

Stuttgart, 21.05.2021

Neukonzeption der Werbung im öffentlichen Straßenraum

Beschlussvorlage

Vorlage an	zur	Sitzungsart	Sitzungstermin
Ausschuss für Stadtentwicklung und Technik	Beschlussfassung	öffentlich	15.06.2021

Beschlussantrag

1. Im Rahmen der Neukonzeption ist für die Ausschreibung die Art der Werbeträger festzulegen. Der Gemeinderat beschließt die Aufstellung folgender Werbeträger im öffentlichen Straßenraum ab 01. Januar 2023:
 - 1.1 hinterleuchtete Plakatvitrienen:
50 in der Innenstadt,
100 im übrigen Stadtgebiet,
davon bis zu 40 % digitalisiert
 - 1.2 hinterleuchtete Plakatsäulen:
25 in der Innenstadt,
50 im übrigen Stadtgebiet,
davon bis zu 40 % digitalisiert
 - 1.3 freistehende, hinterleuchtete Großwerbeanlagen (Megalights):
10 an Einfallstraßen oder Hauptstraßen außerhalb des Talkessels,
alle digitalisiert
 - 1.4 Litfaßsäulen:
bis zu 600 im gesamten Stadtgebiet

- 1.5 Plakatwerbeträger für unbeleuchtete Großflächen:
max. 25 außerhalb des Talkessels
- 1.6 Gastspiel- und Veranstaltungswerbung an Fußgängerabschränkungen:
an bis zu 140 Standorten
- mit bis zu 450 Werbeträgern im Stadtgebiet, die durch den Vertragspartner vermarktet werden.
 - mit bis zu 140 Werbeträgern für die Stadt sowie Stuttgarter Kulturveranstalter.
 - mit bis zu 140 Werbeträgern für die „in.stuttgart GmbH“ und die „Landesmesse Stuttgart GmbH“.
 - darüber hinaus können bis zu 500 Werbeträger als Sandwichrahmen in Richtung des Gehwegs angebracht und genutzt werden.
- 1.7 Schaltkastenwerbung:
900 für Kulturwerbung
200 für Einzelhandel im Stadtgebiet
- 1.8 Veranstaltungswerbung für Konzertveranstalter:
10 Standorte mit 60 Tafeln im Stadtgebiet
- 1.9 Die Anlagen 1.1 bis 1.5 werden zu 2/3 mit kommerzieller Werbung und bis zu 1/3 mit städtischen Inhalten bespielt. Wie sich der städtische Anteil gestaltet (Kontingente, Zuständigkeit bei der Zuteilung der Werbeflächen/analog bzw. Werbezeiten/digital) ist noch zu konkretisieren.
2. Der Erweiterung der Gastspiel- und Veranstaltungswerbung an Fußgängerabschränkungen um bis zu 500 Werbeträger in Richtung Gehweg (Sandwichrahmen) während einer Pilotphase vom 1. Oktober 2021 bis 31. Dezember 2022 wird zugestimmt. Die bisher vertraglich festgesetzte Nutzungsgebühr wird hierbei nicht erhöht.

Begründung

Im Rahmen der Neukonzeption Werbung wurden von der Verwaltung in Abstimmung mit dem Gemeinderat verschiedene Vorgaben für die Neuausschreibung der Werbung im öffentlichen Straßenraum erarbeitet. Die Vergabe der Werbeflächen erfolgt für die nächsten 10 Jahre (mit Ausnahme der Anlagen bei 1.6, s.u.) und prägt damit das Stadtbild für diesen Zeitraum. Es sollen moderne Werbeträger eingesetzt werden und gleichzeitig klassische Werbeträger erhalten bleiben.

Im Juli 2021 soll die Ausschreibung der Werberechte durch den Gemeinderat beschlossen werden.

Die bisherigen Verträge enden entweder zum 31. Dezember 2021 und können um ein Jahr verlängert werden oder sie enden zum 31. Dezember 2022 bzw. können zu diesem Zeitpunkt gekündigt werden.

Im Rahmen eines Pilotversuchs wurden drei digitale Anlagen (Cityscreen Arnulf-Klett-Platz 3 und Rotebühlplatz 8, Digitalboard Heilbronner Straße 125/127) im Stadtgebiet aufgebaut. Diese Anlagen und die Standorte haben sich (nach Angabe von Ströer Media) bisher bewährt und sollen bis zum Ende der Vertragslaufzeit zum 31. Dezember 2022 bestehen bleiben.

