

# Der Bürgermeister

Hilden, den 22.05.2006

AZ.: 60.1



# Hilden

**WP 04-09 SV 60/042**

## Beschlussvorlage

öffentlich

### Werbeflächenkonzept

Beratungsfolge:	Sitzung am:	Abstimmungsergebnis(se) (für eigene Notizen)		
		ja	nein	Enthaltungen
Stadtentwicklungsausschuss	07.06.2006			
Kulturausschuss	08.06.2006			
Rat der Stadt Hilden	21.06.2006			

**Beschlussvorschlag:**

„Nach Vorberatung durch den Stadtentwicklungsausschuss und den Kulturausschuss fasst der Rat folgenden Beschluss:

1. Der Errichtung von fünf Stelen - Anlage 2 – für die Bereiche Kultur und Stadtmarketing mit einem Kostenaufwand von €50.000 an den Standorten gem. Anlage 1 wird zugestimmt.  
Kosten für Anschaffung und Ersatzbeschaffung sowie Unterhaltung und Wartung der Stelen werden von der Stadt Hilden übernommen.

Um eine Realisierung noch im Jahre 2006 zu ermöglichen, werden die Kosten für die Erstanschaffung in Höhe von €50.000 außerplanmäßig bereitgestellt.  
Die Deckung erfolgt mittels Entnahme aus der Rücklage (Haushaltsstelle 9100.000.3100).

Die Bestückung der Stelen mit Plakaten ist zwischen Kulturverwaltung und Stadtmarketing GmbH abzustimmen und erfolgt dann nach dem abgestimmten Plan durch die Stadtmarketing GmbH.

2.  
Alternative a.

Die Planung für den Bereich der Hildener Vereine und Verbände Dreiecksständer nach Anlage 3 mit einem Aufwand von €15.000 an den Standorten gem. Anlage 1 zu errichten, wird zustimmend zur Kenntnis genommen.

Die Kosten für die Erstanschaffung und Ersatzbeschaffung der Dreiecksständer ebenso wie die Personalkosten und die sonstigen Unterhaltungskosten werden von der Stadtmarketing GmbH übernommen.

Der Betrieb (Bestückung mit Plakaten, Unterhaltung) erfolgt ebenfalls durch die Stadtmarketing GmbH gegen eine Nutzungsgebühr von 0,50 € pro Seite - DIN A1 -.

Zur Unterstützung dieses Vorhabens wird die Werbung mittels Dreiecksständer als Sondernutzung auf den in der Anlage 1 schraffiert dargestellten öffentlichen Verkehrsflächen nicht mehr zugelassen.

Von diesem Verbot ausgenommen sind a.) die Wahlwerbung der politischen Parteien vor den jeweiligen Wahlen, sowie b.) ~~die Werbung Hildener Vereine und Verbände mit Dreiecksständern aus hochwertigen Materialien (insbes. Edelstahl, Aluminium).~~

Diese Änderungen sind in eine Änderungsverordnung zur Ordnungsbehördlichen Verordnung zur Aufrechterhaltung der öffentlichen Sicherheit und Ordnung in der Stadt Hilden aufzunehmen.

- Alternative b.

**Für die Hildener Vereine und Verbände verbleibt es bei den bisherigen Möglichkeiten der Werbung mit Dreiecksständern, damit jeder betroffene Verein und Verband nach seinen finanziellen Möglichkeiten die für ihn jeweils notwendige Werbung im Bereich der Fußgängerzone im Rahmen der gesetzlichen Möglichkeiten betreiben kann.**

***Alternative c.***

***Gänzlicher Verzicht auf Dreiecksständer in der Fußgängerzone***

- 3. Die als Anlage 4 beigefügte Änderungsverordnung zur  
Ordnungsbehördlichen  
Verordnung zur Aufrechterhaltung der öffentlichen Sicherheit und Ordnung  
in der  
Stadt Hilden wird beschlossen.**

Der Bürgermeister wird beauftragt, das Weitere zu veranlassen.“

**G. Scheib**

Finanzielle Auswirkungen	<b>Ja</b>	
Haushaltsstelle: 3000.000.9500	Bezeichnung: Kulturwerbbestelen	
Kosten € 50.000	vorgesehen im	Haushaltsjahr 2006
Folgekosten € 500		
Mittel stehen nicht zur Verfügung		
Finanzierung: Entnahme aus der Rücklage ( Haushaltsstelle 9100.000.3100)		Sichtvermerk Kämmerer

**Erläuterungen und Begründungen:**

Im Jahre 2005 wurden im Baudezernat Überlegungen angestellt, mit dem Ziel, die gesamte Werbung im Bereich der Fußgängerzone aus einem Guss gestalten zu lassen und die Stadtwerbung als Imagewerbung zu verbessern.

