

## Informationsvorlage der Verwaltung

Gremium	Sitzung am	Beratung
<b>Bezirksvertretung Brackwede</b>	03.04.2014	öffentlich
<b>Bezirksvertretung Stieghorst</b>	03.04.2014	öffentlich
<b>Bezirksvertretung Schildesche</b>	03.04.2014	öffentlich
<b>Bezirksvertretung Mitte</b>	03.04.2014	öffentlich
<b>Bezirksvertretung Senne</b>	09.04.2014	öffentlich
<b>Bezirksvertretung Jöllenbeck</b>	10.04.2014	öffentlich
<b>Bezirksvertretung Dornberg</b>	10.04.2014	öffentlich
<b>Bezirksvertretung Gadderbaum</b>	10.04.2014	öffentlich
<b>Bezirksvertretung Sennestadt</b>	10.04.2014	öffentlich
<b>Bezirksvertretung Heepen</b>	10.04.2014	öffentlich
<b>Stadtentwicklungsausschuss</b>	29.04.2014	öffentlich

Beratungsgegenstand (Bezeichnung des Tagesordnungspunktes)

**Werbung auf öffentlichen und im Eigentum der Stadt stehenden Grundstücken in der Stadt Bielefeld,  
- Sachstand zur Umsetzung des Werbekonzeptes der Fa. DSM Ströer GmbH**

Betroffene Produktgruppe

11 12 01 Öffentliche Verkehrsflächen

Auswirkungen auf Ziele, Kennzahlen

keine

Auswirkungen auf Ergebnisplan, Finanzplan

keine

Ggf. Frühere Behandlung des Beratungsgegenstandes (Gremium, Datum, TOP, Drucksachen-Nr.)

StEA (29.03.2011 -2315/2009-2014-), BV Gadderbaum, BV Heepen (beide 05.05.2011), BV Senne (11.05.2011, 09.06.2011), BV Brackwede, BV Dornberg, (beide 12.05.2011) - alle 2314/2009-2014-, BV Mitte (05.05.2011, 09.06.2011 -2314/2009-2014-, 23.08.2012 -4481/2009-2014-), BV Schildesche (12.05.2011 -2314/2009-2014-, 30.08.2012 -4460/2009-2014-), BV Stieghorst (12.05.2011 -2314/2009-2014-, 30.08.2012 -4459/2009-2014-)

### Sachverhalt:

Bis zum 31.12.2010 lagen die Werberechte in Bielefeld zum einen bei der Fa. DSM Ströer GmbH (DSM) - für öffentliche und im Eigentum der Stadt befindliche Flächen - und zum anderen bei der Fa. Degesta - für Fahrgastunterstände (FGU), Schutzdächer und Stadtinformationsanlagen -.

Die auslaufenden Werbeverträge mit den beiden Werbepartnern wurden genutzt, Stadtwerbung in Bielefeld zu vereinheitlichen und durch eine europaweite Ausschreibung - getrennt in zwei Losen - in den Wettbewerb zu stellen.

Seit dem 01.01.2011 ist die DSM für 15 Jahre mit der Designlinie „Xenon“ Werbepartner der Stadt Bielefeld und hält die exklusiven Werberechte auf öffentlichen und im Eigentum der Stadt

stehenden Flächen.

Die Ausschreibung für die Werbung an FGU und Stadtinformationsanlagen in den nächsten 15 Jahren wurde ebenfalls von der DSM mit der Designlinie „Xenon“ gewonnen.

Der zwischen moBiel und DSM geschlossene Vertrag umfasst u. a. den Ersatz der derzeit bestehenden Fahrgastunterstände in einem Zeitraum bis 2021 und die Aufstellung von zusätzlich 60 Fahrgastunterständen an neuen Standorten bis Ende 2013. Zum Stand 28.02.2014 sind 18 von 20 beantragten FGU an neuen Standorten genehmigt und laut Auskunft von moBiel 14 errichtet worden (2012: 2, 2013: 12). Eine Umrüstung der bestehenden FGU hat laut moBiel noch nicht begonnen.