Die Verlängerungen der Verträge mit einer Laufzeit bis 31. Dezember 2021, um ein weiteres Jahr, werden derzeit mit den bisherigen Vertragspartnern verhandelt. Die Verlängerungen werden ebenfalls im Gemeinderat beschlossen.

Die Art der Werbeträger wird an den jeweiligen Standort im Stadtgebiet angepasst und soll für das Stadtbild verträglich sein. Ebenso sind Artenschutzkriterien bei der Beleuchtung und Inanspruchnahme von Habitaten geschützter Arten zu beachten.

Dabei sind folgende Punkte zu berücksichtigen:

- Größe des Werbeträgers
- interaktive Werbung im Stadtraum
- Licht und Bewegung (bei analogen wie auch digitalen Medien)
- standortangepasstes Design

Die Zulässigkeit der konkreten Standorte der Werbeanlagen bedarf der baurechtlichen und der sanierungsrechtlichen Überprüfung (in Sanierungsgebieten). Insbesondere sind digitale Werbeanlagen nicht zulässig, wenn durch eine örtliche Bauvorschrift oder durch eine Sanierungssatzung Werbeanlagen mit wechselndem oder bewegtem Licht ausgeschlossen sind.

Die Festlegung der Standorte der Werbeträger erfolgt in enger Abstimmung mit der Straßenverkehrsbehörde zur Gewährleistung der Verkehrssicherheit. Aspekte der Überprüfung geeigneter Standorte sind unter anderem die Sichtbeziehungen auf Fußgänger, Radfahrer und den Kfz-Verkehr, die Problematik der Blendung oder der Ablenkung der Fahrzeuglenker durch LED-Werbeanlagen oder interaktive Werbung im Straßenraum sowie eventuelle Konflikte mit der Verkehrsleittechnik und den Variotafeln.

In der Anlage 1 werden die derzeitigen Werbeträger, die jeweilige Anzahl und die Örtlichkeiten dargestellt. Daneben ist der Vorschlag, welche Werbeträger ab 1. Januar 2023 aufgestellt werden dürfen (die Anzahl, die Örtlichkeiten sowie der Digitalisierungsumfang aufgeführt). Mithilfe eines externen Beraters soll dieser Vorschlag noch genauer definiert werden.

Bereits zum 1. Oktober 2021 wird die Gastspiel- und Veranstaltungswerbung an Fußgängerabschrankungen um bis zu 500 Werbeträger in Richtung Gehweg (Sandwichrahmen) während einer Pilotphase bis zur Neuvergabe zum 31. Dezember 2022 erweitert. Die bisher vertraglich festgesetzte Nutzungsgebühr wird dadurch nicht angepasst. Die Verwaltung prüft derzeit, ob eine baurechtliche Genehmigung auch für die Rückseiten erforderlich ist.

Wie bereits oben beschrieben erfolgt bei den Werbeanlagen eine Prüfung der bisherigen Standorte nach Stadtbildverträglichkeit und möglicher Gefährdung für den Straßenverkehr. Erst nach der Prüfung kann bei den GWA und den Litfaßsäulen die endgültige Anzahl der Standorte festgelegt werden. Die Nutzung der GWA wird nach 3-4 Jahren im Hinblick auf mögliche Kompensationen auf andere Werbeträger evaluiert.

Im Gegensatz zur geplanten Ausschreibung für 10 Jahre, ist bei den GWA eine verkürzte Vertragslaufzeit von 5 Jahren vorgesehen.

Damit nicht noch mehr Werbeflächen auf privatem Grund aufgestellt werden, ist eine Werbeanlagensatzung, zunächst nur für den Bereich der Innenstadt, geplant. Man möchte hier eine insgesamt stadtverträgliche Entwicklung ermöglichen. Für den Bereich Alt-Cannstatt wird derzeit eine Werbeanlagensatzung erarbeitet.

Elektronische Werbeträger können Teil der zu entwickelnden Smart City Strategie sein, siehe GR Drs. 234/2021. Sie sind mit höchster Effizienz nach Stand der Technik unter Einsatz von LED-Technik und Sensorik umzusetzen. Ihr Energieverbrauch ist so weit wie möglich mit solarer Stromerzeugung zu decken, der Restverbrauch mit Ökostrom. Wenn möglich ist eine Begrünung vorzusehen.