In Gesprächen zwischen der Bau- und Kulturverwaltung und der Stadtmarketing GmbH wurde ein Konzept abgestimmt, dass für den Bereich der städtischen Eigenwerbung vorsieht, an fünf ausgesuchten Standorten in der Innenstadt Werbung mittels hochwertiger Stelen für die Bereiche Kulturveranstaltungen und Stadtmarketing zu betreiben.

Das Büro Knappschneider aus Wuppertal hat eine Plakatsäule für den städtischen Außenraum entwickelt, die sich harmonisch in das Stadtbild einfügen würde.

Diese Säule hat eine Gesamthöhe von 250 cm mit einem Durchmesser von 70 cm. Die drei vorgesehenen Plakatfenster können je 1 DIN-A1 und 2 DIN-A 3 Plakate aufnehmen.

Die Fenster lassen sich aufklappen.

Zur gleichmäßigen Hinterleuchtung ist eine Lichtquelle im Zentrum positioniert.

Als Anlage 2 ist der Sitzungsvorlage eine zeichnerische Darstellung der Säule beigelegt.

Diese Lösung verursacht pro Standort Erstellungskosten in Höhe von € 10.000.

In dieser Summe sind enthalten:

Säule, Montage, Fundament, Stromanschluss und MWSt.

Die Umsetzung dieser Maßnahme sollte nach abschließender Prüfung der Standorte und Bereitstellung der Mittel im Laufe des Jahres 2006 erfolgen.

Anzumerken bleibt noch, dass die Stelen für die Bereiche Kulturveranstaltungen und Stadtmarketing von zentraler Stelle aus bedient werden sollen.

Diese zentrale Stelle soll bei der Stadtmarketing GmbH angesiedelt werden. Von dort werden dann auch die Personalkosten übernommen.

Die Kosten der Erst- und Ersatzbeschaffung sowie die der Unterhaltung übernimmt die Stadt Hildden.

Als Standorte sind folgende Örtlichkeiten vorgesehen:

Fritz – Gressard – Platz  
Mittelstraße (Klotzstr. / Benrather Str.)  
Mittelstraße (Kirchhofstraße)  
Markt  
Bürgerhaus

Aufgrund einer Anregung aus dem Ältestenrat wurden die Bereiche Bürgerhaus und Mittelstraße (Kirchhofstraße) hinsichtlich der Entfernung der Stelen nochmals in der Verwaltung betrachtet. Da es sich hier um Bereiche handelt die der Besucher der Fußgängerzone auf jeden Fall anläuft, andererseits die Möblierung der Fußgängerzone zwischen diesen Bereichen die Wirkung der Stelen herabsetzt, soll jedoch keine Veränderung der vorgeschlagenen Standorte erfolgen.

Die Verwaltung verspricht sich von der Umsetzung dieses Konzeptes eine Steigerung der Wirksamkeit der städtischen Eigenwerbung und Aufwertung des Stadtbildes im Fußgängerbereich.

**Alternative 2a**

Für die Vereins- und Verbandswerbung sind im Rahmen der **Alternative 2a** 15 hochwertige Dreiecksständer - siehe Anlage 1 - vorgesehen.

Als Material für diese Dreiecksständer ist Alu/VA- Edelstahl vorgesehen.  
Die Werbefläche sollte ausreichend für DIN A1 Plakate und mit Alu-Wechselrahmen mit durchsichtigem Kunststoffeinsatz und neutralfarbigem Hintergrund.  
Die Plakate werden in den Kunststoffeinsatz eingesteckt, so dass auch bei Plakaten kleineren Formats immer ein sauberes Bild ergibt.

Andere Dreiecksständerwerbemaßnahmen in den vorgenannten Bereichen werden in der Innenstadt zur Unterstützung der Alternative 2a im Rahmen des Werbeflächenkonzeptes nicht mehr zugelassen und Missachtungen konsequent ordnungsbehördlich verfolgt.

