

Heidelberg, 26.01.16

Sehr geehrte Damen und Herren des Gemeinderates,

Nach vielen Jahren der Diskussion wurde zum 1. Juli 2015 die neue Plakatierungsordnung umgesetzt mit dem Ziel, eine "Verschönerung des Stadtbildes" zu erreichen.

Durch die Reduktion um rund 1.000 genehmigten Plakatstellen und das Ersetzen der „Presspappen-Aufsteller“ durch höherwertige Rahmen, ist die Plakatierung nun im Stadtbild sicherlich geordneter und die „Wildplakatierung“ deutlich reduzierter.

Leider aber ist dadurch die Präsenz der Kulturwerbung erheblich reduziert worden.

Der Praxistest der letzten Monate mit der neuen Plakatierungsordnung hatte für die Heidelberger Kultureinrichtungen somit deutliche Auswirkungen:

- die Wahrnehmung von Institutionen und Veranstaltungen wurde stark minimiert. Als Folge ist ein deutlicher Rückgang der Zuschauerzahlen zu verzeichnen.
- die Kosten für die Plakatierung haben sich durch den deutlich erhöhten Aufwand zudem erhöht

Diese Entwicklung schadet allen Veranstaltern und bringt einzelne Einrichtungen sogar in Existenznöte. Sie ist aus unserer Sicht auf zwei zentrale Aspekte zurückzuführen:

- Reduktion um 1.000 Flächen in der Stadt (also um ein Drittel)
- Dezentralisierung der Plakatierung in die Stadtteile und hiermit eine umso deutlichere Reduktion der Wahrnehmung in der Innenstadt

Innerhalb der Mitglieder von "Kultur in der Stadt" (KIDS) gibt es zu den Details der Umsetzung unterschiedliche Auffassungen. Die Aufteilung in feste Kontingentinhaber und Veranstalter, die sich für jede Veranstaltung um ein Netz bewerben müssen, wurde detailliert entwickelt und folgt einer theoretischen Logik, wird aber überwiegend nicht als gerecht und sinnvoll erachtet. Auch in der verwaltungstechnischen Umsetzung gibt es deutlichen Verbesserungsbedarf.

Einigkeit besteht aber unter allen Einrichtungen, dass die Flächen viel zu stark reduziert und viel zu stark dezentralisiert wurden. Auch die Auswahl der bestehenden Plakatstellen ist für die Bewerbung teilweise mangelhaft.

Für eine stadtbildverträgliche Plakatierung in Heidelberg, die nicht den Kultureinrichtungen schadet, halten wir deshalb folgende Punkte für notwendig und unabdingbar:

- Erhöhung um mindestens 1.000 weitere Plakatstellen (Wiederherstellung). Das Stadtbild würde dennoch durch die Reduktion der "wildten Plakatierungen" sowie durch die Beibehaltung der neuen Rahmen deutlich "entlastet"
- Rückverlagerung der Schwerpunkte ins Stadtzentrum (z.B. um den Bismarckplatz)
- bei der Standortauswahl sollen Kultureinrichtungen einbezogen werden, um nicht-sichtbare Flächen zu vermeiden und die sog. Stadtbildverträglichkeit nicht überzugewichten

Langfristig wirksame Ideen um alternative Wahrnehmungen für Bewerbung von Seiten der Stadt zu ermöglichen, könnten parallel umgesetzt werden, wie z.B. eine Doppelseite im Stadtblatt mit einem wöchentlichen Kulturkalender. Solche Maßnahmen wirken aber nicht kurzfristig gegen die negativen Auswirkungen der neuen Plakatierungssatzung.

Kurzfristige Maßnahmen:

- das aktuelle System ist leider unflexibel und suboptimal eingestellt, was immer noch zu vielen weißen Flächen auf Kultursäulen und freibleibenden Netzen auf den Plakatständern führt. Hier muss flexibler und schneller reagiert werden, einzelne Einrichtungen, die kurzfristig Mehrbedarf haben, sollen zum Zuge kommen, bevor Flächen ungenutzt bleiben
- die freiwerdenden Kontingente des Schwimmbad Music Club sollten zu den frei verfügbaren Netzen hinzugefügt werden, so dass kurzfristig mehr Veranstaltungen beworben werden können oder bei Bedarf und Verfügbarkeit auch zusätzliche Netze geschaltet werden können

Wir Kulturschaffenden bitten die Vertreter der Stadt sowie die Gemeinderätinnen und Gemeinderäte unmittelbar zu handeln, da wir bereits nach fast 5 Monaten gravierende Einschnitte und existenzbedrohende Szenarien vorfinden. Ein Nicht-Handeln hätte für alle Heidelberger schwerwiegende Auswirkungen.

Die Mitglieder von „Kultur in der Stadt“ (KIDS)