



Dresden.
Dresdener

Landeshauptstadt Dresden · Postfach 12 00 20 · 01001 Dresden

Landeshauptstadt Dresden
Der Oberbürgermeister

Ihr Zeichen

Unser Zeichen

Es informiert Sie

Zimmer

Telefon

E-Mail

Datum

29.11.2017

Einwohneranfrage Nr. EWA0084/17
Zunehmende Kommerzialisierung

Ihre o. g. Einwohneranfrage aus der Stadtratssitzung vom 23. November 2017 beantworte ich wie folgt.

„Der öffentliche Raum unterliegt einer zunehmenden Kommerzialisierung. Beispielsweise auf dem Altmarkt finden Veranstaltungen wie die Rewe TeamChallenge, der Internationale Karstadt Sports Citylauf, SportScheck Stadtlauf Dresden, Dresden Beach und das Stadtfest Dresden mit Teilnahmegebühren von bis zu 150 EUR je Veranstaltung statt. Diese werden u.a. privatwirtschaftlich und gewinnorientiert durch die Laufszene Events GmbH; Deutsche Volleyball Sport GmbH oder WERBEAGENTUR SCHRÖDER GMBH durchgeführt. Ebenfalls erfolgt teilweise eine Bewerbung der Veranstaltungen über städtische Werbetafeln die über die Firma Stoer bewirtschaftet werden oder über die Website der Stadt Dresden. Daneben gibt es in Dresden zahlreiche gemeinnützige Institutionen die auch im Rahmen der Zukunftsstadt Dresden und zahlreiche weitere Förderprogramme unterstützt werden. Warum wird bei der Vergabe von städtischen Werbeflächen z.B. an die Firma Stoer keine Auflage erteilt, dass mindestens 20% der Werbeflächen für gemeinnützige Organisationen reserviert sind. Die Vergabe der reservierten Werbeflächen erfolgt durch Antrag bei den Ortsamtsleitern und Entscheidung durch den jeweilig zuständigen Ortsbeirat der betreffenden Veranstaltung bzw. dem Sitz der jeweiligen Organisation.“

Ostsächsische Sparkasse Dresden
IBAN: DE58 8505 0300 3159 0000 00
BIC: OSDDDE81XXX

Postbank
IBAN: DE 77 8601 0090 0001 0359 03
BIC: PBNKDEFF

Dr.-Külz-Ring 19 · 01067 Dresden
Telefon (03 51) 4 88 20 00
Telefax (03 51) 4 88 20 05

Sie erreichen uns über die Haltestellen:
Prager Str. und Pirnaischer Platz
Öffnungszeiten:
Mo-Do 9 - 18 Uhr
Fr 9 - 15 Uhr

Deutsche Bank
IBAN: DE 81 8707 0000 0527 7777 00
BIC: DEUTDE8CXXX

Commerzbank
IBAN: DE 76 8504 0000 0112 0740 00
BIC: COBADEFFXXX

E-Mails:
oberbuergemeister@dresden.de
stadtverwaltung@dresden.de-mail.de
www.dresden.de

Für Menschen mit Behinderung:
Parkplatz, Aufzug, WC

Elektronische Dokumente mit qualifizierter elektronischer Signatur können über ein Formular eingereicht werden. Darüber hinaus gibt es die Möglichkeit, E-Mails an die Landeshauptstadt Dresden mit einem S/MIME-Zertifikat zu verschlüsseln oder mit DE-Mail sichere E-Mails zu senden. Weitere Informationen hierzu finden Sie unter www.dresden.de/kontakt.

Zunächst bedanke ich mich für Ihr Interesse an der Nutzung und dem Erscheinungsbild der öffentlichen Flächen in unserer Stadt, das auch durch Werbung geprägt wird.

Die Stadt hat seit 1991 Verträge mit den Firmen Ströer und WallDecaux zur Aufstellung von dort definierten Werbeträgern zum Zwecke der werbemäßigen Vermarktung auf kommunalen Flächen. An diese Verträge ist die Stadt noch bis Ende 2022 gebunden. In den Verträgen ist auch geregelt, in welchem Umfang und in welcher Art und Weise Werbeflächen für städtische Belange (kulturelle, touristische, kommunale Informationen) zur Verfügung gestellt werden. Eine Regelung zur Bereitstellung von Werbeflächen für gemeinnützige Organisationen ist nicht enthalten.

Bereits jetzt wird an der Vorbereitung der Neuausschreibung der Werberechte ab 2023 gearbeitet. Inwieweit ihre grundsätzlich nachvollziehbare Überlegung der Bereitstellung von Werbeflächen auch für gemeinnützige Organisationen in die Ausschreibung eingebunden werden kann, muss geprüft werden. Es bleibt den gemeinnützigen Organisationen aber unbenommen, sich mit einer Kampagne beim Amt für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für die Nutzung der städtischen City-Light-Flächen zu bewerben. Das Amt für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bewertet anhand von festgelegten Vergabekriterien alle eingereichten Themen. Dabei haben stadteneigene Plakatkampagnen den Vorzug vor nachgeordneten Einrichtungen und Unternehmen mit städtischer Beteiligung. Diese wiederum haben den Vorrang vor Dritten. Bei der Vergabe entscheiden die Bedeutung für die Landeshauptstadt sowie u. a. die Größe der Zielgruppe oder, ob es sich zum Beispiel um das Jubiläum einer Einrichtung handelt. Aus der Gesamtheit der Themen wird halbjährlich ein Plan erstellt.

Im Ergebnis ist dies eine Themenmischung aus den Bereichen Soziales, Gesundheit, Kultur, Sport und Kommunales. Im zweiten Halbjahr 2017 wurden mit der Bereitstellung von städtischen Plakatflächen fünf gemeinnützige Träger bzw. Vereine unterstützt, darunter das Dave-Festival, die Evangelische Kirche Dresden oder der Ostrale e. V. Das entspricht knapp 30 Prozent der geschalteten Kampagnen.

Auch das von Ihnen benannte Thema „Zukunftsstadt“ hat mit den städtischen City-Light-Flächen bereits Unterstützung erfahren. Vom 14. bis 28. Februar dieses Jahres wurde das Thema auf den städtischen Ströer-Flächen beworben. Eine Beantragung über die Ortsamtsleiter und Entscheidung durch den jeweilig zuständigen Ortsbeirat der betreffenden Veranstaltung bzw. dem Sitz der jeweiligen Organisation halte ich für nicht praktikabel. Das diffizile Vergabeverfahren weiß ich beim Amt für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in sehr guten Händen. Das Amt gestaltet das Vergabeverfahren nach Bewertungskriterien transparent und achtet bereits jetzt bei den etwa 60 bis 80 Anfragen pro Halbjahr auf eine ausgewogene Themenvielfalt.

Mit freundlichen Grüßen

gez.
Dirk Hilbert