Zur Umsetzung dieser Planung ist noch die Anpassung der ordnungsbehördlichen Verordnung zur Aufrechterhaltung der öffentlichen Sicherheit und Ordnung in der Stadt Hilden erforderlich.  
Die erforderliche Änderungsverordnung ist als Anlage 4 dieser Anlage zur Beschlussfassung beigefügt.

Nach einer Internetrecherche ist mit mindestens € 10.000,00 an Kosten zu rechnen.

Hierbei wurde von der Anschaffung von 20 Ständern – 15 Standorte inkl. 5 Dreiecksständer als Ersatz – ausgegangen.

Die Stadtmarketing GmbH ist bereit, die Aufgabe der Anschaffung, Unterhaltung und Verwaltung der Werbeflächen zu übernehmen. Die Kosten werden von der Stadtmarketing GmbH übernommen.

Die Anmerkungen des Ältestenrates hinsichtlich der Diebstahlsicherung werden durch das Stadtmarketing beachtet werden.

Nach einem vorläufigen Betriebskonzept sollen die Dreiecksständer Hildener Vereinen und Verbänden aus den Bereichen Sport, Kultur und Soziales für ihre entsprechenden Veranstaltungen gegen Zahlung eines Betrages mietweise zur Verfügung gestellt werden.

Die Mindestmietzeit sollte eine Woche – von Montag bis Sonntag – betragen.

Es ist vorgesehen, die Plakate mit einer Mindestgröße von DIN A2 bei der Stadtmarketing GmbH abzugeben.

Diese kümmert sich um die Anbringung der Werbung an den vereinbarten Standorten.

Die Standorte sollen wöchentlich dreimal auf ihre Sauberkeit und ihren Zustand kontrolliert werden. Festgestellte Missstände werden sofort beseitigt. Ebenso werden notwendige Reparaturen sofort veranlasst.

Gegen bekannte bzw. festgestellte Verursacher werden notwendige rechtliche Maßnahmen veranlasst.

Nach der bisherigen Planung wird davon ausgegangen, dass eine 400 € - Kraft für die Umsetzung dieses Konzeptes ausreichend ist.

Diese Kraft könnte sich des Weiteren um die Entfernung unzulässiger Dreiecksständerwerbung kümmern.

Unter Berücksichtigung der Verteilung der Anschaffungskosten der Ständer von 10.000 € auf drei Jahre und Personalkosten von ca. 4.800 € (pro Jahr) bei einer möglichen Ausleihzeit an 365 Tagen bei 15 Standorten ergibt sich ein Mietzins von **€1,50 pro Tag** und Dreiecksständer, mithin **0,50 € pro Seite**

(bis DIN A1).

Für eine Woche Werbung wären dann an **15** Standorten für **eine** Seite € 52,50 aufzubringen.

Da hier das Stadtmarketing eine Aufgabe für die Stadt Hilden ausführt, ist eine gesonderte Sondernutzungsgenehmigung nicht erforderlich.

Die Verwaltung verspricht sich von der Umsetzung dieses Konzeptes eine Steigerung der Wirksamkeit der Vereins- und Verbandswerbung, sowie eine Aufwertung des Stadtbildes im Fußgängerbereich.

### **Alternative 2b**

Die Vereine und Verbände bedienen sich derzeit kostenlos der Dreiecksstände von Parteien. Sie benötigen für ihre Werbemaßnahme eine Sondernutzungsgenehmigung der Stadt Hilden. Diese wird ihnen kostenlos erteilt.

Im Gegensatz zu der **Alternative 2a** hätten die Vereine hier die Möglichkeit mehr Ständer zu belegen, ohne dass die Mietkosten steigen bzw. die Werbezeit auf eine Woche beschränkt bleibt. Allerdings könnte bei dieser Alternative **keine** Unterstützung durch Nichtzulassung sonstiger Dreiecksständerwerbung erfolgen.

Hierdurch sinkt neben der Wirksamkeit der jeweiligen Werbung auch die Möglichkeit der Verbesserung der optischen Wirkung des Fußgängerbereichs.

Die Verwaltung regt an, unabhängig von der Entscheidung „Dreiecksstände“ die Werbemaßnahme „Stelen“ für den Kultur- und Stadtmarketingbereich umzusetzen.

G. Scheib