

**Antwort der Verwaltung
Nr.: 20232966**

Status: öffentlich

Datum: 06.11.2023

Verfasser/in: Christoph Schlierkamp

Fachbereich: Kulturbüro und Kulturhistorische Museen

Bezeichnung der Vorlage:

Werbung für kostenlose Schauspielhauskarten für Studierende an der Ruhr-Universität Bochum

Bezug:

Anfrage der Fraktion DIE LINKE. im Rat der Stadt Bochum zur 16. Sitzung des Ausschusses für Kultur und Tourismus am 30.08.2023 (Vorlage 20232316) und Ergänzende Anfrage der CDU Fraktion im Rat der Stadt Bochum (Vorlage 20232326)

Beratungsfolge:

Gremien:	Sitzungstermin:	Zuständigkeit:
Ausschuss für Kultur und Tourismus	28.11.2023	Kenntnisnahme

Wortlaut:

In der Sitzung des Ausschusses für Kultur und Tourismus am 30.08.2023 stellte die Fraktion DIE LINKE. folgende Anfrage:

Im Rahmen der Theaterflatrate kommen Bochumer Studierende kostenlos ins Schauspielhaus. Ein Angebot, das möglichst breit unter den Studierenden beworben werden sollte. Dass das Schauspielhaus auf dem Gelände der Ruhr-Universität Bochum jedoch nur kostenpflichtig Werbemaßnahmen durchführen kann, hat uns irritiert.

DIE LINKE. im Rat der Stadt Bochum fragt hierzu an:

1. Warum muss das Schauspielhaus als Bochumer Institution an der städtischen Universität für Werbemaßnahmen, die ein kostenloses Angebot für Studierende bekannt machen sollen, bezahlen?

2. Welche Möglichkeit sieht die Verwaltung, die Werbekosten für das Schauspielhaus an der Ruhr-Universität Bochum mindestens zu verringern und bestenfalls abzuschaffen?

3. Hat die Verwaltung in der Vergangenheit dieses Thema bereits in Bezug auf das Schauspielhaus oder andere städtische Beteiligungsunternehmen im Austausch mit der Ruhr-Universität angesprochen? Wenn ja, mit welchem Ergebnis?

Die CDU-Ratsfraktion stellte dazu nachfolgende ergänzende Fragen:

1. Gibt es eine „städtische Universität“?

2. Handelt es sich bei der Universität um eine weitgehend autonome Landeseinrichtung, die in den Grenzen ihrer Autonomie ihre Angelegenheiten selbst regelt?

Falls die Frage mit ja beantwortet wird, sollte dieser Umstand auch den Mitgliedern des Rates der Stadt Bochum bekannt sein oder sieht die Verwaltung hier zusätzlichen Aufklärungsbedarf?

3. Hat die Verwaltung irgendwelche Einflussmöglichkeiten auf die Universität, insbesondere darauf, dass diese bei Werbung sämtliche Kultureinrichtungen in ihrem Einzugsbereich gleichbehandelt?

4. Hält die Verwaltung, soweit dies durch die Verwaltung beurteilt werden kann, die Besserstellung bestimmter Kultureinrichtungen durch eine autonome Landeseinrichtung für verfassungsrechtlich zulässig?

Die Verwaltung nimmt dazu wie folgt Stellung (die Fragen beider Anfragen werden zusammengefasst beantwortet):

Die Ruhr-Universität Bochum (RUB) ist eine autonome Landeseinrichtung, kein „städtisches“ Institut. Es gibt keine „städtische Universität“, dies wird als bekannt vorausgesetzt.

Die RUB vermarktet ihre Werbeflächen auf dem Gelände über die „UNIversaal“, das ist die sog. Veranstaltungsagentur der RUB. Dadurch dass die RUB ihre Flächen vermarkten lässt, gelten für alle Kultureinrichtungen (Nachfrager) die gleichen Angebote, so dass grds. eine Gleichbehandlung erfolgt.

Für die Nutzung der Werbeflächen fallen je nach Standplatz auf dem Gelände Mietpreise oder – sofern Flyer durch Personen verteilt werden sollen - Aufwandskosten an. Für eine gemeinnützige Organisation im Kulturbereich (wie sie das Schauspielhaus ist) wird ein Rabatt von 20% gewährt. Insofern gibt es bereits Vergünstigungen.

Da die RUB autonom handelt, sieht die Verwaltung keine Möglichkeiten, die Werbekosten für das Schauspielhaus zu verringern. Hier muss das Schauspielhaus bilateral mit der RUB, der studentischen Selbstorganisation oder ggf. mit kooperierenden Instituten der RUB verhandeln.

Bislang wurde mit der RUB nicht über Werbekosten seitens der Kulturverwaltung gesprochen. Die Schauspielhaus Bochum AöR verhandelt selbstständig mit der RUB.

Die Verwaltung kann nicht beurteilen und sieht keine Veranlassung zu prüfen, ob die Besserstellung bestimmter Kultureinrichtungen durch eine autonome Landeseinrichtung verfassungsrechtlich zulässig ist. Die Landeseinrichtung entscheidet selbst, wie sie ihre Werbeflächen vermarktet und welche Grundsätze sie dabei anwendet; mit dem Kriterium „Gemeinnützigkeit“ wird an ein sachlich geeignetes Kriterium angeknüpft.