



An den Oberbürgermeister  
der Landeshauptstadt München  
Herrn Dieter Reiter  
Rathaus, Marienplatz 8  
80331 München

München, 13.04.2023

**Anfrage:**

**Geldverschwendung oder konkreter Nutzen: Was bringt die von der PR-Firma Heller & Partner erstellte sog. ‚Studie‘ ‚Gender Living‘ den GEWOFAG-Mieter:innen?**

Im Zeitraum von 2016 bis 2021 hat die Lobbyisten-Agentur Heller und Partner im Auftrag der städtischen Wohnungsgesellschaft GEWOFAG die sog. Studie *Gender Living – Neue Wohntendenzen* erarbeitet. Die Studie präsentiert keine wissenschaftlichen Erkenntnisse, sondern vertont die Wünsche der Immobilienbranche.

Zudem wurde ein Imagefilmchen mit zahlreichen Immobilienunternehmern als Protagonisten gedreht und eine Podiumsdiskussion abgehalten, bei der Immobilienunternehmer:innen, Politiker:innen und Verwaltungsvertreter:innen anwesend waren.

Bezahlt hat die Studie die Landeshauptstadt München.

**Wir fragen nun den Oberbürgermeister:**

1. Die Ergebnisse der ‚Studie‘ namens ‚Gender Living‘ sind nicht gerade revolutionär. Manches ist Allgemeinwissen (‚Räume und Potenziale effizient nutzen‘), anderes entstammt wohl einem Wunschzettel der Immo-Branche (‚Günstiger Bauen durch schlankere Regularien‘). Welchen konkreten Nutzen hat diese so genannte ‚Studie‘ denn für die Landeshauptstadt München, die GEWOFAG und ihre Mieter:innen?
2. Mit wem auf Seiten der GEWOFAG und der Stadtverwaltung hat die Agentur vorab die Inhalte der ‚Studie‘ abgesprochen? Die Stadtverwaltung wird ja eingebunden gewesen sein, wenn die Stadt so horrende Summen für eine ‚Studie‘ zahlt.
3. Von wem und wie wurde und wird die ‚Studie‘ seit ihrer Erstellung verwendet, bei der GEWOFAG und der Stadt München?
4. Den Film nutzt die Agentur als Werbung in eigener Sache, weil potenzielle Neukunden darin sehen können, wie gut sie mit der Politik vernetzt ist. Er steht bis heute prominent auf der Firmen-Webseite, direkt unter zwei Filmen mit den CSU-Politikern Innenminister Joachim Herrmann und Landtagspräsidentin Ilse Aigner. Aber worin liegt der konkrete Nutzen des Films für die Stadt, die GEWOFAG und den Wohnungsmarkt?
5. Wer auf Seiten der Stadt München hat die Inhalte des Werbefilms vor und während dessen Erstellung geprüft?
6. Auf dem Podium saßen neben dem Lobbyisten Stadträte der großen Fraktionen, Stadtbaurätin Merk, Vertreter von Immobilienverband BfW und Architektenkammer und ‚natürlich‘ Unternehmer Büschl. Wer hat diese Personen ausgewählt?

7. Wer hat die Personen, insbesondere die Immobilienunternehmer, ausgewählt, die zu der Veranstaltung eingeladen wurden?
8. Wie kann die Stadt künftig sicherstellen, dass Stadträt:innen und Verwaltungsmitarbeiter:innen nicht für die Zwecke von Immobilienunternehmern eingespannt und ausgenutzt werden können, und dann auch noch die Stadt dafür bezahlt?

Es wird darum gebeten, dass die GEWOFAG bei der Beantwortung dieser Anfrage nicht auf die Formulierungskünste der Lobby- und PR-Agentur zurückgreift.

**Initiative:**

Dirk Höpner, Planungspolitischer Sprecher  
Tobias Ruff, Fraktionsvorsitzender  
Sonja Haider, stellv. Fraktionsvorsitzende  
Nicola Holtmann, Stadträtin