Eine Installation von Kameras an den Werbeträgern wird ausgeschlossen. WLAN soll vorgesehen werden. Sonstige elektrische Zusatzleistungen sind genehmigungspflichtig. Dies wird mit den künftigen Vertragspartnern so vertraglich vereinbart.

Mit Vertragsende werden die bestehenden Mega-Light-Anlagen innerhalb des Talkessels abgebaut. Ebenso wird das 81m² große „Super-Board“ des Hochbunkers am Pragsattel mit Vertragsende zum 31. Dezember 2023 abgebaut, da dieses als städtebaulich negativer Präzedenzfall gilt.

Werbeanteile

In den derzeit bestehenden Verträgen wurden der Stadt teilweise Anteile für kulturelle Werbung, Stadtinformationen, Kampagnen und Stadtpläne kostenlos der Stadt zur Verfügung gestellt. Je nach Werbeträger gibt es keinen bzw. bis zu 1/3 städtische Anteile.

Es sollen künftig bis zu 1/3 Anteile an kultureller Werbung, Lokalwerbung sowie Stadtmarketing, Stadtinformationen der Ämter und Eigenbetriebe sowie Kampagnen, Nachrichten und Warnmeldungen erscheinen. Es wurde auch darüber nachgedacht, Besucher über digitale Anlagen an Einfallstraßen „Willkommen“ zu heißen. Außerdem sollen die Bedürfnisse des Einzelhandels und der Vereine mitberücksichtigt werden. Hierzu wird derzeit ein Konzept erarbeitet.

Finanzielle Auswirkungen

Diese können erst nach Vorliegen der Ausschreibungsergebnisse ermittelt werden. Die Verwaltung geht derzeit davon aus, dass sich keine nennenswerten Ertragsänderungen ergeben werden.

Mitzeichnung der beteiligten Stellen:

SWU, SOS, WFB, L/OB-K, OB-ICG

Vorliegende Anfragen/Anträge:

Antrag der Freie Wähler-Gemeinderatsfraktion Nr. 160/2021 vom 23. April 2021:
Werbeträger für die Gastspiel- und Veranstaltungswerbung an
Fußgängerabschränkungen

Erledigte Anfragen/Anträge:

-

Dirk Thürnau
Bürgermeister

Anlagen
Anlage 1 zu GR Drs. 91/2021

Werbeträger	Derzeitige Anzahl	Vorschlag künftige Anzahl	Digitalisierung
Hinterleuchtete Plakatvitri- nen	74 Innenstadt 126 Stadtgebiet (insgesamt 200)	50 Innenstadt 100 Stadtgebiet (insgesamt 150)	bis zu 40%
Hinterleuchtete Plakatsäule	40 Innenstadt 60 Stadtgebiet (insgesamt 100)	25 Innenstadt 50 Stadtgebiet (insgesamt 75)	bis zu 40%
freistehende, hinterleuchtete Großwerbeanlagen (Megalights)	9 an Einfallstraßen oder Hauptstraßen	10 an Einfallstraßen oder Hauptstraßen außerhalb des Talkessels	100%
Gastspiel- und Veranstaltungswerbung an Fußgängerabschrankungen	162 Standorte mit insgesamt 850 Werbeträgern im Stadtgebiet	Bis zu 140 Standorte mit bis zu 730 Werbeträgern im Stadtgebiet, zusätzlich bis zu 500 Werbeträger als Sandwichrahmen	-
Schaltkastenwerbung	900 für Kulturwerbung 200 für Einzelhandel im Stadtgebiet	900 für Kulturwerbung 200 für Einzelhandel im Stadtgebiet	-
Litfaßsäulen	620 im Stadtgebiet	Bis zu 600 im Stadtgebiet	-
Plakatwerbeträger für unbeleuchtete Großflächen	50 im Stadtgebiet	max. 25 außerhalb des Talkessels	-
Veranstaltungswerbung für Konzertveranstalter	8 Standorte mit 38 Tafeln im Stadtgebiet	10 Standorte mit 60 Tafeln im Stadtgebiet	-
Werbung auf Großuhren	26 im Stadtgebiet	26 im Stadtgebiet	-