

Entscheidungsvorlage

Werbung kann das Stadtbild erheblich stören, aus gutem Grund geht Nürnberg daher insbesondere im Herzen der Stadt restriktiv mit Werbung im öffentlichen Raum um. Ergebnis ist eine der attraktivsten Städte in Deutschland mit höchstem kommerziellen Nutzen – was auch der Steuerung von Werbung im öffentlichen Raum geschuldet ist.

Das Ideal der werbefreien Stadt ist dabei nicht anzustreben, Händler und Gewerbetreibende müssen auf sich aufmerksam machen können. Kritischer ist die Betrachtung jedoch bei der Allgemeinwerbung, also der Werbung für Produkte oder Verhaltensweisen, die in der Regel im öffentlichen Raum platziert wird. Sie unterliegt besonderer Betrachtung, weil sich Menschen ihr nicht entziehen können.

Nürnberg nähert sich der Thematik von mehreren Seiten:

1. Werbung am Ort der Leistung, also Werbung von Firmen für sich selbst.

Diese ist in der Regel baugenehmigungspflichtig und wird seit Jahren insbesondere durch die Werbeanlagensatzung (WaS) und – soweit denkmalschutzrechtlich relevant – das Denkmalschutzgesetz (DSchG) erfolgreich reguliert. Im Kern macht die WaS die Bedingungen für alle Bauwerber gleich und nivelliert so die Tendenz der Werbetreibenden sich gegenseitig zu Überbieten von nach unten. Aus Sicht der Verwaltung hat die WaS sich bewährt und bedarf aktuell keiner Veränderung

2. Fremdwerbung

Fremdwerbung kann auf genehmigungspflichtigen baulichen Anlagen (Werbetafeln, City Light Boards usw.) betrieben werden, sie kann aber auch auf vielfältige andere Weise in die Öffentlichkeit treten. Beworben werden dabei dann nicht die Leistungen einer Firma am Ort, sondern in der Regel Produkte aller Art. Für bauliche Anlagen reguliert wiederum hauptsächlich die Werbeanlagensatzung (WaS) Art und Weise der Errichtung und Gestaltung. Bei sonstigen, meist kürzer andauernden oder baurechtlich nicht zu fassenden Anlagen greift die Sondernutzungssatzung der Stadt Nürnberg (SNS). Während die baurechtlich zu fassenden Anlagen in der WaS hinreichend geregelt sind, arbeitet die Verwaltung aktuell an einer Anpassung der SNS. Diese Anpassung wird gesondert thematisiert.

3. Stadtreklame

Einen Sonderfall stellt die Werbung auf Anlagen der Firma Stadtreklame Nürnberg GmbH dar. Die Firma Stadtreklame ist eine von der Stadt Nürnberg komplett unabhängiges Unternehmen, das jedoch vertraglich das Sondernutzungsrecht für Werbeanlagen der Fremdwerbung auf öffentlichen Flächen gegen Bezahlung übertragen bekommen hat. Die Firma Stadtreklame betreibt dabei ortsfeste Fremdwerbeanlagen in Konkurrenz zu anderen Firmen, die solche Anlagen auf privatem Grund errichten.

Zum Erreichen der Gesamtaufgabe, den öffentlichen Raum nicht zu sehr mit Werbung zu überfrachten, ist die Selbstbeschränkung städtischer Dienststellen ein wesentlicher Baustein. Ein weiterer Baustein ist die angedachte Überarbeitung der SNS, ein dritter Baustein ist die Anpassung der Werbekonzepte der im Markt tätigen Unternehmen wie der Firma Stadtreklame. Speziell die Firma Stadtreklame baut aktuell 160 Standorte im Stadtgebiet ab, parallel dazu ist begehrt, einzelne attraktive Standorte zu digitalisieren.

