



Antwort zur Anfrage Nr. 1046/2022 der ÖDP-Stadtratsfraktion betreffend Werbeanlagen im Stadtgebiet und in städtischen Unternehmen (z.B. Bushaltestellen) (ÖDP)

Die Anfrage wird wie folgt beantwortet:

1. Wie viele analoge Werbeträger (Klebeflächen) gibt es aktuell im Stadtgebiet?

- a) Großflächenplakate (wie viele davon angestrahlt)
- b) Litfaßsäulen
- c) Andere, wie z. B. an Seiten- und Rückwänden der Bushaltestellen

Auf Grundlage der aktuellsten Auflistung der Ströer Deutsche Städte Medien GmbH (=DSM) vom 07.04.2022 gibt es im Stadtgebiet aktuell:

- a) 30 freistehende Großflächen (GS) und 14 Großflächen an Wartehallen
- b) 99 Litfaßsäulen in der Vermarktungsform als Allgemeinanschlag (AA) und 92 Ganzsäulen (GS)
- c) 13 City-Stars (CS) und 6 Uhrensäulen

Eine Aussage, wie viele der Großflächen angestrahlt werden, ist mit unseren Unterlagen nicht möglich.

2. Wie viele hinterleuchtete Werbeflächen in verglaster Vitrine gibt es aktuell?

- a) Plakatposter (9 qm)
- b) City-Light-Poster (2 qm) Hochformat
- c) beleuchtete Werbesäulen

Auf Grundlage der aktuellsten Auflistung der DSM vom 07.04.2022 gibt es im Stadtgebiet aktuell:

- a) 26 Mega-Lights (ML)
- b) 45 freistehende City-Light-Poster (CLP) und 160 City-Light-Poster an Wartehallen
- c) 21 City-Light-Säulen (CLS)

- 3. Wie viele digitale Bildschirme (Public Video) gibt es aktuell?**
- a) digitale LED-Screens Hochformat (2 qm) z. B. in Fußgängerzonen?
 - b) digitale LED-Screens Querformat (9 oder 10,5 qm) am Straßenrand?
 - c) LED-Litfaßsäulen - Public Video City Tower?

Auf Grundlage der aktuellsten Auflistung der DSM vom 07.04.2022 gibt es im Stadtgebiet aktuell:

- a) Keine
- b) 10 Road-Side-Screens (RSS)
- c) Keine

4. Wie viele der in 1 bis 3 genannten Werbeanlagen sind noch zusätzlich geplant?

Die Verwaltung prüft derzeit die Realisierung von 6 digitalen Kleinanzeigen (City-Screens). Dies soll vorwiegend durch Austausch bereits vorhandener analoger Werbeträger erfolgen.

5. Wie viele der digitalen Großbildschirme befinden sich inzwischen an welchen Verkehrsknotenpunkten?

Die 10 vorhandenen RSS-Anlagen befinden sich an folgenden Standorten:

- Rheinallee/Zwerchallee 24
- Rheinallee/Kaiser-Karl-Ring
- Rheinstraße 66/vor Rheingoldhalle
- Geschwister-Scholl-Straße/Berliner Straße
- Bürgermeister-Heinrich-Dreibus-Straße/Rheinhessenstraße
- Obere Kreuzstraße/An der Krimm
- Haifa-Allee 40/Mercedesstraße
- Geschwister-Scholl-Straße/Pariser Str.
- Alicenstraße/Nh. Alicenplatz
- Am Römerlager/Obere Zahlbacher Str.

6. Wie viel Raum sollen kommerzielle Interessen in den Städten haben? 2014 verbannte Grenoble in Frankreich über 300 Werbeflächen aus dem öffentlichen Raum und ließ stattdessen Bäume pflanzen. Als erste Stadt in der Schweiz will Genf lt. Beschluss der Mehrheit im Stadtparlament kommerzielle Werbeplakate ab 2025 aus dem öffentlichen Raum verbannen. „Mainz wird erste werbefreie Stadt Deutschlands“ wird von der Verwaltung auf absehbare Zeit nicht aufgegriffen“ (Antwort zur Anfrage 1786/2018, 6.). Der Vertrag mit der DSM hat eine Laufzeit bis 31.12.2025. Eine Vertragsverlängerung hätte die Möglichkeit, neue Konditionen auszuhandeln. Hat die Stadt das Ziel, die Anzahl von Werbeanlagen zu reduzieren oder zumindest eine Obergrenze festzulegen?

