



Dieter Reiter

Herrn Stadtrat Tobias Ruff
Frau Stadträtin Nicola Holtmann
Herrn Stadtrat Dirk Höpner
Fraktion ÖDP/München-Liste
Rathaus

Datum: 21.03.2024

Information über die Landeshauptstadt oder Werbung für den OB als Person?

Schriftliche Anfrage gemäß § 68 GeschO
Anfrage Nr. 20-26 / F 00849 von der Fraktion ÖDP/München-Liste
vom 25.01.2024, eingegangen am 25.01.2024

Sehr geehrter Herr Stadtrat Ruff,
sehr geehrte Frau Stadträtin Holtmann,
sehr geehrter Herr Stadtrat Höpner,

zu Ihrer Anfrage „Information über die Landeshauptstadt oder Werbung für den OB als Person?“ vom 25.1.2024 im Zusammenhang mit der wöchentlichen Veröffentlichung der Anzeige „Die Stadt informiert“ kann ich Ihnen Folgendes mitteilen:

Frage 1: Wie viele dieser Anzeigen wurden im Jahr 2023 geschaltet, aufgeschlüsselt nach Zeitungen?

Antwort:

Die Anzeige „Die Stadt informiert“ wurde in 2023 in der Süddeutschen Zeitung sowie im Münchner Merkur jeweils 52-mal geschaltet

Frage 2: Auf wie vielen Anzeigen war der Oberbürgermeister im Jahr 2023 zu sehen, auf wie vielen die 2. Bürgermeisterin, auf wie vielen die 3. Bürgermeisterin bzw. der 3. Bürgermeister?

Antwort:

Die Anzeige beinhaltete 19-mal ein Foto, auf dem auch der Oberbürgermeister zu sehen war und 33-mal ein OB-Foto mit zugeordnetem OB-Statement zum jeweiligen Thema der Anzeige.

Die seinerzeitige 2. Bürgermeisterin sowie die 3. Bürgermeisterin waren jeweils 2-mal auf einem Foto abgebildet. Der erst Ende Oktober gewählte 2. Bürgermeister war bislang nicht abgebildet.

Frage 3: Die Grenze zwischen Information und personenbezogener Werbung ist fließend und überschreitet nach unserer Meinung das notwendige Maß. Warum werden die Anzeigen nicht ohne personenbezogene Fotos der Stadtspitze gemacht?

Antwort:

Der von der Bevölkerung direkt gewählte Oberbürgermeister ist oberster politischer Repräsentant der Stadt, Vorsitzender des Stadtrats und Chef der Verwaltung. Er ist „die Gallionsfigur der kommunalen Selbstverwaltung“. (zit. n. Dr. David H. Gehne, *Bürgermeister. Führungskraft zwischen Bürgerschaft, Rat und Verwaltung, Stuttgart 2012, S. 98*) Die Bayerische Gemeindeordnung formuliert es in Artikel 38 etwas nüchterner: „Der erste Bürgermeister vertritt die Gemeinde nach außen.“

Als diese „Gallionsfigur“ und zentraler Akteur ist der OB – werblich gesprochen – schon qua Amt der geborene Markenbotschafter für Stadtverwaltung und Stadtpolitik. Dies gilt umso mehr für Amtsinhaber, die hohe persönliche Bekanntheits- und Sympathiewerte vorweisen können.

Der Einsatz von Markenbotschaftern ist ein gängiges Instrument, um Marken menschlich und greifbar zu machen. Sie geben der Marke ein Gesicht, helfen, Vertrauen aufzubauen und verleihen den Inhalten und Botschaften einen „Human Touch“.

Zudem sorgen Markenbotschafter mit einer hohen Bekanntheit für mehr Reichweite, so dass zusätzliche Aufmerksamkeit für die Veröffentlichung „Die Stadt informiert“ und ihre Inhalte geschaffen werden kann. Und nicht zuletzt ist ein zusammenfassendes OB-Statement ein probates Mittel, um auch dem flüchtigen Leser zumindest die Kernbotschaft des Anzeigeninhalts zu vermitteln.

Frage 4: Wer entscheidet letztendlich über den Inhalt und Layout dieser Anzeigen?

Antwort:

Die Anzeige „Die Stadt informiert“ wird redaktionell vom Presse- und Informationsamt in Absprache mit der jeweils thematisch zuständigen Fachdienststelle erstellt und von der Leitung des Presse- und Informationsamts zur Veröffentlichung freigegeben.

Frage 5: Welcher Preis wurde für diese Anzeigen im Jahr 2023 bezahlt?

Frage 6: Welcher Preis hätte in etwa bezahlt werden müssen, wenn man auf personenbezogene Fotos gänzlich verzichtet hätte?

Antwort:

Der Landeshauptstadt München wird für diese Anzeige mit Bürgerinformationen von den Verlagen ein Sonderrabatt eingeräumt, dessen Höhe der Vertraulichkeit unterliegt, da es sich hier um Betriebsgeheimnisse der Verlage handelt.

Eine Einsparung beim Anzeigenpreis durch den Verzicht auf personenbezogene Fotos hätte nicht realisiert werden können, da die Anzeige, wie mit den Verlagen abgesprochen, immer eine halbe Zeitungsseite umfasst, unabhängig von der Anzahl der verwendeten Fotos.

Frage 7: Werden auch in anderen Zeitungen oder Zeitschriften oder Online Anzeigen der Landeshauptstadt München geschaltet, für die bezahlt werden muss? Falls ja, in welchen Medien und zu welchen Preisen, jeweils bezogen auf das Jahr 2023.

Antwort:

Über die Zentralstelle für Anzeigen im Presse- und Informationsamt wurden 2023 städtische Anzeigen für insgesamt 2,191 Millionen Euro geschaltet (Print 395.000 Euro, Online 1,796 Millionen Euro). Dabei handelt es sich ganz überwiegend um Personalmarketing- und Stellenanzeigen sowie im geringen Umfang um Schaltungen von Immobilienanzeigen, Todesanzeigen oder Hinweise auf städtische Aktionen (z.B. Lange Nacht des Waldes, NOwasteVEMBER, Fassadenwettbewerb). Nicht erfasst sind hier die Amtlichen Bekanntmachungen, die vor allem im Rahmen der planungsrechtlichen Öffentlichkeitsbeteiligung als Hinweisanzeige auf Veröffentlichungen im Amtsblatt geschaltet werden, sowie Anzeigen der städtischen Kulturinstitutionen und die Submissionen des Baureferats.

Mit freundlichen Grüßen

gez.

Dieter Reiter