Veränderungen an City-Light-Postern (CLP) in der Altstadt

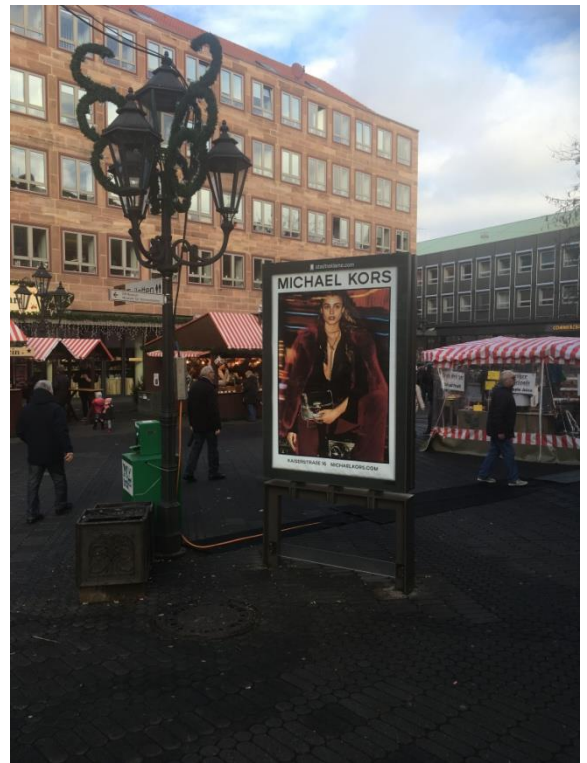
Die Firma Stadtreklame versucht hier die Zahl der Standorte zu reduzieren und die verbleibenden Standorte aufzuwerten. „Aufwertung“ meint dabei einerseits gestalterische Verbesserungen, aber auch technische Anpassungen und ggf. Änderungen der exakten Ausrichtung der jeweiligen Anlagen. Konkret begehrt die Firma Stadtreklame nun die Umwandlung bestehender analoger City-Light-Poster (CLP) in digitale CLPs, also solche, die mit LED Technik ausgerüstet und digital gesteuert werden. In einem ersten Schritt sollen einerseits geeignete Standorte nachgerüstet werden, andererseits aber auch störende Standorte entfallen.

Aus Sicht der Verwaltung wäre es richtig, testweise die vorhandenen Standorte Karolinenstr. 6 und „Narrenschiff“ mit den neuen CLPs auszustatten und damit Erfahrungen mit der volldigitalen Technik zu sammeln. Die Verwaltung würde dabei sicherstellen, dass die neuen Anlagen hinsichtlich ihrer Helligkeit und des Weißwerts die bestehenden hinterleuchteten Anlagen nicht überstrahlen. Damit soll sichergestellt werden, dass die neueren Anlagen nicht zu sehr in das Stadtbild wirken und mit dem Lichtkonzept der Nürnberger Altstadt vereinbar sind. Die geringfügig größere Bauhöhe wird hingenommen

Zur technischen Änderung vorgeschlagene Standorte (Ist-Zustand):



Karolinenstraße/ Kaufhaus „Karstadt“



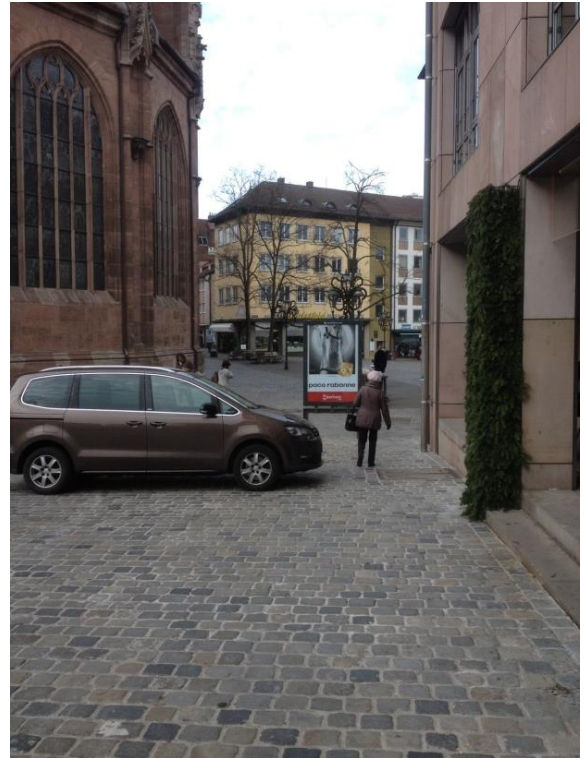
Spitalgasse/ Narrenschiff

Im Gegenzug sollen die städtebaulich störenden Standorte am nördlichen Rathausplatz und am Lorenzer Platz am Chor der Lorenzkirche entfallen.

Entfallende Standorte:



Nördlicher Rathausplatz



Lorenzer Platz/ Chor der Lorenzkirche

Mit den vorgeschlagenen Änderungen sollen die technischen Möglichkeiten der LED-CLPs ebenso ausgelotet werden wie stadtgestalterische Verträglichkeit und Akzeptanz in der Bürgerschaft. Die Genehmigungen sollen auf Dauer erteilt werden.

