

Vorlage Nr. 062/08

Betreff: **Sachstandsbericht zur Werbung auf städtischen Grundstücken - neue Werbekonzepte mit der Vertragspartnerin, Fa. Ströer - Deutsche Städte Medien**

Status: **öffentlich**

Beratungsfolge

Haupt- und Finanzausschuss	29.01.2008	Berichterstattung durch:	Herrn Lütkemeier Herrn Hötker Frau Geisler - DSM				
TOP	Abstimmungsergebnis				z. K.	vertagt	verwiesen an:
	einst.	mehr.	ja	nein	Enth.		

Betroffene Produkte

13	Kultur
5301	Öffentliche Verkehrsflächen
81	Grundstücksmanagement

Betroffenes Leitbildprojekt/Betroffene Maßnahme des Integrierten Entwicklungs- und Handlungskonzeptes

--

Finanzielle Auswirkungen

Ja Nein

Gesamtkosten der Maßnahme	Finanzierung		Jährliche Folgekosten	Ergänzende Darstellung
€	Objektbezogene Einnahmen (Zuschüsse/Beiträge) €	Eigenanteil €	<input type="checkbox"/> keine €	(Kosten, Folgekosten, Finanzierung, haushaltsmäßige Abwicklung, Risiken, über- und außerplanmäßige Mittelbereitstellung sowie Deckungsvorschläge) siehe Ziffer der Begründung

Die für die o. g. Maßnahme erforderlichen Haushaltsmittel stehen

- beim Produkt/Projekt _____ in Höhe von _____ € zur Verfügung.
 in Höhe von _____ **nicht** zur Verfügung.

mittelstandsrelevante Vorschrift

Ja Nein

Beschlussvorschlag/Empfehlung:

Der HFA nimmt den Sachstandsbericht zur Kenntnis und beauftragt die Verwaltung mit der schrittweisen Umsetzung des vorgestellten Konzeptes der Fa. Ströer, Deutsche Städte Medien – DSM.

Begründung:

Gemäß dem Beschluss des Rates vom 04.11.1963 wurde zwischen der damaligen Fa. Deutsche Städte Reklame GmbH (zwischenzeitlich Ströer Deutsche Städte Medien - DSM) ein Vertrag über die Ausnutzung freier Werbemöglichkeiten auf städt. Grundstücken geschlossen.

Ausgenommen sind ausdrücklich die Werbungen der Parteien im Rahmen von Wahlkämpfen, Werbung im Bereich städt. Sportanlagen sowie amtliche Bekanntmachungen und tlw. Kulturwerbung.

Der Vertrag wurde bis heute immer wieder vertragsgemäß verlängert und in Einzelheiten angepasst (Siehe Anlage 1).

In jüngster Zeit kam wieder die Diskussion zur Sauberkeit des Stadtgebietes auf und die Verwaltung hat dies zum Anlass genommen, mit der Fa. Ströer Deutsche Städte Medien ein modulares Beschilderungskonzept für die Bereiche Hinweise und Kultur zu erstellen.

Zielsetzung des Konzeptes:

- strukturierte Beschilderungen für Kulturwerbung und Hinweisbeschilderungen im Stadtgebiet (ohne Gewerbegebiete)
- mehr Sauberkeit im Stadtgebiet durch die Entfernung von wilden Plakatierungen an Stromkästen und Lichtmasten
- Schaffung legaler Werbemöglichkeiten für die Kulturtreibenden
- Maßnahmen gegen die Wildplakatierer durch die DSM um hier ein Umdenken zu erzielen
- Verbesserung des Erscheinungsbildes der Beschilderung durch einheitliche Rahmen
- Entfernung wilder Hinweisbeschilderungen im Stadtgebiet und damit Gleichbehandlung aller Werbungtreibenden
- Verringerung der Anzahl der großflächigen Werbeeinrichtungen und Ersatz durch wenige hochwertige Anlagen
- zusätzliche Pachterträge für die Stadt Rheine (und DSM)

Das Gesamtkonzept wird unter dem Arbeitstitel

„Putzen und Nutzen“

zwischen den Vertragsparteien verhandelt.

An dieser Stelle muss allerdings deutlich darauf hingewiesen werden, dass sich alle Maßnahmen nur auf Werbeeinrichtungen beziehen können, die sich auf städt. Grundstücken befinden bzw. von der Fa. DSM bewirtschaftet werden. Häufig entsteht auf den ersten Blick der Eindruck, dass Werbeanlagen städt. Grundstücken zuzurechnen sind – dies ist in vielen Fällen nicht so.

Die Werbeanlagen auf privaten Grundstücken werden von dieser Konzeption nicht erfasst.

Modul 1 – City Stars – großflächige Plakatwände

Bei den City Stars (s. Anlage) handelt es sich um hochwertige beleuchtete Werbeträger – die im Gegensatz zu den bisherigen Plakatwänden einen deutlich saubereren Eindruck machen. Die Werbung ist nicht rotierend – sondern feststehend um die Verkehrsteilnehmer nicht abzulenken.

