



Landeshauptstadt Schwerin • Der Oberbürgermeister • 02 • PF 11 10 42 • 19010 Schwerin

**Der Oberbürgermeister**

Fraktion DIE LINKE  
 Stadtvertreter André Walther  
 Am Packhof 2-6  
 19053 Schwerin

Hausanschrift: Am Packhof 2-6 • 19053 Schwerin  
 Zimmer: 6.031, Aufzug C  
 Telefon: 0385 545-1002  
 Fax: 0385 545-1019  
 E-Mail: mchristen@schwerin.de

|                                 |                                    |            |                    |
|---------------------------------|------------------------------------|------------|--------------------|
| Ihre Nachricht vom/Ihre Zeichen | Unsere Nachricht vom/Unser Zeichen | Datum      | Ansprechpartner/in |
|                                 |                                    | 2016-11-14 | Frau Christen      |

**Anfrage der Fraktion DIE LINKE zum Stadtanzeiger**

Sehr geehrter Herr Walther,  
 Ihre Anfragen zur Stadtvertretung am 21. November 2016 möchte ich wie folgt beantworten:

**Seit wann besteht der Stadtanzeiger in seiner jetzigen Form und in welcher Druckauflage wird dieser wie oft und über welche Wege vertrieben?**

Bis 2006 erschien der Stadtanzeiger in der Regel vierzehntägig, im Wechsel als Bestandteil der Hauspost bzw. als Einzelpublikation. Er wurde an jeden Haushalt in Schwerin verteilt. Die Auflage lag bei 55.000 Exemplaren. Pro Ausgabe fielen Kosten in Höhe von 2.848 Euro an, das heißt per anno waren dies 71.600 Euro. Der größte Anteil der Kosten verursachte der Vertrieb des Stadtanzeigers. Jede Ausgabe beinhaltete eine Color-Titelseite mit redaktionellen Beiträgen/Fotos sowie drei weitere SW-Seiten mit amtlichen Bekanntmachungen. Die weiteren Seiten wurden von der Agentur maxpress verantwortet, die sich im Auftrag der Stadt um Layout, Druck, Vertrieb und Abonnenten des Stadtanzeigers kümmerten. Darüber hinaus erlaubte der Redaktionsschluss - zehn Tage vor dem Erscheinen - weder aktuelles Reagieren, noch Exklusivität der Beiträge.

Vor dem Hintergrund der Haushaltskonsolidierung standen die Kosten und der erzielte Effekt in keinem Verhältnis.

Mit Beschlussfassung der Stadtvertretung vom 27.02.2006 im Rahmen einer HAKO-Maßnahme wurden die jährlichen Ausgaben für den Stadtanzeiger um 50.000 Euro reduziert. Der noch 2006 bestehende Vertrag mit der Agentur maxpress wurde fristgerecht gekündigt. Darüber hinaus waren neue kostengünstigere Verfahren der Veröffentlichung zu finden.

In deren Folge wird seit dem 1. Januar 2007 der Stadtanzeiger in der Pressestelle layoutet und in der Vervielfältigung gedruckt.

**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  
 E-Mail: 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

**Bankverbindungen:**  
 Sparkasse Mecklenburg-Schwerin BIC NOLADE21LWL IBAN DE73 1405 2000 0370 0199 97  
 Deutsche Bank AG BIC DEUTDE33HAN IBAN DE62 1307 0000 0309 6500 00  
 VR-Bank e.G. Schwerin BIC GENODEF1SN1 IBAN DE72 1409 1464 0000 0288 00  
 HypoVereinsbank BIC HYVEDE33HAN IBAN DE22 2003 0000 0019 0453 85  
 Commerzbank BIC COBADE33HAN IBAN DE63 1404 0000 0202 7845 00

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

Bis zu einem Tag vor Erscheinen kann die Pressestelle aktuell auf Ereignisse reagieren und diese dann auch im Stadtanzeiger platzieren. Der Seitenumfang beträgt je nach Bedarf zwei bis sechs Seiten. Die Ausgaben erscheinen vierzehntägig.

Ferner wurde durch entsprechende Änderung der Hauptsatzung festgelegt, dass Öffentliche Bekanntmachungen grundsätzlich nur noch über das Internet unter der Internetadresse [www.schwerin.de/bekanntmachungen](http://www.schwerin.de/bekanntmachungen) erfolgen.

Über diesen Link sind ebenfalls das Ortsrecht, der Stadtanzeiger sowie sonstige öffentliche Bekanntmachungen zu erreichen.

### **In welcher Form nimmt der Stadtanzeiger Pflichtaufgaben der Landeshauptstadt wahr?**

In § 13 der Hauptsatzung ist geregelt, dass Öffentliche Bekanntmachungen aufgrund von Vorschriften des BauGB im Stadtanzeiger bekannt gemacht werden.

