



öffentlich

Betreff:

Kultur-Sendeformat im geplanten Kulturmarketing

Erstellungsdatum 21.06.2005

Eingang 902:

Einreicher: Fraktion CDU

Beratungsfolge:		Empfehlung	Entscheidung
Datum der Sitzung	Gremium		
31.08.2005	Stadtverordnetenversammlung der Landeshauptstadt Potsdam		
15.09.2005	Ausschuss für Kultur		
21.09.2005	Ausschuss für Finanzen		

Beschlussvorschlag:

Die Stadtverordnetenversammlung möge beschließen:

Der Oberbürgermeister wird beauftragt zu prüfen, inwieweit innerhalb eines Gesamtkonzeptes für ein Kulturmarketing Potsdams ein geeignetes Format vergleichbar z.B. zum ehemaligen Format „Potslife“ gefunden werden kann, welches die regelmäßige kulturelle Vermarktung der Stadt in den Medien ermöglicht. Über das Ergebnis ist in der Januar-Sitzung 2006 der Stadtverordnetenversammlung zu berichten.

Unterschrift

Ergebnisse der Vorberatungen
auf der Rückseite

Entscheidungsergebnis

Gremium:

Sitzung am:

<input type="checkbox"/> einstimmig	<input type="checkbox"/> mit Stimmenmehrheit	Ja	Nein	Enthaltung
<input type="checkbox"/> Lt. Beschlussvorschlag	<input type="checkbox"/> abweichender Beschluss DS Nr.:	<input type="checkbox"/> Beschluss abgelehnt		
<input type="checkbox"/> zurückgestellt	<input type="checkbox"/> zurückgezogen			

überwiesen in den Ausschuss:

Wiedervorlage:

Entscheidungsergebnis:	
Gremium:	
Sitzung am:	
Beratungsergebnis:	
Gremium:	
Sitzung am:	
Beratungsergebnis:	

Finanzielle Auswirkungen?

Ja

Nein

(Ausführliche Darstellung der finanziellen Auswirkungen, wie z. B. Gesamtkosten, Eigenanteil, Leistungen Dritter (ohne öffentl. Förderung), beantragte/bewilligte öffentl. Förderung, Folgekosten, Veranschlagung usw.)

ggf. Folgeblätter beifügen

Begründung:

Die Kultur-Wochensendung „Potslife“ musste aus finanziellen Gründen eingestellt werden. Dies ist bedauerlich, weil diese durchaus qualitätsvolle Sendung sehr viele Menschen in Potsdam und Umgebung erreicht und den Ruf Potsdams als Kulturstadt gut vermarktet hat. Die Möglichkeit, ein vergleichbares Format mit einem der ortsansässigen Medienträger wieder aufleben zu lassen, sollte, falls es zu einem kulturellen Gesamtmarketing der Stadt kommt, in Verhandlungen mit diesem geprüft werden.