

**Von:** [ASK] <ask-schwerin@mail.de>  
**Gesendet:** Freitag, 6. Oktober 2017 18:37  
**An:** Nemitz, Patrick  
**Betreff:** Anfrage - Betrifft Hauspost/Kommunale Unternehmen

**Kennzeichnung:** Zur Nachverfolgung  
**Fällig:** Dienstag, 24. Oktober 2017 09:00  
**Kennzeichnungsstatus:** Gekennzeichnet

**Kategorien:** Zuarbeit

Sehr geehrter Herr Nemitz,

bitte leiten Sie folgende Anfrage an den Oberbürgermeister weiter. Gibt es eventuell einen Zwischenstand bei der Beantwortung meiner vorrangegangenen Fragen?

#### **Anfrage an den Oberbürgermeister**

#### **Anfragen zum Themenkomplex "Maxpress/Hauspost/kommunale Unternehmen.**

Die kommunalen Betriebe: WGS, Stadtwerke, SDS, SAE, NVS, belasso, SAS inserieren regelmäßig in der Hauspost (maxpress).

Welche kommunalen Unternehmen inserieren, platzieren derzeit Artikel, Werbung oder anderweitig in der Hauspost?

Wie hoch sind die Kosten für das jeweilige Unternehmen pro Jahr? Wie hoch pro Ausgabe? Wie lange laufen die Verträge? Wer hat die Verträge jeweils abgeschlossen?

Weswegen werden dieselben Artikel/Beiträge nicht über andere Magazine – Stadtanzeiger etc. veröffentlicht?

Ließen sich die Kosten bei einer „Erweiterung“ des Stadtanzeigers reduzieren?

Ist es korrekt, dass keine anderen privatwirtschaftlichen oder kommunalen Magazine für Werbung/Anzeigenschaltung in Betracht gezogen wurden/wird?

Gab es eine Ausschreibung der kommunalen Betriebe/der Stadt? Gab es andere Interessenten die für die kommunalen Unternehmen die Werbung/Anzeige/Artikel zu schalten?

Gibt es kartellrechtliche Bedenken?

Gab es in der Vergangenheit kartellrechtliche Prüfungen?

Wie hoch wären die jährlichen Einsparungen die – bei vollständigem Verzicht bei dem privatwirtschaftlichen Anbieter Maxpress Werbung/Anzeigen/Artikel zu platzieren?

Wäre eine direkte/ indirekte Entlastung des Haushaltes zu erwarten? Ließen sich freiwerdende Geldmittel beispielsweise den Erhalt der Paulshöhe nutzen?

Ich bedanke mich für eine zeitnahe Beantwortung.

Karsten Jagau

---

FreeMail powered by [mail.de](https://www.mail.de) - **mehr Sicherheit, Seriosität und Komfort**

## Nemitz, Patrick

---

**Von:** [ASK] <ask-schwerin@mail.de>  
**Gesendet:** Freitag, 6. Oktober 2017 18:46  
**An:** Nemitz, Patrick  
**Betreff:** Anfrage Sponsoring kommunaler Unternehmen

**Kennzeichnung:** Zur Nachverfolgung  
**Fällig:** Dienstag, 24. Oktober 2017 09:00  
**Kennzeichnungsstatus:** Gekennzeichnet

**Kategorien:** Zuarbeit

Sher geehrter Herr Nemitz,

bitte leiten sie folgende Anfragen an den Oberbürgermeister weiter.

1. Welche kommunalen Unternehmen/Unternehmen mit kommunaler Beteiligung sind derzeit am Sponsoring des FC Mecklenburg (FCM) beteiligt?
2. Welcher Art sind ist jeweils pro kommunales Unternehmen das Sponsoring? Wie hoch ist sind die Beträge - pro Monat/ pro Jahr? Wie hoch waren die Beträge bisher pro Jahr?
3. Trifft es zu, das Spieler des FCM Vergünstigungen für WGS Wohnungen erhalten?
4. Ließen sich durch Einstellung des Sponsorings positive Effekte (direkt, indirekt) für den Finanzhaushalt der Stadt erzielen?
5. Ließen sich diese freiwerdenen Mittel für den Erhalt/Betrieb der Sportstätte Paulshöhe nutzen?

