses Öffentliche Unternehmen am 10. Januar 2012 stellten die Geschäftsführer und die Geschäftsführerin der Hamburg Marketing GmbH ihre Zahlen sowie das neue Unternehmenskonzept vor.

In der Sitzung konnte den Bürgerschaftsabgeordneten, die Mitglied des Ausschusses sind, nicht konkret erläutert werden, wie sich die Position „sonstige betriebliche Aufwendungen“ zusammensetzt. In der für das Jahr 2010 vorgestellten Gewinn- und Verlustrechnung fasst diese Sammelposition Kosten über 5.378.744,86 Euro als „black box“ zusammen. Das sind mehr als 80 Prozent aller Kosten.

Hierzu frage ich den Senat:

1. Wie setzt sich die Kostenposition „sonstige betriebliche Aufwendungen“ konkret und detailliert zusammen?
2. Welche Gründe haben dazu geführt, dass die Hamburg Marketing GmbH als „Dachgesellschaft“ über die Gesellschaften Hamburg Tourismus GmbH sowie die HWF Hamburgische Gesellschaft für Wirtschaftsförderung mbH gestellt wurde?