Mit der Neuvergabe der Konzession wurden folgende Ziele verbunden:

- hohe Einnahmen für die Stadt
- hochwertige Gestaltung der Werbeanlagen im Stadtbild
- einheitliches niveauvolles Design
- einheitliches Gestaltungs- und Werbekonzept
- Stärkung des Wirtschaftsstandortes
- unverwechselbares Stadtbild
- Sicherstellung der Reinigung und Wartung
- Reduzierung der Wildplakatierung

### **Zielerreichung, Stand der Konzeptumsetzung**

Die Zielsetzungen wurden weitestgehend erreicht. Das ansprechende Design der neuen Werbeanlagen hebt sich deutlich von dem der älteren Werbeanlagen ab und vermittelt ein einheitlich niveauvolles Gestaltungsbild.

Die regelmäßige Reinigung und Wartung der Werbeanlagen zur Erhaltung des positiven Gestaltungsbildes wurden ebenfalls vertraglich vereinbart.

Durch die Ausschreibung und Neuvergabe der Werberechte konnte eine Verdreifachung der jährlichen Einnahmen erzielt werden (s. auch HSK-Maßnahme Nr. 186).

Zur Bekämpfung der Wildplakatierung konnte im vergangenen Jahr eine ergänzende Vereinbarung mit der DSM geschlossen werden.

Das Konzept zur Umsetzung des Werbevertrages mit der DSM beinhaltet eine Modernisierung der Werbeanlagen aber auch eine Veränderung von Werbeträgern, Abbau von Litfaßsäulen und die Findung neuer Standorte. Dabei ist keine nennenswerte Veränderung der Gesamtzahl der Werbeträger im Stadtgebiet vorgesehen. Die Stadt Bielefeld hat sich im Rahmen des Werbevertrages dazu verpflichtet, die Voraussetzungen für ein wirtschaftliches Ergebnis durch Bereitstellung attraktiver und wirtschaftlich zu betreibender Standorte für Werbeanlagen zu schaffen. Diese wird von der DSM regelmäßig eingefordert.

Das ursprüngliche Konzept der DSM sah im Einzelnen folgende mittelfristige Entwicklung vor:

<b>Werbeanlagen</b>	<b>Ist (Dez. 2010)</b>	<b>Soll (Konzept Januar 2011)</b>	<b>Veränderung</b>
<b>Litfaßsäulen</b>	<b>363</b>	<b>330</b>	<b>- 33</b>
- Allgemeinstellen	246	200	- 46
- Ganzstellen	88	100	+ 12
- City-Light-Säulen	29	30	+ 1
<b>18/1-Medien</b>	<b>118</b>	<b>158</b>	<b>+ 40</b>
- Großflächen (unbeleuchtet)	56	40	- 16
- Großflächen (beleuchtet)	48	50	+ 2
- City Star	0	20	+ 20

- Premium-Großflächen	0	30	+ 30
- Mega-Light	14	18	+ 4
<b>Gesamt</b>	<b>481</b>	<b>488</b>	<b>+ 7</b>

In den Stadtbezirken Jöllenbeck und Sennestadt waren Änderungen bzw. neue Standorte nicht vorgesehen. Eine Beratung und Beschlussfassung war hier entbehrlich.

Die übrigen Bezirksvertretungen haben über die vorgeschlagenen Standorte beraten und Beschlüsse gefasst. Dabei ergibt sich bezirksbezogen folgendes Gesamtbild (beschlossene Werbeträger, erteilte Baugenehmigungen (BG), nicht umsetzbare Vorhaben zum Stand 28.02.2014):

Stadtbezirk	Änderung Werbeanlagen (WA)		Neue Standorte	
	WA vorge-schlagen	WA beschlossen/ erteilte BG/ nicht umsetzbar	WA vorge-schl agen	WA beschlossen/ erteilte BG/ nicht umsetzbar
Brackwede	6	6/2/2	3	3/1/2
Dornberg	1	0	0	0
Gadderbaum	0	0	3	2/0/1
Heepen	7	7/1/5	2	2/0/0
Mitte	15	13/8/3	20	6/1/2
Schildesche	6	6/3/2	8	6/2/2
Senne	1	1/0/1	1	1/1/0
Stieghorst	7	7/3/2	11	11/3/8
Summe	43	WA beschlossen: 40 erteilte BG: <b>17</b> nicht umsetzbar: 15	48	WA beschlossen: 31 erteilte BG: <b>8</b> nicht umsetzbar: 15