Insgesamt wurden 15 städt. Grundstücke als mögliche Standorte untersucht – nur an 2 Standorten konnten letztendlich die Werbeträger errichtet werden. Bei den Standorten handelt es sich um:

- Schleusenstr./Konrad-Adenauer-Ring
- Salzbergener Straße – vor dem Emslandstadion

Im Gegenzug wurden von der Fa. DSM 2 Litfaßsäulen (Schleusenstr./Konrad Adenauer Ring und an der Osnabrücker Straße abgebaut, bzw. die letzte wird in den nächsten Wochen entfernt.

Vor dem Köpi am Kardinal Galen Ring wurden 2 beleuchtete Plakatwände aufgestellt, die im Gegensatz zu den bisherigen Plakatwänden einen deutlich hochwertigeren Eindruck machen. Bei einer angedachten Erweiterung des Köpi werden die Plakatwände ggfls. zurückgebaut.

Modul 2 – Werbung an Lichtmasten – Hinweismedien für Firmen und Gewerbetreibende im Stadtgebiet

Ausgangslage

Die Lichtmasten sind durch private und gewerbliche Hinweisbeschilderungen bzw. Werbebeschilderungen geprägt, die bisher vielfach geduldet – aber ohne Zustimmung der Stadt Rheine angebracht wurden. Hier schaffen sich tlw. die Unternehmen Vorteile, die ohne Genehmigung entsprechende Schilder anbringen. Die Firmen, die sich hier korrekt verhalten sind eindeutig benachteiligt. In keiner anderen Stadt hat sich nach Aussagen der DSM die Wildbeschilderung so ausgebreitet wie in Rheine. Neben dem unschönen Erscheinungsbild entgehen der Stadt Rheine hierdurch auch Erträge.

Die ungenehmigten Hinweisbeschilderungen sind hinsichtlich der Gestaltung, Größe und Anbringungsart sehr unterschiedlich und vermitteln im Stadtgebiet einen sehr ungeordneten und ungepflegten Eindruck.

Viele Städte sind dem Bedarf nach einer effektiven und gleichzeitig geordneten Hinweisbeschilderung gefolgt und haben für ihre in der Stadt ansässigen Unternehmen und Werbetreibenden entsprechende Konzepte entwickelt und angeboten. Im Gegenzug werden dafür alle Wildbeschilderungen und Plakatierungen entfernt.

Konzept

- Es sollen je nach Bedarf ca. 60 - 80 Kandelaberrahmen an noch abzustimmenden Laternen (unbeleuchtete Kandelaber, höchstens ca. 0,90 x 0,70m groß) in mindestens 4,50m Höhe bei Fahrbahnen und 2,50m Höhe bei Radwegen, angebracht werden. Haftung, Versicherung und Instandhaltung der Schilder würden durch Fa. Ströer erfolgen.
- Die Standorte sind noch in Abstimmung mit der Stadt Rheine festzulegen, (logischerweise orientieren sich die Standorte nach dem Standort des Unternehmens das eine Hinweisbeschilderung buchen möchte). Diese Standorte würden sich aber vornehmlich im Innenstadtbereich befinden.
- Im Gegenzug für diese Berechtigung wird die Fa. Ströer alle nicht legalen Beschilderungen, an städt. Straßenlampen angebrachten Werbungen und Hinweisbeschilderungen im Stadtgebiet (nicht in den Gewerbegebieten), entfernen lassen. Voraussetzung dafür ist jedoch, dass der Werbende das Angebot, eine Hinweiswerbung zu buchen und die Aufforderung seine nicht legale Werbung abzubauen, nicht angenommen hat.
- Die Stadt Rheine kann gemeinsam mit der Fa. DSM einen Restriktionskatalog festlegen (max. Schilderzahl pro Werbetreibenden, max. Schilderzahl innerhalb einer Straße, max. Abstand zur Kreuzung, etc.)
- Eigenbeschilderungen der Stadt Rheine (Stadien, Bäder etc.) werden ebenfalls an das Konzept angeglichen.
- Transparente Kosten/Einkünfte für die Stadt Rheine

Sofern das Konzept umgesetzt werden soll, würde die Fa. Ströer die Firmen, die ein Schild illegal angebracht haben, bitten, die Schilder abzubauen – verbunden mit einem Angebot für ein legales Schild. Dabei sind damit für die Gewerbetreibenden entsprechende Kosten verbunden.

Sofern die Firmen dem Abbau der illegalen Beschilderungen nicht nachkommen, verfolgt die Fa. DSM aus dem bestehenden Werbenutzungsrecht die Angelegenheit.

Modul 3 - Kulturwerbung in der Stadt Rheine

Ausgangslage

Aktuell ist das Stadtbild in Rheine vielfach geprägt durch beklebte und stark verschmutzte Schaltschranke, insbesondere an verkehrsintensiven Kreuzungen. Die

Lichtmasten werden häufig zur Werbung für Kulturveranstaltungen genutzt, die bisher vielfach geduldet wurden – aber ohne Zustimmung der Stadt Rheine angebracht wurden.