Eine Vertragsverlängerung mit der DSM ist aus vergaberechtlichen Gründen nicht möglich, sodass ein neuer Werberechtsvertrag ausgeschrieben werden muss. Bis zum Ende des laufenden Werberechtsvertrags kann keine Obergrenze für Werbeträger festgelegt werden, da keine entsprechenden Regelungen im aktuellen Werberechtsvertrag existieren. Die Stadt versucht aber, die Anzahl der analogen Werbeträger zu reduzieren.

Im Rahmen der Ausschreibung eines neuen Werberechtsvertrages wäre es möglich, die Anzahl der Werbeanlagen festzulegen.

7. Energieverbrauch: lt. Antwort auf Anfrage Nr. 0339/2019 beträgt die durchschnittliche Leistungsaufnahme eine RSS-Anlage 6.000 Watt. Zwischen 23.30 und 6.30 Uhr würden die Anlagen abgeschaltet. Das bedeutet bei einem täglichen Betrieb von 14 h ein Jahresverbrauch von mehr als 30.000 kWh pro Anlage. Das entspricht einem Jahresverbrauch von 20 Einpersonenhaushalten à 1.500 kWh. Für die in der Antwort aufgelisteten 7 Anlagen wäre das ein adäquater Stromverbrauch von mehr als 140 Einpersonenhaushalten. Die Anlagen würden mit TÜV-zertifiziertem Strom aus regenerativen Quellen versorgt, so die Antwort.

a) Angesichts der Klima- und der Energiekrise wäre zur Energieeinsparung der Verzicht auf die besonders energieintensiven digitalen Werbeanlagen sinnvoll. Wäre eine solche Vereinbarung in einer evtl. Vertragsverlängerung denkbar?

b) Wenn nein, warum nicht?

c) Von welchem Energieversorger werden die Anzeigentafeln der Stadt beliefert?

a) Wie bereits in 6 erläutert, ist keine Vertragsverlängerung des bestehenden Werberechtsvertrages möglich. Im Rahmen der Ausschreibung des neuen Werberechtsvertrages wäre es möglich, digitale oder andere bestimmte Werbeträger von der Neuvergabe der Werberechtskonzession auszuschließen.

b) Insbesondere die digitalen Werbeträger stellen für die möglichen Bewerber: innen einen großen Umsatzposten dar und sind wichtig für die Erzeugung von Wettbewerb. Sollten digitale Werbeträger von der neuen Werberechtskonzession ausgeschlossen werden, wäre die Stadt Mainz weniger interessant für potenzielle Vertragspartner: innen. Damit könnten auch weniger Gegenforderungen der Stadt an den potenziellen Bewerber: innen gestellt werden. Umso größer das Interesse an den Werberechten in der Stadt Mainz, umso größer ist dafür auch die Bereitschaft, ein hohes Entgelt zu zahlen oder andere Gegenleistungen zu erbringen (z. B. begrünte Wartehallen, Solaranlagen auf Wartehallen, öffentliche Toiletten).

Digitale Werbeträger können ein wichtiger Baustein für den zukünftigen Bevölkerungsschutz sein. Die Feuerwehr der Stadt Mainz testet derzeit, ob an digitalen Werbeträgern auch akustische und visuelle Katastrophenwarnungen eingespielt werden können. Digitale Anzeigen sind daher zwingend notwendig für ein digitales Sicherheitskonzept, welches vor dem Hintergrund vieler neuer Herausforderungen vermehrt gefordert wird (Sichtwort: Sirenenabbau in der Vergangenheit).

c) Die Antwort auf diese Frage wird nachgereicht, sofern unser Vertragspartner bereit ist, diese Auskunft zu geben.

8. Die Digitalen Großbildschirme übermitteln neben Werbeanzeigen auch Informationen der Stadt wie z. B. statistische Daten oder lokale Wetterdaten.

a) Sind diese Anzeigen für die Stadt kostenpflichtig?

b) Wurden den Behörden/der Stadt kostenfreie Werbekontingente als Gegenleistung für entsprechende Vertragskonditionen zugesichert?

a) Die statistischen Informationen über die Stadt Mainz auf den digitalen Großanlagen werden von der DSM selbst geschaltet. Die DSM hat T-Online als Content-Lieferanten

aufgekauft. Die Informationen besorgt sich T-Online eigenständig ohne Beteiligung der Stadt aus frei verfügbaren Informationsquellen. Das Gleiche gilt für das Wetter. Diese Anzeigen sind daher nicht mit Kosten für die Stadt Mainz verbunden.

- b) Kostenfreie Werbekontingente waren eine Teilnahmebedingung des letzten Interessentkündungsverfahrens für den aktuellen Werberechtvertrag. Es handelt sich daher um eine Vorgabe der Stadt.

Mainz, 15.07.2022

gez.

Manuela Matz
Beigeordnete