



Anfrage

TOP:
Vorlagen-Nummer: **V/2011/10241**
Datum: 02.11.2011
Bezug-Nummer.
HHStelle/Kostenstelle: 1.0010.650000/
0100.7000
Verfasser: Frau Sabine Wolff
Plandatum:

Beratungsfolge	Termin	Status
Stadtrat	23.11.2011	öffentlich Kenntnisnahme

Betreff: Anfrage der Stadträtin Sabine Wolff (NEUES FORUM) zu den Vertrieb von Ablassbriefen

Im Wirtschaftsplan für 2012 stellt die Stadtmarketing GmbH den Vertrieb von Ablassbriefen zu Marketingzwecken - doch im Besonderen als Provokation - vor. Der Ablasshandel ist in jüngster Zeit an verschiedenen Stellen zu eben diesem Zweck wieder in Mode gekommen. Doch der Ablasshandel mit Hilfe von Ablassbriefen ist demnach zum einen nicht mehr originell, zum anderen stellt sich - auch theologisch - die berechtigte Frage, ob die Stadtmarketing GmbH überhaupt befugt ist, Sünden gegen Entgelt zu vergeben.

Auch wenn die Stadt nicht unmittelbar Verkäuferin dieser Ablassbriefe ist, fällt die Wirkung dieser Aktion – positiv wie negativ – auf die Stadt Halle selbst zurück.

Ich frage daher kritisch:

1. Ist die Wirkung der Marketingaktion Ablasshandel im Sinne der Stadt Halle, der Stadt des August Hermann Francke, der die Reformation gelebt und weiter geführt hat?
2. Welche Reaktionen bestehen seitens der Bürgerinnen und Bürgern auf die Aktion? Gibt es kritische Stimmen dazu?
3. Welche Positionierung nimmt die Stadtverwaltung gegenüber der Stadtmarketing GmbH zum Vertrieb von Ablassbriefen ein? Wie beurteilt die Stadtverwaltung die Aktion?

gez. Sabine Wolff
Stadträtin NEUES FORUM

Sitzung des Stadtrates am 23.11.2011
Anfrage der Stadträtin Sabine Wolff (NEUES FORUM) zu den Vertrieb von
Ablassbriefen – Beschlussvorlage Nr. V/2011/10241
TOP: 8.20

Antwort der Verwaltung:

Die Stadtmarketing Halle GmbH ist bemüht, Halles historische Pfunde an neuzeitige Werbeansätze zu adaptieren, um so zeitgemäß die Wahrnehmung der Stadt im Außenverhältnis zu erhöhen. Anknüpfend an die übergeordnete Kampagne Luther – Albrecht kommen auch die sogenannten Ablassbriefe, ein Beispielsexemplar ist beigefügt, zum Einsatz.

Ursprünglich als Geburtstagsgeschenk für Herrn Dr. Haseloff entstanden, kommt dieser zu besonderen Anlässen, keinesfalls als Massenprodukt, zum Einsatz. Um die historische Komponente zu wahren, kommt als Grundlage im Wesentlichen der originale Wortlaut des Brief des Tetzels auf der einen und ein Auszug aus einem Protest-Flugblatt auf der anderen Seite in der Abschrift zum Tragen.

Positive Erfahrungen mit diesem Marketinginstrument konnten z.B. in Dresden beim Kirchentag gesammelt werden.

Insbesondere ermöglicht der nicht so ganz so erstgemeinte „Ablasshandel“ eine Kontaktaufnahme gerade mit den für Halle so wichtigen jüngeren Bevölkerungsgruppen, welche Ablasshandel lediglich rudimentär aus dem Geschichtsunterricht kennen und daher Interesse an der „neuzeitlichen“ Variante zeigen.

Die Ablassbriefe stellen somit ein Vehikel, um ins ernsthafte Gespräch überzugehen als auch zugleich einen Störfaktor mit Marketingpotential, dar.

Aus Sicht der Verwaltung ist es nicht zuletzt gerade die Aufgabe eines Stadtmarketings, bislang nicht genutzte Potentiale der Stadt zu „heben“. Dass dabei unkonventionelle neue Wege gegangen werden, zeigt gerade die Flexibilität eines Stadtmarketings.

Wolfram Neumann
Beigeordneter

Anlage