Insgesamt ist der heutige Zustand vom Erscheinungsbild als sehr unbefriedigend einzustufen, da das Stadtbild massiv beeinträchtigt wird.

Konzept

Hinter dem Modul „Kulturwerbung“ verbergen sich 2 Werbebereiche:

- Werbung auf Schaltschränken - Kulturwerbung
- Werbung an Lichtmasten – Kulturwerbung

Ziel der Kulturwerbung ist es den Kulturtreibenden kostenpflichtige, aber legale Angebote machen zu können und der Stadt Rheine darüber hinaus kostenfreie Angebote machen zu können.

Die Preisgestaltung richtet sich nach Größe bzw. kommerzieller Ausrichtung der Veranstaltung. Ortsansässige Vereine zahlen derzeit 0,31 € pro Schild ab zwei Wochen, Veranstaltungen außerhalb Rheine zahlen 0,66€, Veranstalter von Disco Feten und auswärtige Vereine zahlen ebenfalls 0,66€, Garten und Baumessen zahlen 0,95 €. Die Preise verstehen sich zzgl. Mehrwertsteuer. Diese Preise sind am Markt erprobt und werden in vielen Städten von den Kulturtreibenden akzeptiert.

Das Kulturmarketing hat ein eigenständiges Netz das kostenfrei von der DSM bewirtschaftet wird. Selbstverständlich sind in diesem stadteigenen Netz ausschließlich städtische Veranstaltungen zu bewerben. Hier kann evtl. auf den Einsatz der Dreieckständer zukünftig komplett verzichtet werden. Ebenfalls wird die DSM die komplette Wildplakatierung von allen Schaltschränken und Lichtmasten abräumen und verfolgen.

Werbung auf Schaltschränken

Ziel ist es neben den städt. Schaltschränken für die Verkehrssignalanlagen, die Schaltschränke von verschiedenen Eigentümern in das Konzept einzubinden. Die erforderlichen Zusagen zur Reinigung liegen weitgehend vor oder werden gerade verhandelt. Es handelt sich z. B. um die SWR, die Telekom und Unity Media.

Das Konzept sieht vor, ca. 40 Werberahmen DIN A 1 an Schaltkästen zu befestigen, die im Eigentum der Stadt Rheine oder der SWR sind. Im Gegenzug werden von Fa. Ströer alle im Stadtgebiet Rheine befindlichen Schaltkästen grundgereinigt und anschließend regelmäßig von Wildplakatierungen entfernt.

Werbung an Lichtmasten

Für die Stadt Rheine ist ein Netz von 50 Straßenlaternen mit entsprechenden Kandelabern vorgesehen, deren Standorte ebenfalls noch abzustimmen sind. Diese Rahmen könnten durch die Stadt Rheine als eigenes Netz genutzt werden.

Die Fa. Ströer wird die Werbeflächen an Schaltschränken und Straßenlampen vermarkten und im Gegenzug die Schaltschränke im Stadtgebiet möglichst sauber halten. Die Stadt Rheine wird beim Modul 3 nicht direkt an den Einnahmen beteiligt – sondern profitiert nur von der Reinigung und dem Angebot der 50 Rahmen für städt. Veranstaltungen (Putzen und Nutzen).

Zusammenfassung

In der Stadt Rheine sollen folgende Werbeanlagen neu angebracht werden:

- 2 City Stars
- 2 Plakatwände

- Ca. 40 Schaltschränke mit Werberahmen

- Ca. 60 -80 Kandelaber an Lichtmasten für Hinweisbeschilderungen von Gewerbetreibenden oder Firmen

- Ca. 200 Kandelaber an Lichtmasten für Kulturwerbung, davon ca. 50 Kandelaber ausschließlich für die Stadt Rheine

In der Stadt Rheine wird folgende Werbung zurückgebaut bzw. gereinigt:

- 2 Litfaßsäulen werden für die City Stars abgebaut

- Die Schaltschränke im Stadtgebiet werden gesäubert

- Die wilden Hinweisbeschilderungen für Gewerbetreibende und Firmen werden im Stadtgebiet nach einer Übergangsfrist entfernt.

Die Ziele, die mit dieser Gesamtkonzeption verfolgt werden, lassen sich nur erreichen, wenn von allen Beteiligten konsequent das Gesamtkonzept mitgetragen wird.

Es kann sicherlich nicht erwartet werden, dass die Wildplakatierungen und Wildbeschilderungen unverzüglich aufhören. Vielmehr baut das Konzept darauf auf, sich zunächst mit den jeweiligen Werbenden zu verständigen und auf die neue Konzeption in Rheine hinzuweisen.

Die Verwaltung geht davon aus, mit diesem Konzept einen Weg zu finden, der den unterschiedlichen Interessen gerecht wird und nach und nach zu einem besseren Stadtbild führt.

Die Gewerbegebietsbeschilderung ist von diesem Konzept nicht erfasst.

Frau Geisler von der DSM wird das Konzept im Rahmen einer Präsentation vorstellen.