

Stuttgart, 13.05.2020

Neukonzeption Werberechte mit Pilotversuch zu digitalen Stadtinformationsanlagen in Stuttgart

Mitteilungsvorlage

Vorlage an	zur	Sitzungsart	Sitzungstermin
Bezirksbeirat Mitte Ausschuss für Stadtentwicklung und Technik	Kenntnisnahme Kenntnisnahme	öffentlich öffentlich	25.05.2020 23.06.2020

Bericht

Für die Zeit ab 2023 wird auf Anregung des Gemeinderats ein einheitliches stadtweites Konzept für Werbung im öffentlichen Straßenraum erarbeitet, siehe GRDrs. 755/2018.

Formales / Verfahren

Die Beratung im zuständigen Ausschuss für Stadtentwicklung und Technik zur Neukonzeption kann auf zwei verschiedenen Wegen erfolgen: Es können entweder Schwerpunktsitzungen im Rahmen des Sitzungskalenders und ggf. ergänzende Sondersitzungen des gesamten Ausschusses abgehalten oder ein beratender Unterausschuss zum Thema eingesetzt werden.

Ein beratender Ausschuss müsste mit 11 Stadträten gebildet werden, da aufgrund der aktuellen Zusammensetzung des Gemeinderats unter Berücksichtigung aller Fraktionen beratende Ausschüsse derzeit 11 Mitglieder aus dem Gemeinderat haben. Der STA besteht momentan aus 15 Stadträten. Die Verwaltung ist der Auffassung, dass ein separater Unterausschuss hier nicht erforderlich ist, da sowohl mit 11 als auch mit 15 Stadträten eine umfassende und tiefgreifende Befassung mit dem Thema stattfinden kann und als Ergebnis der Beratungen ein fundiertes und zukunftsfähiges Konzept zu erwarten ist. Daher sollen im Rahmen des Sitzungskalenders Schwerpunktsitzungen des STA stattfinden, die sofern erforderlich durch Sondersitzungen ergänzt werden. Die erste Schwerpunktsitzung soll im Herbst diesen Jahres stattfinden. Die Sitzungen werden öffentlich abgehalten.

Konzeption

Im Rahmen der Neukonzeption der Werberechte sollen für die Zukunft die Grundsätze für Werbung im öffentlichen Straßenraum festgelegt werden, insbesondere in Bezug auf die verschiedensten Arten von Werbeanlagen, deren jeweilige Anzahl, Vorgaben für Standorte sowie technische und gestalterische Vorgaben. Hierbei können und sollen sämtliche Belange, wie beispielsweise Städtebau, Stadtgestaltung, Straßenverkehr, Energieeffizienz, Einnahmenerzielung oder Vermarktungsfragen geprüft und bewertet werden.

Digitalisierung / Pilotversuch

Im Zuge der Erarbeitung des neuen Konzepts soll das Thema „Digitalisierung der Werbung im öffentlichen Straßenraum“ vorgestellt und diskutiert werden. Denn die Entwicklung der Medienlandschaft führt verstärkt zu der Fragestellung, auf welche Weise digitale Werbeanlagen in den öffentlichen Straßenraum integriert werden können.

Daher soll begleitend zur schwerpunktmäßigen Beratung im STA die Wirkung digitaler Werbe- und Informationsanlagen als Pilotversuch mit insgesamt drei zentrumsnahen Standorten im Stadtgebiet für die Dauer von sechs Monaten untersucht werden. Sie werden von der Ströer Deutsche Medien GmbH als städtischem Vertragspartner für Werbung im öffentlichen Straßenraum errichtet und betrieben.

Geplant sind zwei sog. Cityscreens (Anlagen 1 und 2). Diese sind äußerlich und in der Größe vergleichbar den bereits aufgestellten City-Light-Postern (CLP). Der Bildschirm entspricht bezüglich Leuchtkraft und Auflösung den Vorgaben zur Vermeidung von Lichtimmissionen und verfügt über eine entsprechende intelligente Dimmung. Die jeweilige Anpassung der Helligkeit erfolgt individuell und wird abhängig vom Umfeld und den Anforderungen einjustiert.

Des Weiteren soll ein sog. Digital-Board (Anlage 3), ähnlich den bereits bestehenden Mega-Lights, aufgestellt werden. Es handelt sich um eine einseitige, großflächige Werbeanlage mit bildgebender LED-Technik auf 9 m² Anzeigefläche. Durch eine automatisierte Dimmung wird eine Ablenkung des Straßenverkehrs und eine Störung der Umgebung durch zu helle Wiedergabe verhindert.

Die gezeigten Inhalte setzen sich im Dauerbetrieb zusammen aus ca. einem Drittel redaktioneller Inhalte, wie Wetter, lokale und nationale Nachrichten, städtische Informationen aus dem Rathaus oder Veranstaltungshinweise und ca. zwei Dritteln Werbeinhalte überwiegend lokaler und regionaler Anbieter. Des Weiteren können Warnhinweise von Polizei, Feuerwehr, dem Modularen Warnsystem (MoWa) und dem Warnsystem KATWARN aufgespielt werden, die die anderen Inhalte bei Bedarf, z.B. im Notfall, ersetzen. Während der sechsmonatigen Pilotphase kann die Gewichtung der einzelnen Inhalte abweichen. Die Standzeit pro Motiv beträgt 10 Sekunden. Es werden keine Bewegtbilder in Form von Filmsequenzen abgespielt, wenngleich dies technisch möglich wäre.

Versuchsstandorte

Die digitalen Anlagen sollen an zwei bereits bestehenden Standorten eines City-Light-Posters (CLP) sowie an einem weiteren Standort eines Mega-Lights aufgestellt werden, die derzeit von der Firma Ströer vermarktet werden (siehe Lageplan in Anlage 4):

- Cityscreen Arnulf-Klett-Platz 3
- Cityscreen Rotebühlplatz 8
- Digitalboard Heilbronner Straße 125/127

Die Standorte wurden mit den beteiligten Ämtern abgestimmt. Die bestehenden Anlagen werden für die Zeit des Pilotversuchs abgebaut.

Der sechsmonatige Versuch soll von September 2020 bis Februar 2021 stattfinden, um insbesondere auch die Auswirkungen der Beleuchtung in der dunklen Jahreszeit beurteilen zu können

Eine Einbindung des Gemeinderats (Vollversammlung) wird nach Abschluss des Pilotversuchs zur Evaluation voraussichtlich Ende 2021 sowie im Rahmen der Neukonzeption der Werberechte erfolgen.

Mitzeichnung der beteiligten Stellen:

Referat SWU
Referat SOS
Referat AKR

Vorliegende Anfragen/Anträge:

-

Erledigte Anfragen/Anträge:

-

Dirk Thürnau
Bürgermeister

Anlagen

Anlage 1: Cityscreen Arnulf-Klett-Platz 3
Anlage 2: Cityscreen Rotebühlplatz 8
Anlage 3: City-Board Heilbronner Straße 125/127
Anlage 4: Lageplan

