

Landeshauptstadt Magdeburg

Stellungnahme der Verwaltung

öffentlich

Stadtamt	Stellungnahme-Nr.	Datum
FB 41	S0168/22	06.05.2022
zum/zur		
F0110/22 Fraktion DIE LINKE – Stadtrat Oliver Müller		
Bezeichnung		
Kommunikation mit Kulturakteur*innen bei der Vergabe von Außenwerberechten		
Verteiler	Tag	
Der Oberbürgermeister	31.05.2022	

*Die Neuvergabe der städtischen Außenwerberechte nahm viele Jahre in Anspruch, übersprang dabei eine Stadtrats-Wahlperiode, die einen 50prozentigen Personalaustausch der Ratsmitglieder beinhaltete und offenbar so manches Versprechen der Stadtverwaltung bspw. an Kulturakteur*innen, das nicht eingelöst wurde, wie eine aktuelle Presseerklärung/Stellungnahme des Kulturnetzwerkes zeigt (siehe Anlage).*

Ich frage den Oberbürgermeister:

1. *Wie stellt sich die aktuelle Situation im Einzelnen dar?*
2. *Warum wurden die versprochenen Gespräche mit den Kulturakteur*innen augenscheinlich, wie in Aussicht gestellt, nicht durchgeführt?*
3. *Wer trägt dafür die Verantwortung?*
4. *Betrachten Sie das mglw. als vertrauensbildende Maßnahme?*
5. *Wie beurteilen Sie, sehr geehrter Herr Oberbürgermeister, den pikanten Umstand, dass die Kulturbeigeordnete selbst Mitglied im Gesamtvorstand des Kulturnetzwerkes ist, das nunmehr in besagter Erklärung die Arbeit der Verwaltung wegen der ausgebliebenen Kommunikation kritisiert?*
6. *Was wurde/wird zur Schadensbegrenzung konkret getan?*
7. *Welche besseren Werbemöglichkeiten werden die städtischen Kulturakteur*innen künftig haben?*

Zur oben genannten Anfrage nimmt die Verwaltung wie folgt Stellung:

Zu 1.: Wie stellt sich die aktuelle Situation im Einzelnen dar?

Gemäß Beschluss des Stadtrates vom 21.04.2022 wurden die Außenwerberechte zum 01.01.2023 mit einer Laufzeit von 15 neu per Werbekonzessionsvertrag an einen Werbekonzessionär vergeben.

Laut noch bis 31.12.2022 laufendem Werbekonzessionsvertrag hat der bisherige Werbekonzessionär exklusive Außenwerberechte auf öffentlichen und fiskalischen Flächen der LHMD bzgl. aller Werbeträger-Arten, hat der LHMD aber insbesondere eine bestimmte Zahl von rabattierten Eigen-/Kulturwerbkontingenten für Ämter, Einrichtungen der LHMD und (nach Zustimmung der LHMD) für im öffentlichen Interesse stehende Projekte auf Litfaßsäulen im Allgemeinanschlag und in City-Light-Poster-Vitrinen und City-Light-Säulen zu gewähren.

*Zu 2. – 5.: Warum wurden die versprochenen Gespräche mit den Kulturakteur*innen augenscheinlich, wie in Aussicht gestellt, nicht durchgeführt?
Wer trägt dafür die Verantwortung?
Betrachten Sie das als vertrauensbildende Maßnahme?*

Wie beurteilen Sie, sehr geehrter Herr Oberbürgermeister, den pikanten Umstand, dass die Kulturbeigeordnete selbst Mitglied im Gesamtvorstand des Kulturnetzwerkes ist, das nunmehr in besagter Erklärung die Arbeit der Verwaltung wegen der ausgebliebenen Kommunikation kritisiert?

Inaussichtstellungen oder Versprechen von Gesprächen lassen sich seitens der Stadtverwaltung nicht bestätigen. Sollte sich dies aus Sicht der Kulturakteur*innen anders darstellen, kann dieser Umstand nur bedauert werden und insbesondere die Kulturverwaltung für eine noch stetigere Kommunikation mit den Akteur*innen sensibilisieren. Ein Schritt in diese Richtung ist die genannte Mitgliedschaft der Beigeordneten IV im Gesamtvorstand des Netzwerkes freie Kultur e.V., der sich mit Unterstützung von Politik und Verwaltung im letzten Jahr gegründet hat.

