

Übersicht



Hilden

Der Bürgermeister
Hilden, den 29.05.2024
AZ.: I/80-cs

WP 20-25 SV 80/025

Antragsvorlage

Antrag der CDU-Fraktion; Digitale Anzeigetafeln in der Innenstadt

Für eigene Aufzeichnungen: Abstimmungsergebnis			
	JA	NEIN	ENTH.
CDU			
SPD			
Grüne			
FDP			
AfD			
BA			
Allianz			
Die Linke			

öffentlich

Finanzielle Auswirkungen

Organisatorische Auswirkungen

☐ ja
☐ ja

☐ nein
☐ nein

☒ noch nicht zu übersehen
☒ noch nicht zu übersehen

Beratungsfolge:

Hauptausschuss

12.06.2024

Entscheidung

Anlage: Antrag CDU Digitale Anzeigetafeln (Cityscreen) in der Innenstadt

Antragstext:

Wir bitten die Verwaltung, auch angesichts der durch die Übernahme der Stadtmarketingaktivitäten verlagerten Zuständigkeiten für die Dreiecksstände um folgende Prüfungen:

1. Ermittlung der derzeitigen oder veranschlagten Kosten für die Pflege / Bedienung der Plakatstände und Litfaßsäulen in der Mittelstraße.
2. Ermittlung der Kosten für ein Lösungspaket mit doppelseitigen und vandalensicheren Signage Anzeigetafeln im Outdoorbereich (Standorte: derzeitige Standorte der Litfaßsäulen). Diese Plattformen sollten die Printmedien in der Innenstadt komplett ersetzen (Dreiecksstände entfallen) und als Medium für städtische Verlautbarungen z. B. im Bereich Kultur, Tourismus, Werbung für Vereinsveranstaltungen und nicht zuletzt auch als vermietbares Medium für die zeitgesteuerte Einzelhandelswerbung dienen. Bei einer Anzeigendauer von z. B. 30 Sekunden ergeben sich zwischen 9:00 Uhr und 22:00 Uhr 1.680 Motivwechsel am Tag. Die Verwaltung und Steuerung der Geräte soll über eine Webschnittstelle von einem zentralen Ort der Verwaltung aus vorgenommen werden. Beispiele dafür gibt es in zunehmendem Maße aus vielen Städten unseres Landes.

Erläuterungen zum Antrag:

Die derzeitige Situation bei Werbemaßnahmen in der Innenstadt, beschränkt sich ausschließlich auf Printmedien im A1 / A0-Format, die über Dreiecksstände oder kleine Litfaßsäulen präsentiert werden.

Besonders in der Mittelstraße machen diese einen ungepflegten Eindruck, weil um die Ständer herum das Straßenbegleitgrün wuchert, die Plakate in kurzer Zeit bereits durch Feuchtigkeit stark in Mitleidenschaft gezogen werden und damit eher ungepflegt und wenig anziehend wirken. Zur Pflege der Ständer und zum turnusmäßigen Tausch der Plakate sind natürlich Menschen am jeweiligen Objekt erforderlich.

Der Einzelhandel, speziell in den Seitenstraßen, hat heute nur begrenzt bis gar nicht die Möglichkeit, im Besucherstrom der Mittelstraße auf sich aufmerksam zu machen. Eine Debatte dazu gab es ja bereits, die für die Händler der Seitenstraßen allerdings unbefriedigend verlief.

Plakatdruck ist zeit- und kostenintensiv. Die elektronische Übermittlung an eine zentrale Stelle hingegen ist ein echter Mehrwert für alle Nutzenden und trägt innerhalb des digitalen Systems auch zu einem gepflegteren Stadtbild bei.

Stellungnahme der Verwaltung:

Zu 1.:

Aufwand für Plakatwechsel, Pflege und Wartung

Für den Wechsel der Plakate in den Plakatständen wird üblicherweise alle zwei Wochen freitags eine Personalstunde benötigt. Ein Reinigungsmittel wird zu diesem Zweck mitgenommen und bei Bedarf werden Plakatstände gereinigt (26 Zeitstunden jährlich).

