

Die Oberbürgermeisterin

Universitätsstadt Gießen • Dezernat I • Postfach 110820 • 35353 Gießen

Herrn Stadtverordneten
Klaus-Peter Möller

über

Büro der Stadtverordnetenversammlung

Berliner Platz 1
35390 Gießen

■ Auskunft erteilt: Dietlind Grabe-Bolz
Zimmer-Nr.: S02-010
Telefon: 0641 306-1000
Telefax: 0641 306-2001
E-Mail: dietlind.grabe-bolz@giessen.de

Datum: 9. September 2010

Frage des Stadtverordneten Möller, CDU-Fraktion, unter TOP „Verschiedenes“ des HFWR-Ausschusses vom 30.08.2010 Familienkalender der Stadt Gießen

Sehr geehrter Herr Möller,

in der o. g. Sitzung berichteten Sie von Irritationen, die durch eine Anzeigen-Akquise für einen Familienkalender der Stadt Gießen ausgelöst wurden. Ich hatte Ihnen eine Prüfung zugesagt. Das Ergebnis teile ich Ihnen im Folgenden mit:

1. Die Magistrat der Stadt Gießen hat, vertreten durch das Büro für Magistrat, Information und Service, mit Datum vom 23.09.2009 einen Vertrag zur Erstellung eines Familienkalenders 2011 mit dem „mediaprint WEKA info verlag“ abgeschlossen. Der Vertrag beinhaltet, wie bei solchen Verträgen üblich, die für die Stadt kostenfreie Erstellung eines Print-Produkts (hier der Familienkalender) zu einem festgelegten Termin, in festgelegter Auflage und zur vereinbarten eigenen Verwertung/Verteilung. Das Produkt dient der Öffentlichkeitsarbeit der Stadt. Im selben Verfahren mit demselben Vertragspartner wurde in jüngster Vergangenheit auch die Neubau-/Eröffnungsbroschüre zum Neuen Rathaus publiziert. Auch verschiedene Produkte der Abteilung Wirtschaftsförderung und eine Broschüre des Standesamtes wurden in der Vergangenheit kostenneutral auf diese Weise herausgegeben. Auch der Seniorenwegweiser wurde – allerdings mit einem anderen Verlag – in einer solchen Private-Public-Partnership-Konstellation kostenneutral für die Stadt realisiert.
2. Im Gegensatz zu anderen – nicht mit der Stadt in Vertragsverhältnissen stehenden Unternehmen – zeichnet sich die beschriebene Kooperation dadurch aus, dass den Unternehmungen, die für eine Insertion angesprochen werden, ein Empfehlungsschreiben der Stadt vorgelegt wird. Aus diesem Empfehlungsschreiben wird ersichtlich, dass die Stadt tatsächlich Partner des Projekts ist und für Fragen zur Verfügung steht. Dafür ist im Briefkopf ein städtischer Ansprechpartner mit Kontaktdaten verzeichnet. In der Vergangenheit haben Anzeigeninteressenten diesen Weg auch genutzt, um etwaige Zweifel ob der Seriosität des Angebots auszuräumen. Dieses Mittel hat sich daher bewährt und trägt dazu bei, Verunsicherungen und Irritationen auszuräumen. Im Rahmen der Akquise zu genanntem Familienkalender gab es bislang keine Nachfragen.

3. Die im Empfehlungsschreiben genannte Person arbeitet für den beauftragten Verlag. Es gehört zu den Gepflogenheiten des beauftragten Verlages, dass der beauftragte Anzeigenverkäufer den Ansprechpartnern auf Seiten der Stadt bekannt gemacht wird. Das ist auch in diesem Fall geschehen. Hätte sich ein Anzeigen-Interessent an die zuständige städtische Stelle gewandt, hätten Zweifel an der Authentizität der handelnden Person ausgeräumt werden können. Dies war nicht der Fall. Welche Email-Adresse die vom „mediaprint WEKA info verlag“ beauftragte Person für ihren Geschäftsverkehr verwendet oder in welchem Vertrags- oder Beschäftigungsverhältnis sich die Person außerhalb der Tätigkeit für den „mediaprint WEKA info verlag“ befindet, ist für die Stadt nicht relevant. Fakt ist, dass die Person der Stadt bekannt und vom Vertragspartner autorisiert ist, die Geschäfte zu betreiben. Ich erlaube mir, darauf hinzuweisen, dass in den mir vorliegenden Unterlagen auch deutlich hervorgehoben wurde, dass die handelnde Person einen Auftrag seitens des Kooperationspartners „mediaprint WEKA info verlag“ innehat. Dass der „mediaprint WEKA info verlag“ in diesem Schreiben auf seine eigene Homepage (www.alles-deutschland.de) verweist, ist legitim und üblich. „Mediaprint WEKA info verlag“ ist Vertragspartner. Die Rechte der Stadt bleiben davon unberührt. So wurde u. a. bei der Rathausbroschüre sichergestellt, dass die Inhalte der Broschüren auch über giessen.de abrufbar und einsehbar waren.
4. Die Gestaltung der Anzeigenpreise ist alleine Sache des kooperierenden Verlages. Es ist jedem Interessenten freigestellt, das Angebot abzulehnen oder anzunehmen. Die Stadt hat und will keinen Einfluss auf die Markttauglichkeit von Publikationen nehmen, die im Wege der Kooperation entstehen.
5. Die Gestaltung des Empfehlungsschreibens der Stadt, hier im besonderen die fehlende Verwendung der Hausschrift „Gießen-Futura“, erklärt sich aus Vorgaben des kooperierenden Verlages. Da der Verlag nur über gängige – d.h. überall verfügbare – Schriften verfügt, ist aufgrund der Automatisierung des Prozesses jeweils definiert, in welcher Form/Schriftart/Schriftgröße Empfehlungsschreiben zu verfassen sind. Eine Abweichung von diesen Vorgaben würde einen Mehraufwand an manueller Arbeit bedeuten. Wie bereits beschrieben, konnten bislang jedoch Irritationen hinsichtlich der Authentizität bei Nachfragen jeweils positiv geklärt werden.
6. Da es sich bei derartigen Projekten immer um Fragen der Vertrauensbildung zwischen Wirtschaft und Magistrat handelt, möchte ich Sie herzlich ermutigen, bei aufkommenden Fragen, den Weg zu beschreiten, der nahegelegt wird: Fragen Sie bei den angegebenen Ansprechpartnern der Stadt nach und werben Sie dafür, dass nachgefragt wird. Sowohl Magistrat wie auch die angesprochenen Anzeigeninteressenten profitieren davon. Auf diesem Weg sind schwarze Schafe, die vorgeben mit der Stadt zu kooperieren, es aber nicht tun, leichter von denjenigen zu trennen, die sich bemühen, Vertrauen aufzubauen und dem gerecht zu werden.

Mit freundlichen Grüßen

gez.

Dietlind Grabe-Bolz
Oberbürgermeisterin

Verteiler:

Magistrat
CDU-Fraktion
SPD-Fraktion
Fraktion Bündnis 90/Die Grünen
DIE LINKE.Fraktion
FDP-Fraktion
FW-Fraktion