

zu TOP

Mainz, 27.09.2023

Anfrage 1497/2023/1 zur Sitzung am 11.10.2023

Berücksichtigung von Klimaschutz bei Plakatierungsgenehmigungen (BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN)

Zusammen mit der Zivilgesellschaft möchte die Stadt Mainz bis 2035 klimaneutral werden. Diesem Ziel dient auch die Fortschreibung des Masterplans 100% Klimaschutz aus 2022. Dort wird unter Punkt E.1.1 eine „Informationsoffensive für und mit der Stadtgesellschaft“, bei der auch „Außenwerbung mit Plakaten“ vorgesehen ist, als Maßnahme vorgeschlagen.

Die Stadt kann eine Plakatkampagne zugunsten des Klimaschutzes im Rahmen der Zusammenarbeit mit dem städtischen Vertragspartner für Außenwerbung, DSM-Ströer, fördern. Dies kann beispielsweise die Form eines 50% Rabatts auf die von DSM-Ströer erhobene Gebühr für die Plakatierungserlaubnis nehmen. (Förderung A)

Darüber hinaus hat die Stadt mit dem Unternehmen DSM-Ströer ein Kontingent an Eigenwerbung vereinbart. So galt beispielsweise ein Teil der Werbung für die im Juli 2023 stattfindende „Frühlingsmesse“ am Rheinufer (mitsamt Feuerwerk) als städtische Eigenwerbung. Wenn die Stadt eine Plakatkampagne zugunsten des Klimaschutzes an ihr Eigenwerbungskontingent anrechnen lässt, so entsteht keine Belastung für zivilgesellschaftliche Partnerinitiativen. (Förderung B)

Eine weitere Möglichkeit im Rahmen der städtischen Plakatierungsrichtlinie ist die Erteilung einer stadtweiten Sondernutzungserlaubnis jenseits der Zusammenarbeit mit DSM-Ströer. Dies wird für den Fall von „Veranstaltungen besonderer kultureller, gesellschaftlicher, sportlicher, sozialer oder im sonstigen besonderen eigenen Interesse der Landeshauptstadt Mainz liegender Art“ vorgesehen. Damit können zivilgesellschaftliche Partnerinitiativen in Eigenregie Plakate im öffentlichen Raum anbringen, ohne dass privatwirtschaftliche Unternehmen die Informationsoffensive mit wirtschaftlichen Belastungen erschweren. (Förderung C)

Der Klimaschutzmasterplanbeschluss von 2022 enthält die grundsätzliche Aussage: "Im Rahmen ihrer gestalterischen und rechtlichen kommunalen Möglichkeiten ist die Stadt bestrebt, alles Umsetzbare auf dem Weg zur Klimaneutralität 2035 für Mainz auch umzusetzen."

Wir fragen die Verwaltung:

1. Wie setzt die Verwaltung die Vorgabe des Masterplans bei der Gestattung von Plakatierungen um?
2. Wie entscheidet die Stadt im Fall einer klimaschutzorientierten Plakatkampagne ob Förderung A, Förderung B oder Förderung C zur Anwendung kommt, oder ob die Kampagne keine dieser Förderungen erhält und gar nicht oder nur in einem einzelnen Ortsbezirk laufen darf?
3. Wenn bei Werbung für nicht-kommerzielle, ehrenamtliche Veranstaltungen oder andere Maßnahmen, die Maßnahmen des Klimaschutzmasterplans umsetzen, eine Sondernutzung städtischen Raums im Sinne von Förderung C abgelehnt wird, wie ist das mit dem Klimaschutzmasterplan zu vereinbaren, da nicht „alles Umsetzbare“ zur Anwendung gebracht wird?
4. Wie wird bei der Entscheidung, einer Plakatkampagne Förderung B zukommen zu lassen, die Klimaauswirkungen der beworbenen Veranstaltung berücksichtigt? Warum erhielt die Feuerwerkvorführung der Frühlingsmesse diese Förderung, und eine Veranstaltung zum Probefahren von Lastenfahrrädern diese Förderung nicht? Wie ist diese Prioritätensetzung mit der Grundsatzaussage im Klimaschutzmasterplan zu vereinbaren, dass die Stadt bestrebt ist ihre gestalterischen und rechtlichen Möglichkeiten zugunsten des Klimaschutzes einzusetzen?

Wie will die Stadt erreichen, bei der Ausgestaltung eines künftigen Werbevertrags, dass die Belange des Klimaschutzes maximal berücksichtigt werden? (Bitte bei der Beantwortung auf die Themenbereiche eingehen: Ressourcenverbrauch für die Produktion der Werbeträger, Energieverbrauch der Werbeträger, klimatische Auswirkung der beworbenen Produkte oder Veranstaltungen)

Dr. Brian Huck
(Mitglied des Stadtrats)