



► Nr. VO/2013/00413
öffentlich

Lübeck, 05.03.2013

Vorlage

Bereiche:
5.660 - Stadtgrün und Verkehr

Bearbeitung: Jens Johannsen (E-Mail: Telefon:)

Werbekonzept für den öffentlichen Straßenraum/Vereinbarung zur Wildplakatierung und Umgang mit sogenannten fliegenden Veranstaltungen

Beratungsfolge:

Datum	Gremium	Status	Zuständigkeit
21.03.2013	Bürgerschaft der Hansestadt Lübeck	Öffentlich	zur Entscheidung

Beschlussvorschlag:

Der als Anlage 1 beigefügte Bericht und das Werbekonzept gemäß Anlage 2 werden zustimmend zur Kenntnis genommen

Anlass: Umsetzung des Werbevertrages Los 4 vom 17.12.2011

Verfahren:

Beteiligte Bereiche/Projektgruppen:
Ergebnis:

Bereich Recht
keine rechtlichen Bedenken

Beteiligung von Kindern und Jugendlichen
gem. § 47 f GO ist erfolgt:
Begründung:

☐	Ja
☒	Nein
Kinder und Jugendliche sind nicht betroffen.	

Die Maßnahme ist:

☐	Neu
☐	Freiwillig
☒	vorgeschrieben durch: Vertragliche Vereinbarung Los 4 Werbevertrag vom 17.12.2011

Finanzielle Auswirkungen:

☐	keine
--------------------------	-------

Gremienberatung:

☐	Ursprungsvorlage VO/2013/00252 im BA 04.03.2013 behandelt. Die erbetene Änderung wurde von der Verwaltung übernommen und ist in dieser Vorlage berücksichtigt.
--------------------------	--

Begründung:

Gemäß Los 4 des Werbevertrages vom 17. 12. 2011 ist der Abschluss einer

Vereinbarung zur Wildplakatierung vorgegeben

Anlagen:

Anlage 1: Bericht

Anlage 2: Werbekonzept der Hansestadt Lübeck für den öffentlichen Straßenraum

Anlage 1: Bericht

Die Hansestadt Lübeck hat die Werberechte für den öffentlichen Straßenraum entsprechend des anliegenden Werbekonzeptes in vier Losen europaweit ausgeschrieben und an die Wall AG, die das beste Angebot für alle vier Lose, also für alle Werbemöglichkeiten, abgegeben hat, vertraglich übertragen. Der Allgemeinanschlagsvertrag, der die Werbung an Litfaßsäulen, Masthaltern und Rahmen an Schaltschränken regelt, sieht vor, dass bezüglich der Verfolgung von Wildwerbung eine Vereinbarung zwischen der Hansestadt Lübeck und der Wall AG getroffen werden muss, damit, wie in der Vergangenheit auch schon mit dem vorherigen Vertragspartner praktiziert, die Wildwerbung auf öffentlichem Grund rechtssicher verfolgt werden kann. Die Wall AG und der Bereich Stadtgrün und Verkehr, der als Straßenverwalter für die Verfolgung von Wildwerbung im Rahmen der unerlaubten Sondernutzung zuständig ist, haben zur schnellen und effektiven Beseitigung der rechtswidrigen Plakatierung vereinbart, dass die Wall AG auf Anordnung der Behörde als Verwaltungshelfer die Wildplakatierung im Rahmen der Ersatzvornahme räumt. Die Kosten der Maßnahme werden dem werbenden Verursacher mittels Verwaltungsakt in Rechnung gestellt.

Vom ausschließlichen Werberecht der Wall AG ausgenommen sind neben der Wahlwerbung sowie die Werbung für andere grundgesetzlich besonders geschützte Veranstaltungen die traditionelle Stellschilderwerbung für sog. fliegende Veranstaltungen, wie Zirkusse oder Puppentheater. Diese Unternehmen erhalten auf Antrag für Ihr Gastspiel vom Bereich Stadtgrün und Verkehr eine gebührenpflichtige Sondernutzungserlaubnis für maximal 100 Schilderstandorte. Diese Anzahl ist gewählt worden, weil sich in der Vergangenheit gezeigt hat, dass etwa 100 Standorte außerhalb der Altstadtinsel für das Stadtbild und die Verkehrssicherheit verträglich sind. Dies bedeutet in der Konsequenz, dass sich im Einzelfall mehrere gleichzeitig stattfindende Veranstaltungen, die 100 Standorte teilen müssen.

Anlage 2: Werbekonzept der Hansestadt Lübeck für den öffentlichen Straßenraum

Konzeptioneller Ansatz

Lübeck hat ein weltweit einzigartiges Stadtbild. Seine wasserumschlossene Altstadtinsel ist mit über 1000 denkmalgeschützten Gebäuden, historischen Gassen und unverwechselbaren Stadtpanoramen der Kern einer lebendigen Großstadt. Das in sich geschlossene, harmonische Stadtbild steht seit dem Jahr 1987 auf der Weltkulturerbeliste der UNESCO.

Die norddeutsche Backsteingotik, eine attraktive Museumslandschaft und vielfältige weitere Kulturangebote der Hansestadt Lübeck ziehen Gäste aus aller Welt an. Der Titel Weltkulturerbe ist dabei nicht nur Auszeichnung, sondern zugleich auch Auftrag: nämlich jener, das einzigartige Stadtbild gegenüber den Anforderungen einer modernen und zukunftsorientierten Großstadt zu bewahren und zugleich gemäß neuen Erfordernissen weiterzuentwickeln. Um diese besondere Verpflichtung angemessen zu unterstreichen, strebt die Stadt Lübeck insgesamt, also auch über die Grenzen der Altstadt hinaus, ein aufgeräumtes und einheitliches Straßen- und Stadtbild an.

