



Der Beschlusspunkt 2 wurde geändert.

Antrag

TOP:
Vorlagen-Nummer: **VII/2020/01067**
Datum: 17.06.2020
Bezug-Nummer.
PSP-Element/ Sachkonto:
Verfasser: Thomas Schied
Plandatum: 25.03.2020

| Beratungsfolge | Termin | Status |
|----------------|------------|----------------------------|
| Stadtrat | 25.03.2020 | öffentlich Entscheidung |
| Hauptausschuss | 18.06.2020 | öffentlich Entscheidung |
| Stadtrat | 24.06.2020 | öffentlich Entscheidung |

**Betreff: Antrag der Fraktion DIE LINKE im Stadtrat Halle (Saale) zu einer
Gesellschafterweisung**

Beschlussvorschlag:

Der Stadtrat der Stadt Halle (Saale) weist den Oberbürgermeister als gesetzlichen Vertreter der Gesellschafterin Stadt Halle (Saale) an, in der Gesellschafterversammlung der Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH (SMG) darauf hinzuwirken, dass folgender Beschluss gefasst wird:

1. Die Werbeauftritte der SMG richten sich am Werbekodex des Deutschen Werberates aus.
2. Der Internetauftritt „besser tagen.de“ wird dahingehend überarbeitet. Dabei wird speziell darauf geachtet, dass die Werbung keine veralteten Rollenbilder beinhaltet, die zu einer Verfestigung überholter Rollen von Mann und Frau in der Gesellschaft beitragen können.

Gez. Dr. Bodo Meerheim
Vorsitzender der Fraktion

Begründung:

Zu 1. Der Gegenstand des Unternehmens „SMG“ ist laut Gesellschaftsvertrag „die Konzipierung, Positionierung und Vermarktung eines unverwechselbaren Profils der Stadt Halle im nationalen und internationalen Rahmen. Die Gesellschaft führt Tätigkeiten im öffentlichen Interesse aus.“

Aus dem Selbstverständnis eines im öffentlichen Interesse agierenden Unternehmens ergibt sich nach unserer Auffassung eine besondere Verantwortung der SMG. Wer ein unverwechselbares Image der Stadt kreieren und transportieren will, muss immer wieder sorgfältig abwägen für wen er spricht und wen er ansprechen will. Deshalb sollte es selbstverständlich sein, dass sich der Auftritt der SMG in der Öffentlichkeit, im Bereich Werbung an bestimmten Grundwerten ausrichtet.

Der Deutsche Werberat sorgt nach eigener Aussage dafür, dass über gesetzliche Vorgaben hinaus allgemein anerkannte Grundwerte der Gesellschaft wie Anstand, Moral und soziale Verantwortung in der Werbung beachtet werden. Die Orientierung am Werbekodex des Werberates soll dazu beitragen, dass Grenzüberschreitungen vermieden werden.

Zu 2. Auf der Internetseite der neuen Kampagne „Besser tagen in Halle (Saale)“ wird mit Fotos von fiktiven Tagungsteilnehmern geworben. Beim Betrachten derselben fragt man sich, welches Image dort transportiert werden soll und wer eigentlich zur potentiellen Zielgruppe des Werbeauftritts gehört? Provokant gefragt: Wen will man eigentlich mit Bildern, die an Werbung aus der Mottenkiste der fünfziger Jahre erinnern, erreichen?