

Stadt Heidelberg

Drucksache:
0088/2017/IV

Datum:
02.05.2017

Federführung:
Dezernat IV, Bürgeramt

Beteiligung:

Betreff:

Werbeanlagenvertrag der Stadt Heidelberg

Informationsvorlage

Beschlusslauf

Die Beratungsergebnisse der einzelnen Gremien beginnen ab der Seite 2.2 ff.
Letzte Aktualisierung: 01. Juni 2017

Beratungsfolge:

Gremium:	Sitzungstermin:	Behandlung:	Kenntnis genommen:	Handzeichen:
Bezirksbeirat Südstadt	30.05.2017	Ö	() ja () nein () ohne	

Zusammenfassung der Information:

Der Bezirksbeirat Südstadt nimmt die Information zur Kenntnis.

Zusammenfassung der Begründung:

Der Werbeanlagenvertrag mit der Firma DSM Deutsche Städte Medien GmbH wurde aufgrund einer europaweiten Ausschreibung im Dezember 2011 abgeschlossen. Aufgrund der Bedeutung für die Gesamtstadt liegt die Zuständigkeit für den Abschluss beim Gemeinderat. Die Umsetzung des Vertrages ist Geschäft der laufenden Verwaltung.

Sitzung des Bezirksbeirates Südstadt vom 30.05.2017

Ergebnis der öffentlichen Sitzung des Bezirksbeirates Südstadt vom 30.05.2017

6.1 Werbeanlagenvertrag der Stadt Heidelberg Informationsvorlage 0088/2017/IV

Zu diesem Tagesordnungspunkt ist Herr Köster, Leiter des Bürgeramtes, anwesend. Er verweist zunächst auf die von der Verwaltung ausgearbeitete Informationsvorlage und steht für Fragen zur Verfügung.

Als erstes werden Begrifflichkeiten (City-Light-Boards, City-Light-Poster, et cetera) geklärt. Danach informiert Herr Köster, wie viele Werbeflächen welcher Art im Heidelberger Stadtgebiet aufgestellt werden sollen beziehungsweise bereits installiert sind. Obwohl schon zu Beginn der Vertragslaufzeit Standorte festgelegt worden seien, hätte sich die Umsetzung (aufgrund von Leitungen im Boden oder nicht vorhandenem Stromanschluss) nicht an jeder geplanten Stelle realisieren lassen. Daher sei man nun auf der Suche nach Ersatzstandorten; besonders für zwei weitere großflächige City-Light-Boards gestalte sich die Suche schwierig.

Die Mitglieder des Bezirksbeirates sprechen sich eindeutig gegen die Aufstellung einer weiteren Werbefläche dieser Größenordnung im Stadtteil Südstadt aus. Dies gelte auch – und besonders – für die Konversionsflächen, die künftig der Südstadt zugeschlagen würden.

Schon die vor kurzem aufgestellte Werbeanlage an der Römerstraße (in der Nähe der Einmündung Feuerbachstraße) werde als extrem störend empfunden. Sie rage zu weit in den Radweg hinein und man befürchte, dass bei möglichen Kollisionen an dieser Stelle Fußgänger oder Radfahrer zu Schaden kommen könnten, wenn sie an den dortigen Pfosten stoßen. Zudem verschandle die Werbetafel diesen Abschnitt der Römerstraße. Ziel sei es aber doch ursprünglich gewesen, diese aufzuwerten.

Vorgeschlagen wird, Standorte für Werbeanlagen in Gewerbegebieten zu suchen. In Rohrbach-Süd (Richtung Leimen) würde eine solche Tafel sicher als weniger störend empfunden.

Frau Magin sagt zu, diesen Vorschlag mitzunehmen.

Ein weiterer Vorschlag aus dem Gremium lautet, der Firma Deutsche Städte Medien GmbH das Angebot zu machen, statt der zwei großen noch fehlenden Werbeanlagen vier kleinere – die wahrscheinlich auf mehr Akzeptanz in der Bevölkerung stoßen würden – aufzustellen.

