Landeshauptstadt Magdeburg

Stellungnahme der Verwaltung

öffentlich

Stadtamt	Stellungnahme-Nr.	Datum
Amt 30	S0214/09	26.06.2009

zum/zur

A0091/09

Bezeichnung

Werbefinanziertes Amtsblatt

Verteiler	Tag
Der Oberbürgermeister	07.07.2009
Ausschuss für kommunale Rechts- und Bürgerangelegenheiten	27.08.2009
Verwaltungsausschuss	02.10.2009
Stadtrat	08.10.2009

Zum Antrag A0091/09 der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen nimmt die Verwaltung in Ergänzung zur Stellungnahme S 0151/09 wie folgt abschließend Stellung:

Wie im Antrag angeregt, hat sich die Landeshauptstadt Magdeburg mit Städten mit etwa vergleichbaren Einwohnerzahlen in Verbindung gesetzt (Halle/Saale; Dessau-Roßlau; Leipzig und Freiburg/Breisgau) und diesbezügliche Informationen und Erfahrungen eingeholt, die auch den finanziellen und personellen Aufwand der jeweiligen Pressestellen wiedergeben.

Im Einzelnen:

1. Halle

Das werbefinanzierte Amtsblatt der Stadt Halle ist mit einem Zuschuss von 90.000 Euro pro Jahr im Haushalt veranschlagt. Nach Angaben des dortigen OB-Büros und der Pressestelle ist dieser Ansatz aufgrund rückläufiger Anzeigen und Werbepartner bereits 2008 nicht auskömmlich gewesen. Die Stadtverwaltung hat daraufhin Zukäufe von einzelnen Seiten vorgenommen, die ca. 3.000,- Euro pro Seite ausmachen.
In der Pressestelle selbst wird das werbefinanzierte Amtsblatt durch einen Redakteur und eine technische Kraft bearbeitet. Nicht bezifferbar ist der personelle Aufwand in den einzelnen Dezernaten und Ämtern, in denen die Beiträge redaktionell vorbereitet werden.

2. Dessau-Roßlau

In Dessau-Roßlau war das werbefinanzierte Amtsblatt im Jahr 2008 mit 60.000,- Euro veranschlagt. Der Ansatz wurde für das Jahr 2008 auf 80.000,- Euro erhöht, da auch dort die Kosten nicht mehr auskömmlich waren.
Für die Bearbeitung des werbefinanzierten Amtsblattes in der Pressestelle selbst ist eine Redakteurin beschäftigt. Die Erarbeitung der Beiträge erfolgt auch in Dessau-Roßlau jeweils in den Dezernaten und Ämtern. Der dortige Personalaufwand konnte nicht beziffert werden.
Das Amtsblatt erscheint in Dessau-Roßlau monatlich; deshalb kommen noch weitere Kosten für die Sitzungsbekanntmachung hinzu, welche in der Mitteldeutschen Zeitung erscheint.

3. Leipzig

Die Stadt Leipzig gibt für das werbefinanzierte Amtsblatt 130.000,- Euro pro Jahr aus. Personell wird die Herstellung des Amtsblattes mit 2,5 Stellen in der Pressestelle abgesichert. Redaktionelle Arbeiten in den Dezernaten und Ämtern werden auch dort zusätzlich geleistet.

4. Freiburg im Breisgau

In Freiburg werden Sachkosten von ca. 200.000,- Euro pro Jahr für die Amtsblattherstellung verausgabt. In der Pressestelle sind für das dortige Amtsblatt 1,5 Stellen eingerichtet. Hinzu kommt eine Volontär-Stelle.

Schlussfolgerung und Konsequenzen für die Landeshauptstadt Magdeburg:

Auf die Landeshauptstadt Magdeburg übertragen bedeutet dies, dass von einem zusätzlichen finanziellen Aufwand von mindestens 100.000,- pro Jahr ausgegangen werden muss, wenn die Landeshauptstadt Magdeburg ein werbefinanziertes Amtsblatt herausgeben würde.
Auch bei der Stadt Magdeburg müssten 1-2 neue Stellen in der Pressestelle geschaffen werden, um den redaktionellen Arbeitsaufwand abzufangen.
Personaleinsparungen bei den Ämtern würden sich nicht ergeben, da die Landeshauptstadt selbstverständlich weiterhin für den rechtlichen Teil des Amtsblattes (insbesondere das Ortsrecht und die Sitzungsbekanntmachung) verantwortlich bliebe und die Verwaltung die erforderlichen Zuarbeiten leisten müsste.

Da das werbefinanzierte Amtsblatt ein periodisch wiederkehrendes Druckerzeugnis darstellt, müssten Ämter und Dezernate zudem über den Umfang der amtlichen Bekanntmachung hinaus regelmäßig zu inhaltlicher und redaktioneller Arbeit für Beiträge herangezogen werden. Dies würde auch die im Stadtrat vertretenen Fraktionen betreffen, denen in den werbefinanzierten Amtsblättern Textblöcke zur Verfügung gestellt würden, die von den Fraktionen selbständig auszufüllen wären.
Grundsätzlich gilt aber, dass sich die werbefinanzierten Amtsblätter der befragten Städte in den Haushalten der Bürger fest etabliert haben und hinsichtlich der über den amtlichen Teil hinaus gegebenen Informationen auch einen großen Vertrauensbonus gegenüber anderen Printmedien genießen.
Aus Sicht der Verwaltung würde die Einführung eines werbefinanzierten Amtsblattes einerseits vor dem Hintergrund der Transparenz der Verwaltung, der Bürgernähe und der Bürgerfreundlichkeit gegenüber den Bürgerinnen und Bürgern einen verbesserten und vor allem flächendeckenden Informationsservice der Stadt darstellen, andererseits jedoch einen erheblichen Kostenaufwuchs und einen Mehrbedarf an Personal erforderlich machen.
Vor dem Hintergrund der aktuellen Haushaltssituation ist die Einführung dieses Projektes zum jetzigen Zeitpunkt deshalb problembehaftet.
Im Hinblick auf die derzeitige Veröffentlichungspraxis der Landeshauptstadt Magdeburg und angesichts der über Pressemitteilungen und das Internet verfügbaren Information gibt es keine Gründe, die eine Veränderung der derzeitigen Praxis sofort erfordern würden.
Wegen der durchweg positiven Erfahrungen mit werbefinanzierten Amtsblättern in den befragten Städten sollte dessen Einführung und Etablierung in Magdeburg auf jeden Fall weiterverfolgt werden. Dies würde auch zu einer noch stärkeren Identifikation der

Magdeburger(innen) mit Ihrer Heimatstadt führen Der Einführungszeitpunkt sollte sich jedoch nach den Möglichkeiten des Haushaltes richten.
Im Zuge der technischen Entwicklung und der weiteren Verbreitung des Internets sowie der Entwicklung der Rechtsprechung verfolgt die Verwaltung mittelfristig auch das Projekt der Herausgabe eines elektronischen Amtsblattes, welches kostengünstiger als die traditionellen Printmedien sein würde.

Diese Stellungnahme ist mit dem Bereich BOB abgestimmt.

Holger Platz