

Stadtrat Richard Quaas

**ANFRAGE**

28.11.14

Herrn  
Oberbürgermeister  
Dieter Reiter  
Rathaus  
80331 München

**Teilnahme an Wettbewerbsverstößen im Kulturbereich durch die München Ticket GmbH als kommunale Serviceeinrichtung! Mögliche Verstöße gegen Datenschutzbestimmungen!**

Vielfach fanden Bürger der Stadt München ab dem 17. November 2014 in ihren Briefkästen ein DIN A 4- großes Kuvert, dass als Absender die kommunale Serviceeinheit München Ticket GmbH („**München Ticket**“) auswies. München Ticket ist im Bereich des Ticket- Verkaufs im kulturellen Bereich in München Marktführer. Der Inhalt des Kuverts bestand aus einem gemeinsamen Anschreiben der München Ticket und der rein privatwirtschaftlichen München Musik GmbH & Co. KG („**MünchenMusik**“). MünchenMusik ist in der Stadt München Marktführer im Bereich der privaten Konzertveranstalter. Das Anschreiben weist exklusiv auf das „**vollständige Weihnachtsprogramm**“ von MünchenMusik hin, welches als Programmheft dem Anschreiben beigelegt ist. Dabei sind Anschreiben und Programmheft farblich aufeinander abgestimmt. Das Anschreiben enthält gleichwertig und gleichrangig die Logos sowohl von München Ticket und MünchenMusik, weist graphisch die Stadtsilhouette Münchens auf und wird durch das Stadtwappen Münchens (Münchener Kindl) abgerundet. Neben der ohnehin bestehenden Namensähnlichkeit von München Ticket und MünchenMusik wird durch die konkrete Gestaltung einem unbefangenen Betrachter suggeriert, es handele sich um die Information, Empfehlung und Werbung über das (vollständige) Weihnachtskonzertangebot seitens der Stadt München. Laut Programmheft wurden 135.000 Exemplare aufgelegt. Diese wurden unter Nutzung von Kundendaten auch aller übrigen Veranstalter entsprechend versandt. Anschreiben und Programmheft füge ich dieser Anfrage als **Anlagen** bei.

Ich schätze den freien Wettbewerb. Wettbewerb darf und soll es auch im kulturellen Bereich geben und fördert hier die Vielfalt und Pluralität der Veranstalter und Veranstaltungsangebote, die gerade auch zum besonderen Charme der Landeshauptstadt München ihren Teil beitragen. Der Wettbewerb muss aber fair und im Rahmen des geltenden Rechts ausgetragen werden. Soweit sich die öffentliche Hand am Wettbewerb unmittelbar oder mittelbar beteiligt, ist sie im besonderen Maße an Prinzipien wie dem der Gleichbehandlung gebunden. Es kann nicht angehen, dass München Ticket als kommunale Serviceeinheit für alle Kulturschaffenden in München einen einzelnen und dazu den marktführenden Veranstalter auch unter Nutzung des Stadtwappens Wettbewerbsvorteile verschafft zu Lasten der übrigen Wettbewerber und letztlich der Allgemeinheit.

Ich frage deshalb den Oberbürgermeister:

1. Wie kam es zu dieser exklusiven gemeinsamen Aktion der, in kommunaler Hand liegenden München Ticket und der privatwirtschaftlichen MünchenMusik?
2. Sehen Sie in der konkreten Gestaltung von Anschreiben und Programmheft sowie deren gemeinsamen Versendung, insbesondere auch im Hinblick auf die Verwendung des Stadtwappens der Landeshauptstadt München eine Irreführung der angesprochenen Bürger und einen Missbrauch des besonderen Vertrauens der Bürger in die öffentliche Verwaltung für werbewirtschaftliche Zwecke?
3. Nach welchen Kriterien erfolgte die Auswahl der anzuschreibenden Bürger durch München Ticket?
4. Wurden von München Ticket bei der Versendung sämtliche Datenschutzbestimmungen eingehalten? Insbesondere wem konkret wurden die von München Ticket für die Versendung des Programmheftes von MünchenMusik genutzten Adressdaten übermittelt und wie wurde sichergestellt, dass diese von Dritten nicht weitergegeben oder zukünftig für eigene wirtschaftliche Zwecke gebraucht werden?
5. Wie bewerten Sie die Nutzung von Kundendaten sämtlicher Konzertveranstalter zu Gunsten eines einzelnen Veranstalters (MünchenMusik) durch München Ticket als kommunaler Serviceeinheit?
6. Auf welcher Rechtsgrundlage nutzt München Ticket die Kundendaten der Veranstalter für eigene bzw. fremde Zwecke?
7. Wer hat die Kosten für Lay-Out, Erstellung, Versand und Verwaltung im Zusammenhang mit der Versendung der Anschreiben nebst Programmheft der MünchenMusik getragen und wie hoch waren diese? (Bitte nach Positionen und Kostenträger aufgeschlüsselt angeben)
8. Auf welcher bzw. welchen Rechtsgrundlagen erfolgte die Zusammenarbeit zwischen München Ticket und MünchenMusik?
9. Welche geldwerten Vorteile (finanzielle Mittel, Sachleistungen, Marktchancen, etc.) hat München Ticket durch die genannten Werbeschreiben erhalten, welche sind dabei MünchenMusik zurechenbar?
10. Wie wird die Einhaltung der Ziel- und Zwecksetzung sowie das Geschäftsgebaren der München Ticket als kommunaler Serviceeinrichtung beaufsichtigt?
11. Wurde die Stadt München vor Versand des Anschreibens nebst Programmheft der MünchenMusik über das in Rede stehende Vorhaben, insbesondere die Nutzung des Stadtwappens im werblichen Wettbewerb informiert? Falls ja, wer wurde informiert und was wurde ggf. veranlasst?
12. Welche Möglichkeiten und Maßnahmen seitens der Stadt München bestehen oder könnten geschaffen werden, um im Bereich der privaten Kulturwirtschaft einen fairen Wettbewerb zu garantieren?

Richard Quaas, Stadtrat