

Öffentliche **Beschlussvorlage**

Vorlagen-Nr.:
V/0144/2012
Auskunft erteilt: Herr Adams
Ruf: 492 70 72
E-Mail: AdamsR@stadt-muenster.de
Datum: 26.03.2012

Betrifft

CityLightBoards (CLB) in Münster

Beratungsfolge

03.05.2012 Ausschuss für Stadtplanung, Stadtentwicklung, Verkehr und Wirtschaft Entscheidung

Beschlussvorschlag:

I. Sachentscheidung:

1. Der Ausschuss für Stadtplanung, Stadtentwicklung, Verkehr und Wirtschaft (ASSVW) unterstützt das gemeinsame Streben der Stadt Münster und der WALL AG, das Stadtbild weiter qualitativ zu verbessern und die vorhandenen Werbeträger aufzuwerten.
2. Der ASSVW befürwortet das Vorhaben der Verwaltung, großflächige Werbeanlagen an ausgesuchten Standorten zu entfernen. Gleichzeitig nimmt der ASSVW zur Kenntnis, dass an auszuwählenden Standorten im Gegenzug in geringer Anzahl zusätzliche CityLightBoards (CLB) aufgestellt werden können. Zur Umsetzung wird die Verwaltung ermächtigt, Verhandlungen mit der WALL AG aufzunehmen.
3. Die Verwaltung präsentiert den zuständigen politischen Gremien das Verhandlungsergebnis mit der WALL AG und legt dabei ein Konzept über mögliche zusätzliche CLB-Standorte im Stadtgebiet bei gleichzeitiger Reduzierung bestehender großflächiger Werbeanlagen zur Entscheidung vor.

II. Finanzielle Auswirkungen:

Es wird zur Kenntnis genommen, dass durch diesen Beschluss weder Kosten noch Folgekosten für die Stadt Münster entstehen.

Begründung:

Seit dem 01.01.2009 hat die WALL AG das Recht, auf städtischen Grundstücken Werbeträger aufzustellen und zu betreiben. Die Vergabe der standortbezogenen Werberechte erfolgte mit dem Ziel, die werbliche Nutzung städtischer Flächen unter wirtschaftlichen, stadtgestalterischen, denkmalpflegerischen, stadt- und verkehrsplanerischen sowie touristischen Aspekten zu optimieren. Dieser Zielsetzung folgend und bezogen auf die einzelnen Werbeträgerstandorte hat die WALL AG ein Konzept erarbeitet, das eine Modernisierung des Stadtmobiliars und eine Verbesserung der Standortqualität für Werbeträger vorsieht. Dieses Konzept ist von der Verwaltung standortbezogen

auf seine Realisierbarkeit geprüft worden, wobei die Belange des Denkmalschutzes, die Regelungen der Altstadtsatzung, stadtgestalterische sowie verkehrliche, touristische und bauordnungsrechtliche Aspekte berücksichtigt wurden.

Eine stadtbildverträgliche und leistungsorientierte Modernisierung der Werbeträger hat bisher vorwiegend an den Standorten für Buswartehallen mit Werbevitrine, Stadtinformationsanlagen sowie Ganz- und Allgemeinstellen (= Litfaßsäulen) stattgefunden. Die qualitative Aufwertung dieses Stadtmobiliars ist zwischenzeitlich nahezu abgeschlossen. Insgesamt hat die WALL AG dann in Münster ca. 11.500.000 € in neue und bestehende Produkte investiert.

Stadt und WALL AG sind sich einig, dass das Stadtbild weiter verbessert werden kann, indem minderwertige Werbeträger beseitigt werden. Ein zentrales Element ist die Modernisierung der sogenannten 18/1-Medien (CLB und Klebegrößenflächen). In einem ersten Schritt hat die WALL AG die 4 vorhandenen CLB-Standorte mit dem eigenen Großflächen-Werbemedium der Designlinie Münster bestückt (**Anlage 1**).