Zu 6.: Was wurde zur Schadensbegrenzung konkret getan?

Es ist kein Schaden entstanden.

*Zu 7: Welche besseren Werbemöglichkeiten werden die städtische Kulturakteur*innen künftig haben?*

Der Werbekonzessionär hat der LHMD mit dem ab 01.01.2023 geltenden Werbekonzessionsvertrag ein gegenüber dem bisher geltenden Vertrag größeres und auf mehr Werbeträger-Arten verteilbares **100% rabattiertes Eigen-/Kulturwerbkontingent** auf Werbeträgern des Werbekonzessionärs, neuerdings auch außerhalb der Stadt, in Form von jährlichen Mediawerten bzw. monatlichen Einblendungen zu gewähren, das bzgl. Kulturwerbung für kulturelle Veranstaltungen ohne Gewinnerzielungsabsicht genutzt werden kann, wobei die LHMD letztendlich entscheidet, welche Werbeträger-Art genutzt wird und ob die Werbung für eine Veranstaltung rabattiert wird oder nicht.

Die Planung und Koordinierung bzw. Aussteuerung der der LHMD vom Werbekonzessionär zu gewährenden rabattierten Eigen- und Kulturwerbkontingente bzw. Einblendungen soll in der Stadtverwaltung durch eine zentrale Stelle erfolgen.

Anders als bisher müssen LHMD/Endnutzer bei Nutzung des Kontingents hierfür keine Klebe-/Einhängerkosten übernehmen, sondern nur noch die **Kosten von Plakatgestaltung/-druck und Transport** in das Lager des Werbekonzessionär bzw. der Erstellung/Übermittlung funktionsfähiger Datensätze für digitale Werbeträger.

Das ohnehin auch nur auf öffentliche (gewidmete) und teilweise fiskalische Flächen der LHMD und teilweise Flächen der MVB beschränkte **exklusive Werberecht** des Werbekonzessionärs gilt zukünftig, anders als bisher, grundsätzlich **nicht** für Werbung auf anderen als den im Werbekonzessionsvertrag bestimmten Werbeträger-Arten. Grundsätzlich kann die LHMD darüber hinaus Werberechte an anderen Werbeträger-Arten an andere Rechteinhaber vergeben oder diese selbst ausüben.

Vom **exklusiven Werberecht** des Werbekonzessionärs **ausgenommen** und daher von ihm zu dulden ist außerdem insbesondere:

- Zirkuswerbung
- Werbung an Fassaden von Gebäuden im Eigentum der Stadt oder Dritter
- Werbung in, auf und an Sportstätten und Bädern in kommunalem Eigentum/Bewirtschaftung nebst deren Außenanlagen, insbesondere auch langfristig an Magdeburger Sportvereine übertragenen Sportstätten
- Die GETEC-Arena und die MDCC-Arena einschließlich deren Außenanlagen
- Der Elbauenpark und die musealen Gleisanlagen im nördlichen Handelshafen
- Werbung in, an und auf Parkhäusern bzw. Tiefgaragen

- Werbung auf Flächen, die für wissenschaftliche, kulturelle oder schulische Zwecke genutzt werden und die sich nur an die Besucher der jeweiligen Einrichtungen richtet
- Werbung an der Stätte der Leistung für deren eigene Leistung von Gewerbetreibenden bzw. von der LHMD und deren Beteiligungen
- Lokale Veranstaltungshinweise für lokale Veranstaltungen kirchlicher Art oder ortsansässiger gemeinnütziger Vereine
- Ein eventuelles System der LHMD für neutrale (d.h. ohne Schriftzug/Emblem/Logo von Firmen) Hinweisschilder mit Hinweisen auf Standorte von Hotels, städtischen Einrichtungen der LHMD, touristischen Einrichtungen/Sehenswürdigkeiten der Stadt und innerörtlichen Zielen/Einrichtungen mit erheblicher Verkehrsbedeutung.

Darüber hinaus soll in Beratungen mit den beteiligten Ämtern und dem „Netzwerk freie Kultur e.V.“ erörtert werden, ob weitere Möglichkeiten zur Bewerbung von Kulturveranstaltungen geschaffen werden können.

Stieler-Hinz