Dieser liegt an folgenden Stellen zur kostenlosen Mitnahme aus:

- im BürgerBüro des Stadthauses, im Stadtteiltreff „Eiskristall“ in der Pankower Straße 1/3, im Stadtteilbüro Mueßer Holz in der Keplerstraße 4, in der Tourist-Info der Stadtmarketing, im Kulturinformationszentrum in der Puschkinstraße 13, in der Hauptbibliothek im Klöresgang 3 sowie in den Stadtteilbibliotheken Neu Zippendorf und Lankow, an der Infothek des Schlosspark-Centers und in den Straßenbahnen des öffentlichen Nahverkehrs Schwerin (NVS).

Der Stadtanzeiger kann darüber hinaus in Papierform kostenpflichtig über das Internet unter der Internetadresse: [www.schwerin.de/stadtanzeiger](http://www.schwerin.de/stadtanzeiger) oder direkt über die Landeshauptstadt Schwerin, Pressestelle, Am Packhof 2-6, 19053 Schwerin zu einem Zustellpreis von 25 Euro jährlich abonniert werden. Ferner ist ein kostenfreies elektronisches Abonnement ebenfalls unter [www.schwerin.de/stadtanzeiger](http://www.schwerin.de/stadtanzeiger) möglich.

Der Stadtanzeiger ist als pdf-Datei im Internet unter [www.schwerin.de](http://www.schwerin.de) platziert.

### **Wird der Stadtanzeiger als Medium der städtischen Öffentlichkeitsarbeit darüber hinaus auch genutzt?**

Im Stadtanzeiger werden über Öffentliche Bekanntmachungen hinaus auch Pressemitteilungen der Verwaltung veröffentlicht.

### **Welche Kosten entstehen hierbei für die Stadt pro Jahr und in welcher Höhe?**

Die Herstellung von 914 Exemplaren einer Ausgabe des Stadtanzeigers mit durchschnittlich sechs Seiten kostet 275,98 Euro.

|              |           |            |        |             |
|--------------|-----------|------------|--------|-------------|
| Farbausgabe: | 70 Stück  | á 0,5568 € | gesamt | 38,98 Euro  |
| s/w Ausgabe: | 844 Stück | á 0,2808 € | gesamt | 237,00 Euro |

Bei einer durchschnittlichen Anzahl der herausgegeben Stadtanzeigern von 25 Ausgaben jährlich ergibt dies eine Summe von **6.899,50 Euro**.

**Bestehen redaktionelle oder auch finanzielle Kooperationen mit Eigenbetrieben, städtischen Unternehmen oder privaten Dritten?**

Es bestehen keine redaktionellen oder finanziellen Kooperationen mit Eigenbetrieben, städtischen Unternehmen oder privaten Dritten. Die städtischen Unternehmen haben sich vielmehr mit der hauspost ein eigenes Kundenmagazin geschaffen.

**Sofern vorherige Frage verneint wird: Gab oder gibt es Bestrebungen hierzu? Warum bestehen keine Kooperationen hierzu?**

Es gab und gibt Bestrebungen zu einer Kooperation. Im Zusammenhang mit der Vorstellung des Projektes Bundesgartenschau 2025 haben städtische Unternehmen im August-Heft der hauspost ihre Seiten für eine kompakte Vorstellung der Machbarkeitsstudie für eine zweite BUGA-Bewerbung zur Verfügung gestellt. Dies kann aber nur in Ausnahmefällen geschehen, da die Unternehmen ihre Seiten für ihr eigenes Marketing benötigen und ja auch bezahlen.

Außerdem liefert die Pressestelle der hauspost monatlich für die Seite der Stadtvertretung/Stadtverwaltung PR-Artikel über neue Dienstleistungen der Verwaltung zu, die kostenlos in dem Heft abgedruckt werden.

**Gibt es von Seiten der Landeshauptstadt Bestrebungen, die Öffentlichkeitsarbeit in Form des Stadtanzeigers zu verbessern und zu optimieren (redaktionell, inhaltlich für breitere Zielgruppen aufgestellt, Erweiterung in den sozialen Netzwerken, attraktiveres Layout)?**

Wir sehen in der weiteren redaktionellen Optimierung des Stadtanzeigers aus den vorgenannten Gründen keine effiziente Möglichkeit, unsere Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zu verbessern. Vielmehr konzentrieren wir uns mit unseren begrenzten personellen und finanziellen Ressourcen zunächst auf die umfassende Überarbeitung des Informationsangebotes im städtischen Internetportal der Landeshauptstadt. Das Portal soll künftig die Zielgruppen „Bürger“, „Unternehmer“ und „Touristen“ gleichermaßen bedienen und mit dem Internetauftritt der Stadtmarketing-Gesellschaft zusammenwachsen.

Außerdem halten wir an der Strategie fest, Informationen aus der Verwaltung und den Kultureinrichtungen über soziale Medien wie beispielsweise facebook zu verbreiten. Das ermöglicht schnelle Reaktionszeiten und die direkte Kommunikation mit den Bürgerinnen und Bürgern Schwerins. Diese Social-Media-Strategie ist auch in Krisen- und Katastrophenfällen das Gebot der Stunde.

Mit freundlichen Grüßen



Dr. Rico Badenschier