Herr Köster teilt mit, dass man weiter das Gespräch mit der Firma suche und Details zur Vertragserfüllung verhandle. Zu berücksichtigen sei bei diesen Verhandlungen ebenfalls das Thema Digitalisierung. Einige Anlagen müssten modernisiert werden, andere könnten eventuell zurückgebaut werden.

Grundsätzlich könne an der Gemeinderatsentscheidung aus dem Jahr 2011, für 15 Jahre der Ströer-Gruppe zu erlauben, in Heidelberg Werbeanlagen zu errichten, zu unterhalten und zu bewirtschaften und hierfür im Gegenzug öffentliche Toilettenanlagen zu betreiben, nichts geändert werden, betonen Herr Köster und auch die stellvertretende Vorsitzende Magin abschließend nochmals. Mit Aufstellen der Werbeflächen im Stadtgebiet werde lediglich die damalige Entscheidung umgesetzt.

gezeichnet

Angelika Magin

Stellvertretende Vorsitzende

Ergebnis: Kenntnis genommen mit Arbeitsauftrag an die Verwaltung

Begründung:

1. Konzept

Der Gemeinderat hat am 27.07.2011 das Werbekonzept für die Wirtschafts- und Informationswerbung im öffentlichen Straßenraum und auf dieser Grundlage die Ausschreibung des Werbeanlagenvertrages beschlossen. (Drucksache 0223/3011/BN).

Bei der Entwicklung des Konzepts mit festgelegten Standorten galt das hauptsächliche Augenmerk der Stadtbildpflege. Außerdem sollte der Straßenraum als Werbeträger einen angemessenen Ertrag für den städtischen Haushalt abwerfen.

Auf dieser Grundlage erfolgte eine europaweite Ausschreibung.

2. Werbeanlagenvertrag

Innerhalb der Frist hat allein die Firma Deutsche Städte Medien GmbH ein Angebot abgegeben. Diese Firma ist ein Unternehmen der Ströer Gruppe, deren Geschäftsanteile zu 100 % der Ströer Media Deutschland GmbH gehören. Die Ströer Gruppe verfügt in Deutschland über rund 230.000 Werbeflächen (Stand 2011) und ist einer der größten internationalen Anbieter von Out of Home Medien und Stadtmöbelierung.

Der Gemeinderat hat am 10.11.2011 beschlossen, den Zuschlag für den Werbeanlagenvertrag an die Firma Deutsche Städte Medien GmbH (Ströer-Gruppe) zu geben (Drucksache 0314/2011/BV).

Auf Grund dieses Beschlusses hat die Stadt Heidelberg, vertreten durch Herrn Oberbürgermeister Professor Doktor Würzner, mit der genannten Firma einen Werbeanlagenvertrag abgeschlossen, der seit dem 01.01.2012 in Kraft ist.

Der Werbeanlagenvertrag beinhaltet das Recht, während der Laufzeit von fünfzehn Jahren Werbeanlagen zu errichten, zu unterhalten und zu bewirtschaften. Für die Einräumung dieser Rechte erbringt das Unternehmen als Ertrag für die Stadt Heidelberg verschiedene Gegenleistungen, unter anderem die Errichtung und den Betrieb von öffentlichen Toilettenanlagen, Lieferung von Plakatträgern für DIN A1 Plakate, den Betrieb von Kultursäulen und die Zahlung einer Konzessionsabgabe.

Als rechtlich bindende Anlagen sind die Anzahl und die Standorte für Litfaßsäulen, Großflächen, City Light-Poster, City Light-Boards, Kultursäulen und öffentliche Toilettenanlagen Bestandteil dieses Vertrages.

Bis heute sind noch nicht alle Standorte realisiert, dies rührt zum einen daher, dass für einige der beschlossenen Standorte keine Baugenehmigung erteilt werden konnte und zum anderen, da Werbeanlagen aufgrund von Baumaßnahmen entfernt wurden.