Halbjährlich findet eine „Inspektion“ und gründlichere Reinigung statt. Der Aufwand liegt dann bei bis zu einer Stunde für 2 Personen (4 Zeitstunden jährlich).

Die Oberflächen der Folien werden mit der Zeit zerkratzt oder beschädigt: Alle 2 Jahre werden 45 Folien für circa 500 € nachbestellt (für die 3 Seiten der Dreiecksstände). Ein Austausch findet im Zuge der halbjährlichen Inspektion statt.

Plakate sind auch in der heute digital geprägten Zeit ein weit verbreitetes Mittel, um Veranstaltungen zu bewerben. Mit Hilfe von Plakaten ist ein Aushang z. B. in Sporthallen, Geschäften, im Rathaus oder der Stadtbibliothek einfach umsetzbar. Der finanzielle Aufwand, zusätzlich Plakate für die Plakatständer zu drucken, ist marginal (für alle Plakatständer insgesamt ca. 2 - 3 € je Druckauftrag).

Zu 2.:

Kosten für digitale Anzeigetafeln anstelle der drei Litfaßsäulen

Die Kaufkosten für eine doppelseitige LED-Anzeigetafel für den Außenbereich beginnen bei ca. 16.000 €. Nicht berücksichtigt sind Anschlusskosten sowie die sich anschließenden Kosten für Betrieb und Wartung.

Der personelle Aufwand, Grafiken für die Anzeigetafeln anzupassen und diese in das System einzubringen, kann noch nicht abgeschätzt werden. Dies wird auch von System und Software abhängen.

Die Standorte der Litfaßsäulen sind heute nicht an Strom angebunden. Für die Installation elektronischer Anzeigetafeln sind entsprechende Vorbereitungen im Tiefbau erforderlich, deren Kosten nicht abschließend beziffert werden können. Mit einem jeweils geringen fünfstelligen Betrag ist pro Standort mindestens zu rechnen.

Auf den Plakatständern werden primär städtische Veranstaltungen und Themen beworben. Vereine oder Unternehmen zahlen Geld für ihre Präsenz in den Plakatständern. Die Einnahmen der Plakatständer aus der Nutzung Dritter werden für 2024 rund 3.500 € betragen.

Die Plakatständer haben im Bereich der Fußgängerzone einerseits den Zweck, die Sondernutzung für das Anbringen von Plakaten in der Innenstadt zu ermöglichen und zugleich die Funktion, diese Sondernutzung zu ordnen. Außerhalb der Innenstadt werden Plakate im Rahmen der Sondernutzungen beispielsweise an Laternen angebracht.

Sofern die heutigen Plakatständer vollständig entfallen, würde sich die Präsenz der städtischen Informationen in der Fußgängerzone von heute 18 auf 3 Standorte verringern. In der baulich eng gestalteten 1A-Lage zwischen dem Alten Markt und der Bismarck-Passage ist aus verschiedenen Gründen voraussichtlich kein Standort für eine LED-Tafel umsetzbar.

Im Zuge einer Digitalisierung der Informationstafeln kann der Außenauftritt der Stadt über LED-Anzeigetafeln wiederum modernisiert werden. Gestaltungen auf elektronischen Anzeigetafeln sind deutlich flexibler und eröffnen über Bildwechsel neue Möglichkeiten. Eine weitere neue Option ergibt sich mit den Anzeigetafeln in der Umsetzungsgeschwindigkeit für aktuelle Nachrichten: Informationen der Stadt könnten zeitnah und in einem Zuge mit Presseveröffentlichungen auf der Mittelstraße präsentiert werden.

Leider ist der Kostenaufwand deutlich höher als für die zweckmäßig funktionierenden Plakatständer. Aus Sicht der Wirtschaftsförderung ist es für die Förderung der Einkaufsstadt Hilden wünschenswert, dass auf den Anzeigetafeln auch Hinweise auf den Einzelhandel ermöglicht werden. Präsenzzeiten für Werbung verringern die Präsenzzeiten für städtische Informationen und deren Grenzen sind deshalb abzuwägen. Dennoch kann Werbung, insbesondere für den lokalen Einzelhandel und die Gastronomie, Einnahmen generieren und die hohen Kosten zumindest teilweise refinanzieren.

gez.

