



## Anfrage

TOP:  
Vorlagen-Nummer: **V/2009/08430**  
Datum: 04.11.2009  
Bezug-Nummer.  
Kostenstelle/Unterabschnitt:  
Verfasser: Frau Sabine Wolff  
Plandatum:

Beratungsfolge	Termin	Status
Stadtrat	25.11.2009	öffentlich Kenntnisnahme

**Betreff: Anfrage der Stadträtin Sabine Wolff (NEUES FORUM) zum Plakatieren für Freie Träger**

In dem am 17.12.2008 beschlossenen Vertrag zwischen der Stadt Halle Saale und der DSM Deutsche Städte Medien GmbH werden alle rechtlich legitimierten Möglichkeiten der Errichtung und Bewirtschaftung von Plakatwerbeträgern und Informationsanlagen in der Stadt Halle geregelt. Der DSM GmbH wird hierbei das Recht der alleinigen Nutzung aller Werbemöglichkeiten übertragen, unabhängig ob entgeltliche oder unentgeltliche, aktive oder passive Formen der Nutzung. Für eine freie Nutzung seitens der Stadt Halle ist im Vertrag §2.6 Absatz 2 geregelt, dass die Stadt ein jährliches Freiplakatierungskontingent in Höhe von 200.000 Euro netto auf Ströer-eigenen Werbeträgern erhält.

Auf eine Anfrage der Fraktion NEUES FORUM + UNABHÄNGIGE, ob es in der Stadt Freikontingente für Plakatwerbung der freien oder städtischen Kultureinrichtungen gebe, antwortete die Stadtverwaltung, dass dieses Kontingent von der Stadtmarketing Halle GmbH (SMG) verwaltet werde und hallesche Einrichtungen ihren Plakatierungsbedarf bei der SMG anmelden können.

Vor diesem Hintergrund frage ich:

1. Wie viel wurde von dem Freikontingent von Freien Trägern bisher genutzt? Wurden Anmeldungen von freien oder städtischen Kultureinrichtungen abgelehnt?
2. An welcher Stelle und in welcher Form können hallesche Einrichtungen ihren Bedarf konkret anmelden? Welche Vorgaben müssen sie hierbei berücksichtigen (Fristen etc.)?
3. Wie und von wem wird über die Vergabe der Mittel entschieden? Wann und für welche Zeiträume wird jeweils entschieden?

gez. Sabine Wolff  
Stadträtin NEUES FORUM

### **Antwort der Verwaltung**

Von den insgesamt 200.000 € Mediawert im Rahmen des „Kulturkontingents“ entfallen ca. 35 % auf städtische Veranstaltungen (der Großteil davon für das monatliche Theater- und Konzertplakat des Kulturbüros), ca. 30 % auf Kulturinstitutionen (wie z. B. die Kampagne „nur bei uns“ des Verbunds der zehn führenden Kulturinstitutionen der Stadt) sowie 35 % für freie Träger und von der Stadtmarketing Halle GmbH (SMG) initiierte Kampagnen.

2009 wurden kaum Anfragen abgelehnt. Abgelehnt wird eine Anfrage nur, wenn das Kulturkontingent ausgereizt ist, der Antrag nicht rechtzeitig zum 1.10. des Vorjahres eingeht, bei DSM keine Flächen für den gewünschten Zeitraum zur Verfügung stehen oder der zu bewerbende Inhalt keinerlei Beitrag zur Profilierung der Stadt leistet.

Anhand des Vorstehenden stellt das SMG dann einen Vergabevorschlag vor, welcher in der Stadtverwaltung nach interner Prüfung bestätigt wird.

In aller Regel hat die SMG den direkten Kontakt zu möglichen Einrichtungen und Partnern gesucht und Planungen für das nächste Jahr abgefragt. Zu beachten ist, dass Gestaltungs-, Druck- und Klebekosten von den Einrichtungen selbst getragen werden. Für DSM und SMG ist die Einhaltung des Anmeldeschlusses jeweils zum 1. Oktober des Vorjahres wichtig.

Dabei ist zu beachten, dass die Inhalte für die Profilierung der Stadt Halle (Saale) relevant sein sollen und/oder den strategischen oder sozialen Zielen dienen müssen.

Auch sind die Plakatierungsformate einzuhalten. (Allgemeinstellenanschlag mind. in A1 und A0).

Wolfram Neumann  
Beigeordneter