



Bündnis 90 / DIE GRÜNEN
im Ortsbeirat
Mainz-Altstadt

Vorlage-Nr. 1087/2022

Anfrage zur Ortsbeiratssitzung am 26. Juli 2022 Neuausschreibung Werberechtsvertrag

In der Antwort zur Anfrage 1046/2022 schreibt die Verwaltung: „Eine Vertragsverlängerung mit der DSM ist aus vergaberechtlichen Gründen nicht möglich, so dass ein neuer Werberechtsvertrag ausgeschrieben werden muss.“ Es ist gehäuft vorgekommen, dass der bestehende Vertrag Anlass zur Kritik in diesem aber auch in mehreren anderen Ortsbeiräten geworden ist. Sowohl die Anzahl als auch die konkreten Standorte werden als störend, häufig auch als gefährlich für die Verkehrssicherheit und als teilweise massive Behinderung des Fuß- und Radverkehrs (vor allem für RollstuhlfahrerInnen, Menschen mit Rollatoren und Kinderwagen) eingestuft, und die fehlende Beteiligung von städtischen Gremien und Ortsbeiräten an der Standortfindung sorgt in der Politik für Ärger. Im „Masterplan 100% Klimaschutz“ wird die „werbefreie Stadt“ vorgeschlagen (vor allem aus Gründen der Lichtverschmutzung bzgl. Tier-/Insektenschutz); die Werbeanlagen verursachen zudem laut Presseberichten einen sehr hohen Energieverbrauch.

Wir fragen die Verwaltung:

1. Beabsichtigt die Verwaltung, einen neuen Werberechtsvertrag auszuschreiben? Falls ja, warum? Welche Zeitschiene ist für die Entwicklung der Ausschreibung vorgesehen? Welche Gremien werden wann daran beteiligt?
2. Falls eine neue Ausschreibung von der Verwaltung geplant ist: wird diese vorsehen, dass Ortsbeiräte an der Anzahl und an der Auswahl der konkreten Standorte im jeweiligen Ortsbezirk beteiligt werden? Falls nein, warum nicht? Welche Wertschätzung für die beratende Funktion der Ortsbeiräte und ihre Detailkenntnisse vor Ort wird durch verweigerte Beteiligung vermittelt?
3. Wie wird der Mehrwert einer werbefreien (oder werbeärmeren) Innenstadt bei der Entwicklung der Ausschreibung berücksichtigt? Welche Rolle spielt die politische Bewertung, dass die Abwesenheit von Werbeanlagen in Fußgängerzonen und auf Fußwegen sowohl aus Gründen der Wertschätzung des flüssigen Fußverkehrs, als auch im Hinblick auf Aspekte des schöneren Stadtbilds, als auch für die Realisierung der Klimaziele und Reduktion des Energieverbrauchs sehr positiv zu bewerten sind, bei den Vorbereitungen der Verwaltung für eine Neuausschreibung? Wie werden diese Aspekte gegenüber dem potentiellen Entgelt, das von einer Werbefirma an die Stadt bezahlt wird, das aber damit zu höheren Zahlungen an andere Kommunen im kommunalen Finanzausgleich führt, abgewogen?
4. Wie ist die Formulierung der Verwaltung, dass ein neuer Werberechtsvertrag ausgeschrieben werden „muss“, zu verstehen? Bestünde nicht auch die Möglichkeit, gar keinen neuen Werberechtsvertrag abzuschließen, um das Maß an Werbung im öffentlichen Straßenraum drastisch zu reduzieren und der Maßnahme „Werbefreie Stadt“ gemäß Masterplan Klimaschutz Rechnung zu tragen? Gäbe es nicht auch die Alternative, einen Werbevertrag abzuschließen, der nur Haltestellenvorrichtungen vorsieht, aber keine CityLightPosters, CityLightSäulen, Road-Side-Screens, Mega-Lights, etc?

Renate Ammann
Bündnis 90/DIE GRÜNEN