

Piratenfraktion im Rat der Stadt Aachen
Johannes-Paul-II-Straße 1
Raum 136
52062 Aachen

Piratenfraktion, Johannes-Paul-II-Str. 1, 52062 Aachen, Deutschland

Oberbürgermeister
Marcel Philip

Rathaus
52058 Aachen

Eingang bei FB 01
18. Aug. 2015



Tel.: +49 (0)241 432 7265
E-Mail: fraktion@piratenpartei-aachen.de
Web: fraktion.piratenpartei-aachen.de

Ihr Zeichen, Schreiben vom:

Unser Zeichen, Schreiben vom:
201508-04

Name, Telefon:
Ehanantharajah, -7267

Aachen den
17.08.15

Ratsanfrage zur Aktion "Aquis Baumeister" am 17.08.2015 auf dem Willy-Brandt-Platz

Sehr geehrter Herr Oberbürgermeister,

Wie einem Online-Zeitungsbericht vom 18.08.2015 zu entnehmen ist, fand am Samstag, den 17.08.2015, auf dem Willy-Brandt-Platz die Aktion "Aquis Baumeister" statt. Veranstalter war lt. Zeitungsbericht das Center-Management des Einkaufszentrums "Aquis Plaza". Rund 100 Kinder und ihre Eltern konnten einen Tag lang u.a. auf der "Baustelle zum Anfassen" hinter die Kulissen der Baustelle schauen. Das Center-Management habe im Vorfeld über das Internet, aber auch in lokalen Kindertagesstätten für die Teilnahme an dieser Aktion geworben, so der Bericht abschließend.¹

Kinder im Vorschulalter sind gegenüber Markenbildung noch besonders empfänglich und unkritisch. Zudem ist es aussichtslos, den Kindern in diesem Alter die Mechanismen und Zielsetzungen solcher Werbeaktionen vermitteln zu wollen. Eine kritische Auseinandersetzung zum Aufbau von Medienkompetenz kann also naturgemäß mit den Kindern gar nicht stattfinden.

Das NRW-Schulgesetz (SchulG) sieht im § 99 Abs. 2 ein grundsätzliches Verbot von Werbung für nichtschulische Zwecke vor. Im NRW-Kinderbildungsgesetz (KiBiz) fehlt ein entsprechender Passus, was unserer Meinung nach jedoch keine Berechtigung für gezielte Werbeaktionen in Kitas bedeutet. Gerade Kindertageseinrichtungen sollten aus vorgenanntem Grund besondere Schutzräume gegenüber Werbung am Kind darstellen.

Wir bitten deshalb um die Beantwortung der folgenden Fragen:

1) An welchen Kindergärten in städtischer Trägerschaft hat das Center-Management "Aquis Plaza" Werbung für die Aktion "Aquis Baumeister" gemacht? Listen Sie bitte die Namen der Kindertagesstätten auf.

¹ <http://www.aachener-nachrichten.de/mobile/lokales/aachen/aquis-plaza-tatkraeftige-hilfe-beim-endspurt-1.1158078>

2) In welcher Form hat das Center-Management an diesen Kindertagesstätten geworben? Nennen Sie bitte Art und KiTa-Ansprechpartner (Position) der Kontaktaufnahme, aufgeschlüsselt nach Kindertagesstätten.

3) Welche Kosten bzw. Aufwände sind der Stadt Aachen für die Aktion "Aquis Baumeister" entstanden? Wird die Stadt Aachen ggf. die Erstattung dieser Aufwände vom Center-Management des "Aquis Plaza" fordern?

4) Erfolgte die Ansprache der Kindergärten direkt über das Center-Management "Aquis Plaza" oder z.B. über eine sogenannte "Schul/KiTa-Marketing-Agentur"? Wenn ja, welche?

5) War die Aktion "Aquis Baumeister" auch eine Kooperation mit der Handwerkskammer Aachen bzw. hat die Handwerkskammer Aachen Gelegenheit bekommen, sich bei dieser Aktion als Vertreter des Aachener Handwerks zu präsentieren?

Mit freundlichen Grüßen



Udo Pütz
Fraktionsvorsitzender PIRATEN



Sait Başkaya
stv. Fraktionsvorsitzender PIRATEN

Stellungnahme der Verwaltung zu Ratsanfrage der PIRATEN-Fraktion vom 17.08.2015

zur Aktion „Aquis Baumeister“ am 17.08.2015 auf dem Willy-Brandt-Platz

Es wurde in den umliegenden städt. Kindertagesstätten nachgefragt, ob mit diesen Kontakt in Zusammenhang mit der Aktion „Aquis Baumeister“ aufgenommen worden war.

Eine Einrichtung berichtete, dass ein Mann in der Kita war und darum bat, dass ein Plakat zu der Aktion aufgehängt werden sollte. Nachdem dieser gegangen war, sah sich die Leitung das Plakat an und stellte fest, dass es sich um ein Plakat zu der Aktion „Aquis Baumeister“ handelte und hat dieses nicht aufgehängt, da sie es als Werbung eingeschätzt hat. Der Name oder die Funktion des Mitarbeiters, der die Aktion bewerben wollte, ist nicht bekannt.

Aus zwei anderen Einrichtungen wurde berichtet, dass sie per Mail kontaktiert worden sind. Diese Einrichtungen haben die Mail gelöscht und keine Werbung für die Aktion gemacht. Da die Mails gelöscht sind ist nicht mehr bekannt von wem sie verschickt wurden.

In zwei anderen Einrichtungen sind die Angebote per Post eingegangen. Auch diese Einrichtungen haben die Aktion als Werbung verstanden und deshalb die Unterlagen vernichtet ohne sie auszuhängen. Auch hier lässt sich nicht mehr feststellen, wer der Absender der Unterlagen war.

Die anderen städt. Kindertageseinrichtungen in der Innenstadt wurden nicht kontaktiert.

In allen Fällen ist also kaum Arbeitszeit angefallen, so dass eine Kostenermittlung wenig zweckmäßig erscheint.