Im Rahmen einer weitergehenden Aufwertung des Stadtbildes hat die WALL AG der Stadt zwei Umsetzungsalternativen vorgeschlagen. Auf Kosten der WALL AG werden

1. an 30 Standorten im Stadtgebiet die klassischen Klebegrößenflächen (GF) abgebaut und ein Teil der vorhandenen Buswartehallen mit Großfläche durch eine moderne WALL-Standardwartehalle (mit City-Light-Poster) im „Münster Design“ oder eine Glaswartehalle vom Typ Kienzler K5 (mit CLP) ersetzt.
2. an allen 76 Standorten im Stadtgebiet die klassischen Klebegrößenflächen (GF) abgebaut und alle vorhandenen Buswartehallen mit Großfläche (ca. 30) durch eine moderne WALL-Standardwartehalle (mit City-Light-Poster) im „Münster Design“ oder eine Glaswartehalle vom Typ Kienzler K5 (mit CLP) ersetzt.

Mit dem (Teil)Abbau der Klebegrößenflächen im Stadtgebiet (z.B. Einsteinstr., Steinfurter Str./Gasselstiege, Geister Landweg, Hammer Str., Steinfurter Str./York-Ring – siehe **Anlage 2**) ist eine Aufwertung des Stadtbildes verbunden, die unter stadtgestalterischen Gesichtspunkten ausdrücklich zu begrüßen ist. Dies auch vor dem Hintergrund, dass die vom Austausch bzw. Abbau betroffenen Werbeträgerstandorte nicht nur in den Gewerbegebieten sondern auch an exponierten Stellen im Stadtgebiet anzutreffen sind.

Den (Teil)Abbau der Klebegrößenflächen verknüpft die WALL AG mit der Erwartung, dass die Stadt Münster zusätzliche CLB-Standorte auf öffentlichen Flächen im Stadtgebiet genehmigt: 6 CLB (bei Alternative 1) bzw. 11 (bei Alternative 2). Für eine erfolgreiche Vermarktung an nationale werbetreibende Kunden ist aus Sicht der WALL AG ein konkurrenzfähiges Werbenetz in Münster – Mindestgröße 10 Standorte - notwendig.

Das Für und Wider weiterer Standorte für Großflächenwerbung auf öffentlichen Flächen ist abzuwägen. Zusätzliche CLB-Standorte wurden in den vergangenen Jahren zwar geprüft aber aus unterschiedlichen Gründen immer wieder verworfen. Schon in 2001 hat die Verwaltung darauf hingewiesen, dass mit der Zulassung von weiteren CLBs auf öffentlichen Flächen die Möglichkeit besteht, den jeweiligen Standort der Werbeanlage stadtbildverträglicher zu integrieren als dies bei den bereits vorhandenen privaten Standorten der Fall ist.

Da in den vergangenen 10 Jahren weitere großformatige Werbeanlagen auf öffentlichen Flächen nicht zugelassen wurden, hat der damalige Vertragspartner der Stadt - die Ströer DSM - ihr Augenmerk verstärkt auf Privatflächen gerichtet mit der Folge, dass Ströer in den Jahren 2002 – 2008 insgesamt 27 CLBs auf privaten Grundstücken errichtet hat. Auf Privatflächen sind CLBs in der Regel baurechtlich nur in Ausnahmefällen und in Wohngebieten zu verhindern.

An ausgewählten Standorten und in hochwertiger Ausführungsqualität kann Außenwerbung durchaus als positives Gestaltungselement im Stadtraum wahrgenommen werden. Bisher ist in Münster die Balance zwischen der Wahrung des Stadtbildes und der Außenwerbung gut gelungen. Gleichwohl zeigt die enorme Anzahl der 27 CLBs auf Privatflächen (Tendenz steigend), dass die Stadt die Werbebotschaften in geordneten Bahnen lenken muss, indem Standorte für ein solches Großflächenmedium auf öffentlichen Flächen geordnet und gesteuert bereit gestellt werden. Verwaltung und WALL AG werden im gesamten Stadtgebiet mögliche Standorte für CLBs unter städtebaulichen, stadtgestalterischen, verkehrsrechtlichen sowie baurechtlichen Gesichtspunkten prüfen. Finanzielle Anreize – erhöhte Umsatzpacht – sind bei einer Ausweitung der CLB-Standorte bei gleichzeitiger Verringerung der Großflächen ebenfalls zu berücksichtigen.

Das Ergebnis dieser Prüfung – eine Aufstellung über mögliche zusätzliche CLB-Standorte – legt die Verwaltung den zuständigen politischen Gremien anschließend zur Entscheidung vor.

In Vertretung

Gez.
Schultheiß
Stadtdirektor

Anlagen:

1. CityLightBoard der WALL AG – Hammer Str./Preußen-Stadion
2. Beispiele von Klebegroßfläche im Stadtgebiet