

Beschlussvorlage für Ausschüsse



Landeshauptstadt
Mainz

öffentlich		Drucksache Nr. 1296/2020
Amt/Aktenzeichen 80/23 10 91/2	Datum 12.08.2020	TOP

Behandlung in der Verwaltungsbesprechung am			
Beratungsfolge Gremium	Zuständigkeit	Datum	Status
Ortsbeirat Mainz-Altstadt	Kenntnisnahme	09.09.2020	Ö

Betreff: Sachstandsbericht zu Antrag 1018/2010 - SPD; hier: Werbeanlagen der DSM - sitten- und vertragswidrige Werbung im öffentlichen Raum
Mainz, 17. August 2020
gez.
Manuela Matz Beigeordnete

Die Verwaltung nimmt wie folgt Stellung:

Zu 1.

Die Verwaltung nimmt die Ausführung zur Kenntnis.

Zu 2.

Auf Anfrage der Verwaltung wurde seitens Ströer / DSM mitgeteilt, dass die Werbungtreibenden und nicht Ströer / DSM als Vermarkter für die Inhalte der Werbung verantwortlich sind. Dennoch ist es Bestandteil des Selbstverständnisses von Ströer / DSM und ebenfalls in den allgemeinen Geschäftsbedingungen verankert, diskriminierende, gewaltverherrlichende und sexistische Werbung nicht vorzuführen. Hierbei orientiert man sich an den Grundregeln zur kommerziellen Kommunikation des Deutschen Werberats als unabhängiges und etabliertes Gremium. Auf Basis dieser Vorgaben erfolgt grundsätzlich eine Sichtprüfung aller Plakatmotive durch Mitarbeiter von Ströer / DSM. Bei digitalen Werbemedien wird zudem ein Jugendschutzbeauftragter in die Sichtung der Motive eingebunden. In dem konkreten Fall (M.O.M.) handelt es sich um Werbung, die von den Mitarbeitern von Ströer / DSM entsprechend den Regularien des Werberats nicht direkt als diskriminierend eingestuft wurde. Die Kampagne wurde bundesweit plakatiert und Ströer / DSM war nicht der einzige Außenwerber der diese Kampagne vorgeführt hat.

Nach ersten Beschwerden wurde schnellstmöglich die Neutralisierung der Plakate vorgenommen und die Motive an den Deutschen Werberat weitergeleitet. Eine Stellungnahme zum Inhalt liegt nicht vor, da das Verfahren gegen den Werbungtreibenden nach Entfernen der Plakate eingestellt wurde.

Die Vorgaben des Deutschen Werberats sind für Ströer / DSM bindend. Es wird jedoch betont, dass keine Zensur vorgenommen werden dürfe. Zudem lassen sich Werbeinhalte, die sich an der Grenze des guten Geschmacks bewegen, durch Kontrollsysteme nicht zuverlässig ausschließen, da es sich bei den ausgelösten Emotionen um subjektive Empfindungen handelt.

Dennoch wurden inzwischen alle Mitarbeiter zusätzlich für das Thema sensibilisiert und es wird zukünftig verstärkt Augenmerk auf das Erkennen diskriminierender Werbung gelegt, um die Vorgaben entsprechend umzusetzen.

Ergänzend wurde zu dem Vorwurf „Vorführung von Tabakwerbung im Umfeld von Schulen“ mitgeteilt, dass die beiden exemplarisch genannten Fälle auch die einzigen waren, in denen an zwei Standorten die Abstandsregelung einmalig nicht eingehalten wurde, was auf einen Systemfehler zurückzuführen war.

Zu 3.

Der Werberechtsvertrag hat eine Laufzeit bis 31.12.2025. Dieser Vertrag wurde nach Beschlussfassung in den städtischen Gremien im Jahr 2011 geschlossen. Im Vergleich zu den vorherigen Verträgen zur Regelung der Werberechte stellte dieser Vertrag eine deutliche Einnahmeverbesserung für die Stadt Mainz dar. Eine Aufnahme von zusätzlichen Sanktionsmöglichkeiten in den laufenden Vertrag wäre nur nach Zustimmung durch den Vertragspartner möglich, wovon jedoch nicht auszugehen ist. Die Verwaltung beabsichtigt nicht, den Vertrag mit Ströer / DSM aus diesem Grund zu kündigen.

Zu 4. und 5.

Seitens des Bauamtes / Bauaufsicht wurde erläutert, dass für eine beantragte Werbeanlage eine Baugenehmigung zu erteilen ist, wenn dem Vorhaben keine öffentlich rechtlichen Vorschriften entgegen stehen. Es bleibt Ströer / DSM somit während der Vertragslaufzeit unbenommen, weitere Anträge auf Errichtung von Werbeanlagen zu stellen. Gleichwohl wird die Verwaltung darauf achten, dass alle im Zusammenhang mit der Erteilung einer Erlaubnis zu prüfenden Aspekte (verkehrsrechtlicher, denkmalschutzrechtlicher sowie stadtbildgestaltender Art) beachtet werden.

Zu 6.

Die Gestaltungsplanungen zur Bahnhofsstraße/Schillerstraße/Münsterplatz und zur Großen Langgasse beinhalten eine umfassende Neugestaltung der Straßenräume und eine Neuordnung der gesamten Möblierung – darunter auch der Werbung im öffentlichen Raum.

Wie üblich wurden die Entwürfe in zahlreichen Abstimmungsrunden durch die Fachplaner geprüft, in den Bürgerversammlungen diskutiert und den politischen Gremien der Stadt Mainz zur Entscheidung vorgelegt. Durch diesen umfassenden und manchmal langwierigen Prozess werden eine möglichst optimale funktionale Ausstattung und ein attraktives Erscheinungsbild gewährleistet. Selbstverständlich sind bei den vielfältigen Belangen, denen Rechnung zu tragen ist, immer auch Kompromisse erforderlich. So auch bei der Werbung im öffentlichen Raum, die zur Erfüllung vertraglicher Verpflichtungen gefordert wird und die den Ansprüchen auf einen möglichst großen Werbeeffekt genauso folgen soll, wie der Einbindung in ein harmonisches Straßenbild.

Auch die geplanten Werbeanlagen in der Schillerstraße wurden in der Planungsphase mit allen am Entwurfsprozess Beteiligten abgestimmt. Sollte eine Reduzierung der noch nicht errichteten Werbeanlagen erwünscht sein, muss schnellstmöglich eine Abstimmung erfolgen. Dies hat unter Einhaltung der vertraglichen Pflichten voraussichtlich zur Folge, dass an anderer Stelle der Innenstadt Ersatzstandorte zu definieren sind.