Diesem Grundgedanken verpflichtet hat sich die Hansestadt Lübeck dafür entschieden, das Konzept ihrer Außenwerberechte neu zu strukturieren und mit neuem Leben zu füllen. Wesenskern dieser Neuausrichtung ist ein Konzept, das der Außenwerbung permanente Standorte im Lübecker Stadtbild zuweist und für sie hochwertige, einheitlich gestaltete bzw. aufeinander abgestimmte Werbeträger vorschreibt.

Umsetzung

In einem ersten Schritt wurden daher – unter Berücksichtigung der Erfahrungen mit den Bestandsanlagen – die Anzahl und die Art der Werbeanlagen festgelegt, die auf öffentlichen Flächen im Stadtgebiet aufgestellt werden können, ohne die Sicherheit und Leichtigkeit des Straßenverkehrs, das öffentliche Interesse an einem einwandfreien Straßenzustand, den Anspruch der Allgemeinheit auf ausreichend Flächen für den Gemeingebrauch sowie den Anspruch der Hansestadt Lübeck auf ein aufgeräumtes und einheitliches Straßen- und Stadtbild zu gefährden.

In einem zweiten Schritt wurden nach der Art der Werbeanlagen 4 Lose gebildet und europaweit öffentlich ausgeschrieben. Die vertragliche Übertragung der Werberechte auf einzelne Unternehmen der Außenwerbewirtschaft bietet der Stadt insbesondere die folgenden Vorteile:

- Gestalterische Steuerungsmöglichkeiten zur Erhaltung des Straßen- und Stadtbildes.
- Insbesondere: Schutz des denkmalpflegerischen Wirkbereichs der Lübecker Altstadt als Flächendenkmal des UNESCO-Welterbes und Standort von über 1.000 Einzeldenkmälern.
- Gewähr für den sachgerechten Betrieb und die Wartung der Werbeanlagen.
- Zuverlässigkeit einzelner Unternehmen kann effektiver und damit mit einem geringeren Verwaltungsaufwand überwacht werden.
- Verlässliche Bewirtschaftung der öffentlichen Flächen.
- Werbekunden sind zunehmend an übergreifenden Werbenetzen mit einheitlich gestalteten Werbeanlagen interessiert.

Den Zuschlag für alle 4 Lose erhielt infolge der europaweiten Ausschreibung ein Außenwerbeunternehmen. In den 5 Werberechtsverträgen wird dem Außenwerbeunternehmen das exklusive Recht für die Errichtung und den Betrieb von Außenwerbeanlagen auf öffentlichen Flächen für die Dauer von 15 Jahren eingeräumt. Das exklusive Werberecht wurde nach Abwägung der öffentlichen Belange mit den Markterfordernissen im Bereich der Außenwerbung für die folgenden Werbeanlagenformate eingeräumt:

- Los 1 / Teillos 1: 120 hinterleuchtete Werbesäulen (8/1-Format) sowie 64 hinterleuchtete Werbevitruinen (4/1-Format)
- Los 1 / Teillos 2: 310 hinterleuchtete Werbevitruinen als Bestandteil von Fahrgastunterständen (4/1-Format)
- Los 2: 120 Werbesäulen (6/1- oder 8/1-Format)
- Los 3: 20 City-Light-Boards (18/1-Format) und 123 Großflächen (18/1-Format)
- Los 4: 100 Gemeinsäulen, 520 Masthalter, 120 Moskitos an Schaltkästen

Anforderungen

Darüber hinaus sollen keine weiteren Standorte für Außenwerbung zugelassen werden. Die Vielfalt der im Angebot befindlichen Werbeformate und die Anzahl der Werbestandorte sind ausreichend, um den Werbebedürfnissen hinreichend Rechnung zu tragen. Das

Außenwerbeunternehmen stellt für alle Werbetreibenden den willkürfreien Zugang zu den Werbeanlagen zu marktüblichen Konditionen sicher.

Über das exklusive Werberecht des Außenwerbeunternehmens hinaus sind bzw. können Ausnahmen (Sondernutzungen) zugelassen werden für:

1. Sonderfälle (z.B. Gewerbehinweisbeschilderung, Hotelwegweisung)
2. Stellschilder-Werbung für sog. fliegende Veranstaltungen (z.B. Zirkusveranstaltungen und Puppentheater), die traditionell mit eigenen, einheitlich gestalteten Werbeträgern auftreten. In Fällen dieser Art sollen ausschließlich auf dem Boden stehende Stellschilder in den Formaten A 1 oder A 0 zum Einsatz kommen, und zwar zeitgleich insgesamt maximal 100 Schilder im gesamten Stadtgebiet.
3. Plakatwerbung für Veranstaltungen oder Ereignisse, die besonderen grundgesetzlichen Schutz genießen (z.B. Werbung für Wahlen und Abstimmungen; Werbung für Versammlungen und Veranstaltungen i.S.v. Art. 8 und 9 GG) und sonstige Fälle, in denen das straßenrechtliche Sondernutzungsermessen zugunsten eines Antragstellers auf Null reduziert ist (Rechtsanspruch auf Sondernutzungserlaubnis).

Darüber hinausgehende Anträge auf Errichtung sondernutzungserlaubnispflichtiger Außenwerbung sind zwar in jedem Einzelfall zu prüfen, dürfen aber im Rahmen der Ermessensausübung regelmäßig unter Hinweis auf die Ordnungsfunktion der Werberechtsverträge und die dargestellten Belange der Hansestadt Lübeck zum Abschluss der Werberechtsverträge abgelehnt werden.

Senator/in F. - P. Boden