

Landeshauptstadt Stuttgart  
Der Oberbürgermeister  
GZ: OB 7540-03

Stuttgart, 14.06.2005

## Beantwortung zur Anfrage

Stadträtinnen/Stadträte – Fraktionen <b>DIE REPUBLIKANER im Stuttgarter Gemeinderat</b>
Datum 04.04.2005
Betreff Werbung um jeden Preis?

Anlagen

### Text der Anfragen/ der Anträge

- Zu 1.: Die Vergabe der Werbung im öffentliche Verkehrsraum ist für die Stadt insgesamt wirtschaftlich und zweckmäßig. Die erforderliche Kontrolle und Einwirkung auf Art und Umfang der Werbung ist über die Werbeverträge möglich und kann mit geringem Personaleinsatz durchgeführt werden, so dass die Einnahmen weitgehend dem städtischen Haushalt zugute kommen. Die Schaffung städtischer Arbeitsplätze würde unmittelbar zum Abbau entsprechender Arbeitsplätze bei der Werbewirtschaft führen.
- Zu 2.: Bei der letzten Ausschreibung Schaltkastenwerbung und Gastspiel- und Veranstaltungswerbung kam anstatt JCDecaux eine Bietergemeinschaft zum Zug, die ihren Sitz neu in Stuttgart gründen wird. Eine Beschränkung auf örtliche Unternehmen wäre bei einer öffentlichen Ausschreibung auch aus rechtlichen Gründen des Vergaberechts nicht möglich.
- Zu 3.: Sogenannte City-Light-Boards wurden bislang im öffentlichen Verkehrsraum nicht genehmigt; auf Privatflächen können solche Anlagen baurechtlich nur verhindert werden, wenn dafür ausreichende Ablehnungsgründe vorliegen. Bisher wurden ca. 50 City-Light-Boards auf privaten Grundstücken genehmigt, wobei aber nicht alle aufgestellt wurden. Der Beklebung der Schaltkästen wird mit den oben genannten Werbeverträgen begegnet: Der Pächter ist verpflichtet, alle ca. 11.500 Schaltkästen im Stadtgebiet einmal jährlich zu reinigen und ständig die Wildplakatierungen zu entfernen.

Mit diesen und weiteren Maßnahmen im Rahmen der Werbeverträge kann die Stadt erfolgreich darauf einwirken, dass das Stadtbild durch Werbung im öffentlichen Raum nicht übermäßig belastet wird.

Dr. Wolfgang Schuster

Verteiler