Mit freundlichen Grüßen  
Karsten Jagau

---

FreeMail powered by [mail.de](http://mail.de) - mehr Sicherheit, Seriosität und Komfort



Landeshauptstadt Schwerin • Der Oberbürgermeister • GBV • PF 11 10 42 • 19010 Schwerin

**Der Oberbürgermeister****Stadtvertretung der Landeshauptstadt Schwerin  
Herrn Karsten Jagau****Hausanschrift:** Am Packhof 2-6 • 19053 Schwerin  
**Zimmer:** 5.047 (Aufzug D)  
**Telefon:** 0385 545-1160  
**Fax:** 0385 545-1159  
**E-Mail:** matthias.dankert@gbv-sn.de**Ihre Nachricht vom/Ihre Zeichen**  
2017-10-06**Unsere Nachricht vom/Unser Zeichen****Datum**      **Ansprechpartner/In**  
2017-10-20 Herr Dankert**Ihre Anfragen vom 06.10.2017 – Themenkomplexe maxpress/Hauspost/kommunale Unternehmen und Sponsoring FC Mecklenburg**

Sehr geehrter Herr Jagau,

zu Ihren Anfragen vom 6. Oktober 2017 möchte ich Ihnen Folgendes mitteilen:

Die Vermarktung der Interessen der kommunalen Unternehmen sowie die Informationsweitergabe an die Bürgerinnen und Bürger der Landeshauptstadt Schwerin und des Umlandes wurde unter der Zielsetzung einer einheitlichen Darstellung der Unternehmen, einer zentralen Bündelung der öffentlichkeitswirksamen Maßnahmen, einer höheren Effizienz und einer Reduzierung der Kosten für die eigene Öffentlichkeitsarbeit in den Jahren 1997 und 1998 ausführlich mit den kommunalen Unternehmen diskutiert. Im Ergebnis dessen wurde maxpress pr+werbeagentur GmbH & Co KG im Jahr 1998 durch die kommunalen Unternehmen mit der Herausgabe des Kundenmagazins „Hauspost“ beauftragt. Für die Eigen- bzw. Beteiligungsgesellschaften WGS, Stadtwerke, SAS, WAG, Kita, NVS, Helios, FIT und die Eigenbetriebe SAE und SDS ist das Kundenmagazin „Hauspost“ das zentrale monatliche Medium der Öffentlichkeitsarbeit. Dabei war es und ist es für die Unternehmen wichtig, inhaltlich und wirtschaftlich über das Kundenmagazin zu bestimmen. Dies hat sich in der Praxis sehr bewährt.

Die Verträge dazu werden mit der maxpress pr+werbeagentur GmbH & Co KG i.d.R. für zwei Jahre geschlossen. Ich bitte an dieser Stelle um Ihr Verständnis, dass ich über Vertragsinhalte aufgrund datenschutzrechtlicher Bestimmungen, insbesondere aufgrund schutzwürdiger Interessen von Dritten, keine Angaben machen kann.

Grundsätzlich möchte ich jedoch herausstellen, dass die Aktivitäten der Öffentlichkeitsarbeit der kommunalen Unternehmen, an denen die Landeshauptstadt Schwerin unmittelbar oder mittelbar beteiligt ist, ausschließlich in die eigene Zuständigkeit dieser Unternehmen fallen.

**Hausanschrift:**  
Landeshauptstadt Schwerin  
Der Oberbürgermeister  
Am Packhof 2 - 6  
19053 Schwerin  
Zentraler Behördenruf: +49 385 115  
Zentraler Telefonservice: +49 385 545-0  
Internet: [www.schwerin.de](http://www.schwerin.de)  
E-Mail: [info@schwerin.de](mailto:info@schwerin.de)**Öffnungszeiten:**  
Mo. 08:00 - 16:00 Uhr  
Di. 08:00 - 18:00 Uhr  
Do. 08:00 - 18:00 Uhr  
  