Die Aufstellung zeigt, dass zwar **25** Genehmigungen erteilt werden konnten, allerdings bei 30 beschlossenen Standortvorschlägen die Belange des Bau- und Planungsrechts, der Stadtgestaltung, des Denkmalschutzes, der Umwelt und der Verkehrssicherheit einer Baugenehmigung entgegengestanden haben. Ein Antrag (Brackwede) ist noch in der Bearbeitung.

Es ergibt sich stadtweit derzeit folgender Umsetzungsstand. Dabei beschränkt sich die Betrachtung auf die 18/1-Medien (großformatige Medien):

Werbeanlagen	Ist (auf der Grundlage von erteilten BG) Stand: 28.02.2014
<b>18/1-Medien</b>	
- Großflächen (unbeleuchtet)	46
- Großflächen (beleuchtet)	43
- City Star	8
- Premium-Großflächen	9
- Mega-Light	21
<b>Gesamt</b>	<b>127</b>

Eine bezirksbezogene detaillierte Übersicht über den Umsetzungstand der beschlossenen Werbestandorte kann der **Anlage 1** entnommen werden.

Die DSM hat zwischenzeitlich weitere 11 (Ersatz-)Standorte stadtweit vorgeschlagen, die nach Prüfung der Genehmigungsfähigkeit von der Verwaltung den jeweils zuständigen Bezirksvertretungen zur Beratung und Beschlussfassung vorgelegt werden.

Stadtbezirk	Ä n d e r u n g Werbeanlagen	Neue Standorte
Heepen	1 (City-Star)	1 (Premium-Großfläche) 1 (City-Star)
Mitte	1 (Premium-Großfläche)	6 (5 x City-Star, 1 x Mega-Light)
Schildesche	0	1 (City-Star)
<b>Summe</b>	<b>2</b>	<b>9</b>

### Aktuelle Entwicklung

Das stadtweite Werbekonzept wäre mit Genehmigung der vorgeschlagenen Standorte - mit Ausnahme der Premium-Großflächen (./. 19) - nahezu umgesetzt. DSM hat durch Erfahrungen mit ihren Vertragspartnerstädten erkannt, dass geeignete Standorte für die Errichtung großflächiger Werbeanlagen immer schwerer zu finden sind. Es ist daher zu erwarten, dass nur noch punktuell Anträge für großformatige Werbeanlagen auf öffentlicher Fläche an Top-Standorten gestellt werden. Insoweit wird die DSM die Umsetzung ihres Konzeptzieles in Bezug auf Premium-Großflächen nicht weiter verfolgen.

DSM hat auf Vorschlag der Verwaltung über Alternativen zu den großformatigen Anlagen nachgedacht und ein Innenstadtkonzept für Bielefeld entwickelt. Dieses Konzept beinhaltet im Wesentlichen die Aufstellung von kleinformatigen City-Light-Postern (CLP) im Innenstadtbereich, die einseitig mit Stadtinformationen belegt werden können. Die Zahl der Werbeanlagen würde sich insgesamt nicht wesentlich gegenüber dem ursprünglichen Konzept erhöhen. Die CLP haben ein Vitrinenmaß von 1,37 m (Breite) x 2,25 m (Höhe inkl. Sockel) x 0,17 m (Tiefe).

Die von DSM vorgeschlagenen CLP-Standorte werden bezüglich der Belange des Bau- und Planungsrechts, der Stadtgestaltung, des Denkmalschutzes, der Umwelt sowie der Verkehrssicherheit derzeit geprüft und nach Abschluss der Prüfung der Bezirksvertretung Mitte zeitnah zur Beratung und Beschlussfassung vorgelegt. Hierzu bietet es sich an, sich über die Standorte im Vorfeld zu verständigen.

Oberbürgermeister/Beigeordnete(r)

Moss