Dr. Claus Pommer
Bürgermeister

Klimarelevanz:

Bei Bestellungen der städtischen Plakate wird der klimaneutrale Druck ausgewählt.

Die Lebenszyklus-Analyse der potenziellen Umweltwirkungen und der Energiebilanz von Produkten während des gesamten Lebensweges ist für einen Bildschirm deutlich schlechter, als der umweltfreundliche Druck von Plakaten.

Neben der Herstellung des Gerätes verursacht auch der elektrische Betrieb Treibhausgasemissionen. Die Entsorgung bzw. das Recycling von Elektrogeräten ist endenergieintensiver, als das Recycling von Papierplakaten.

Für den Betrieb im Außenbereich müssen die Bildschirme sehr hell bzw. mit einem starken Kontrast betrieben werden. Das bedingt einen höheren Energieaufwand, der über Transistoren/Kondensatoren Abwärme erzeugt. Zusätzlich ausströmende Hitze im Innenstadtbereich ist aus Klimaanpassungsgründen zu vermeiden.

Hilden, den 20.05.2024

Prüfauftrag im Hauptausschuss

Digitale Anzeigetafeln (Cityscreen) in der Innenstadt

Die derzeitige Situation bei Werbemaßnahmen in der Innenstadt, beschränkt sich ausschließlich auf Printmedien im A1 / A0-Format, die über Dreiecksstände oder kleine Litfaßsäulen präsentiert werden.

Besonders in der Mittelstraße machen diese einen ungepflegten Eindruck, weil um die Ständer herum das Straßenbegleitgrün wuchert, die Plakate in kurzer Zeit bereits durch Feuchtigkeit stark in Mitleidenschaft gezogen werden und damit eher ungepflegt und wenig anziehend wirken. Zur Pflege der Ständer und zum turnusmäßigen Tausch der Plakate natürlich Menschen am jeweiligen Objekt erforderlich.

Der Einzelhandel, speziell in den Seitenstraßen, hat heute nur begrenzt bis garnicht die Möglichkeit, im Besucherstrom der Mittelstraße auf sich aufmerksam zu machen. Eine Debatte dazu gab es ja bereits, die für die Händler der Seitenstraßen allerdings unbefriedigend verlief.

Wir bitten die Verwaltung, auch angesichts der durch die Übernahme der Stadtmarketingaktivitäten verlagerten Zuständigkeiten für die Dreiecksstände um folgende Prüfungen:

1. Ermittlung der derzeitigen oder veranschlagten Kosten für die Pflege / Bedienung der Plakatstände und Litfaßsäulen in der Mittelstraße.
2. Ermittlung der Kosten für ein Lösungspaket mit doppelseitigen und vandalensicheren Signage Anzeigetafeln im Outdoorbereich (Standorte: derzeitige Standorte der Litfaßsäulen). Diese Plattformen sollten die Printmedien in der Innenstadt komplett ersetzen (Dreiecksstände entfallen) und als Medium für städtische Verlautbarungen z.B. im Bereich Kultur, Tourismus, Werbung für Vereinsveranstaltungen und nicht zuletzt auch als vermietbares Medium für die zeitgesteuerte Einzelhandelswerbung dienen. Bei einer Anzeigendauer von z.B. 30 Sekunden ergeben sich zwischen 8:00 Uhr und 22:00 Uhr 1.680 Motivwechsel am Tag. Die Verwaltung und Steuerung der Geräte soll über eine Webschnittstelle von einem zentralen Ort in der Verwaltung aus vorgenommen werden. Beispiele dafür gibt es in zunehmendem Maße aus vielen Städten unseres Landes.

Plakatdruck ist zeit- und kostenintensiv. Die elektronische Übermittlung an eine zentrale Stelle hingegen ist ein echter Mehrwert für alle Nutzenden und trägt innerhalb eines digitalen Systems auch zu einem gepflegteren Stadtbild bei.

gez. Claudia Schlottmann MdL
Fraktionsvorsitzende

gez. Peter Groß
stv. Fraktionsvorsitzender