Werbetafeln im Grünsaum des Altstadttrings

Ein besonderes Problem stellen die Gerüstkonstruktionen im Grünsaum des Altstadttrings dar, die einen steten Bezugsfall darstellen. Sie werden mit regelmäßig wechselnden Werbebotschaften aus dem Kulturleben „bespielt“ und dienen Dritten immer wieder als Argument für Ungleichbehandlung im Stadtgebiet. Gleichwohl diese Werbung in der Regel keine „Wirtschaftswerbung“ im engeren Sinn ist, so ist sie doch stadtgestalterisch wirksam und steht in optischer Konkurrenz zu den professionellen und genehmigten Anlagen wirtschaftlich operierender Anbieter, die dafür –wie die Firma Stadtreklame- auch erhebliche Leistungen an die Stadt Nürnberg zahlen.

Grundsätzlich war ursprünglich vereinbart, diese Gerüste zu entfernen, wenn entsprechende Kontingente bei der Firma Stadtreklame bereitgestellt werden. Da dies längst geschah, sind die Gerüste nun umgehend abzubauen.

Bündelung von Werbung im öffentlichen Raum

Im Kern sollte Werbung im öffentlichen Raum nur auf geeigneten Flächen und nur gut strukturiert stattfinden. Das ideale Hilfsmittel ist dabei die Baugenehmigung, die im System der Stadtverwaltung alle Belange abbildet. Dem entgegen laufen Einzelplakatierungen von Sonderveranstaltungen, die in Konkurrenz zu den genehmigten Nutzungen kurzfristig von LA genehmigt werden und nicht Teil gesamtstädtischer gestalterischer Überlegungen sind. Aus

Sicht der Verwaltung sollten derartige Plakatierungen aufgegeben und deren Beseitigung von LA in eigener Zuständigkeit durchgeführt werden. Im Rahmen der von der Firma Stadtreklame über den Stadtreklamevertrag zur Verfügung gestellten Freikontingente für städtische Dienststellen sollte kein Bedarf an weiteren Werbeflächen bestehen. Andere Werbetreibende, wie Zirkusse oder Gastro-Events, sollten besser auf den vorhandenen und allgemein buchbaren Flächen professioneller Werbetreibender wie der Firma Stadtreklame gebündelt werden.

Im Ergebnis sind Werbegenehmigungen als Sondernutzungen zukünftig nicht zu erteilen, die Werbebegehrenden sind auf Freikontingente bzw. die kommerziellen Anbieter zu verweisen. Besonders ist zudem darauf zu achten, dass Einzelveranstaltungen keinen Zugriff auf Werbung im öffentlichen Raum bekommen, da dies sich oft verstetigt.

Ereignisse von herausragender Bedeutung wie Norisringrennen, Rock im Park oder Red Bull District Ride können nach Beschluss der Verwaltungsspitze zeitlich eng umgrenzte Ausnahmen erhalten.

Sonderfälle

Einen Sonderfall stellen die Hinweise auf gewachsene lokale Veranstaltungen wie Kirchweihen dar. Solche Plakatierungen, in der Regel an Brückengeländern, unterfallen wegen der Kürze der Aufstellung nicht der Bauordnung, sie sind aber auch wegen der räumlichen Zwänge nicht geeignet, um die Plakatierung auf die Kontingente der Firma Stadtreklame zu verweisen. Im Falle der Kirchweihen sollte daher keine Veränderung des bisherigen Handelns stattfinden.

Ebenso besonderer Betrachtung bedürfen lokale Plakatierungen im direkten Umfeld von Veranstaltungen, also die Werbebanner am Ort der Veranstaltung selbst. Diese Werbungen sollen nicht tangiert werden und weiter Gegenstand der entsprechenden Sondernutzungsgenehmigung sein, da sie dezidiert nicht aus dem Veranstaltungsort im weiteren Sinne heraus wirken können und sollen. Somit soll das Thema Sponsoring von den oben benannten Regelungen für entsprechenden Ereignisse nicht berührt werden.

Wahlplakate

Politische Werbung wie Wahlplakate oder Hinweise auf politische Veranstaltungen wird von den stadtgestalterischen Überlegungen nicht erfasst, da die grundgesetzlichen Regelungen nicht angetastet werden können und Wahlwerbung in Wahlkämpfen bereits hinreichend reguliert ist.