Daher kommt es immer noch zur Errichtung von Werbeanlagen. In Bereich der Südstadt sind derzeit keine Werbeanlagen aufgrund des Vertrages geplant.

3. Andere Werbeanlagen

Nicht zum Gegenstand der Werbeanlagen gemäß Werbeanlagenvertrag gehören

- die Veranstaltungsplakatierung mit Kleinplakaten;
- das vorübergehende, von der Stadt genehmigte Aufstellen von Großplakattafeln für Veranstaltungen (zum Beispiel für Kultur-Festivals),
- die Wahlwerbung; hierzu gibt es die „Wahlplakatierungsrichtlinien“ des Gemeinderats vom 21. Dezember 2010,
- die Werbung im Bereich der HSB (zum Beispiel an Wartestellen für Straßenbahnen und Busse); hierzu hat die HSB einen gesonderten Vertrag geschlossen,
- die Sammelhinweisanlagen in den Gewerbegebieten.

4. Ausblick

Zur Erfüllung des Vertrages mit der Ströer-Gruppe werden im gesamten Stadtgebiet weitere Werbeanlagen in der Zukunft errichtet werden müssen.

Es ist nicht auszuschließen, dass hiervon auch die Konversionsflächen betroffen sein werden.

Solange die Neuerrichtungen im Rahmen des bereits bestehenden Werbeanlagenvertrages der Stadt errichtet werden, ist keine nochmalige Beschlussfassung der städtischen Gremien erforderlich.

Für eine Bürgerbeteiligung ist innerhalb der Vertragserfüllung kein Raum gegeben.

Wie jedoch bereits dem Stadtteilverein Südstadt dargelegt wurde, erfolgt die Errichtung von Werbeanlagen in enger Zusammenarbeit aller beteiligter städtischen Ämtern.

Die Stadtplaner achten bei solchen Entscheidungen insbesondere darauf, dass das derzeit geltende städtebauliche Erscheinungsbild nicht gestört wird. Für jede Werbeanlage muss die Firma Ströer einen Bauantrag stellen. Im Rahmen dieses Verfahrens werden alle weiteren Belange berücksichtigt, zum Beispiel Fragen der Verkehrssicherheit. Ausschlaggebend ist die objektive Geeignetheit eines Standortes im Hinblick auf sämtliche Möglichkeiten in allen Heidelberger Stadtteilen.

Außerhalb des Werbeanlagenvertrages wird derzeit der Gemeinderatsbeschluss zur Stadtteilplakatierung umgesetzt. Jeder Stadtteil soll ein örtliches Plakatnetz mit 15 Plakatstandorten erhalten. Damit die Standorte dem Bedürfnis des Stadtteils und seiner Vereine entsprechen werden die Standorte in Abstimmung mit den Stadtteilvereinen festgelegt.

Prüfung der Nachhaltigkeit der Maßnahme in Bezug auf die Ziele des Stadtentwicklungsplanes / der Lokalen Agenda Heidelberg

1. Betroffene Ziele des Stadtentwicklungsplanes

Nummer/n: (Codierung)	+ / - berührt:	Ziel/e:
QU 1		Ziel/e: Solide Haushaltswirtschaft Begründung: Durch die Vergabe einer Werberechtskonzession für den öffentlichen Straßenbereich wird durch die Nutzung des Straßenraums als Werbeträger ein angemessener Ertrag für den städtischen Haushalt erzielt.
SL 1		Ziel/e: Einzigartigkeit von Stadt und Landschaftsraum sowie das historische Erbe der Stadt bewahren Begründung: Durch die Vergabe einer Werbekonzession soll erreicht werden, dass trotz der Werbeanlagen ein ästhetisches Ortsbild gewahrt bleibt und dass die Werbeanlage zahlenmäßig auf ein verträgliches Maß begrenzt werden.

2. Kritische Abwägung / Erläuterungen zu Zielkonflikten:

Keine.

gezeichnet
Wolfgang Erichson