**Samstags-Öffnungszeiten**  
des Bürgerbüros unter  
[www.schwerin.de](http://www.schwerin.de)**Bankverbindungen:**  
Sparkasse Mecklenburg-Schwerin  
Deutsche Bank AG  
VR-Bank e.G. Schwerin  
HypoVereinsbank  
Commerzbank

|                 |                                  |
|-----------------|----------------------------------|
| BIC NOLADE21LWL | IBAN DE73 1405 2000 0370 0199 97 |
| BIC DEUTDE33HAN | IBAN DE62 1307 0000 0309 6500 00 |
| BIC GENODEF1SN1 | IBAN DE72 1409 1464 0000 0288 00 |
| BIC HYVEDE33HAN | IBAN DE22 2003 0000 0019 0453 85 |
| BIC COBADE33HAN | IBAN DE63 1404 0000 0202 7845 00 |

**Gläubiger-Ident-Nr.:** DE87 LHS0 0000 0074 24



Dabei ist es gängige Praxis, dass die Hauptsäulen und das Engagement der Öffentlichkeitsarbeit im Rahmen der jährlichen Beschlussfassung zu den Wirtschaftsplänen in den jeweiligen Aufsichtsräten bzw. Werkausschüssen thematisiert und abgestimmt werden.

Bedenken bzw. Verstöße gegen das Vergabe- und/oder Wettbewerbsrecht im Zusammenhang mit dem Kundenmagazin „Hauspost“ sind mir nicht bekannt und wurden auch bisher durch die Aufsichtsgremien nicht gesehen und auch nicht gegenüber den Gesellschaftern angezeigt.

Die Thematik Sponsoring öffentlicher Aufgaben durch kommunale Unternehmen für die Landeshauptstadt Schwerin besitzt aufgrund der schwierigen finanziellen Leistungsfähigkeit der Landeshauptstadt hohe Bedeutung. Das Sponsoring lässt sich insofern auch als freiwilliges gesellschaftliches Engagement verstehen, welches unter Beachtung der Außenwirkung und der unternehmensstrategischen Bedeutung die Einbindung eines Unternehmens in sein gesellschaftliches Umfeld unter Beweis stellt. Die Unterstützung geht über die operative Geschäftstätigkeit hinaus und umfasst die Berücksichtigung gesellschaftlicher, sozialer, ökologischer, kultureller und wirtschaftlicher Belange vor Ort. Wie bereits bei der Thematik Öffentlichkeitsarbeit beschrieben, wird das Engagement und das Gesamtbudget im Sponsoring der kommunalen Unternehmen mit den Aufsichtsräten im Rahmen der Beschlussfassung zu den Wirtschaftsplänen erörtert und abgestimmt. Auch hier liegt die alleinige Zuständigkeit bei den Unternehmen.

Bezogen auf Ihre Fragestellungen zu den Sponsoringaktivitäten für den FC Mecklenburg (FCM) kann ich Ihnen mitteilen, dass die Stadtwerke, die SAS und die WGS Sponsoringverträge mit dem FCM geschlossen haben. Zu den Vertragsinhalten kann ich aufgrund datenschutzrechtlicher Belange wiederum keine Angaben tätigen.

Die seit vielen Jahren bekannten Bemühungen der WGS, vom Leerstand betroffene Wohneinheiten -hauptsächlich in den oberen Etagen der Vermietungsobjekte- preiswerter, aber dennoch marktüblich anzubieten, richtet sich nicht nur an die Fußballer vom FC Mecklenburg, den Handballern der Mecklenburger Stiere oder den Volleyballerinnen vom SSC Palmberg Schwerin, sondern grundsätzlich an alle jüngeren Einwohnerinnen und Einwohner sowie an Studenten und Auszubildende.

Abschließend möchte ich betonen, dass mögliche Veränderungen bei der Öffentlichkeitsarbeit und im Sponsoring der kommunalen Eigen- und Beteiligungsgesellschaften weder direkte noch indirekte Auswirkungen auf den Haushalt der Landeshauptstadt Schwerin haben.

Mit freundlichen Grüßen



Dr. Rico Badenschier

---