

Schriftliche Kleine Anfrage

des Abgeordneten Dr. Kurt Duwe (FDP) vom 05.06.12

und Antwort des Senats

Betr.: Frei stehende Werbeflächen

Die beiden Firmen JCDecaux Deutschland GmbH und Ströer Deutsche Städte Medien GmbH sind, nachdem sie ein europaweites Wettbewerbsverfahren gewonnen haben, berechtigt, auf dem Gebiet der Freien und Hansestadt Hamburg (FHH) Werbeflächen aufzustellen und zu betreiben. Der Umfang der Leistungen und Gegenleistungen ist in drei Verträgen, die bis zum 31. Dezember 2023 laufen, geregelt.

Vor diesem Hintergrund frage ich den Senat:

- 1. Wie viele frei stehende Werbeflächen (beispielsweise Litfaßsäulen, Ganzstellen, SIAs) dürfen jeweils durch die beiden Vertragspartner in der FHH aufgestellt werden? (Sofern vertraglich geregelt, bitte nach Bezirken differenziert aufschlüsseln.)*

Die folgenden Angaben beziehen sich auf die vertraglichen Vorgaben zur Anzahl der unterschiedlichen Typen von Werbeanlagen insgesamt. Festlegungen zur Verteilung auf die Bezirke sehen die Verträge nicht vor. Soweit Mindest- oder Obergrenzen vorgegeben sind, ist dies im Folgenden gekennzeichnet; andernfalls bezeichnen die Verträge die bei Vertragsschluss vorgesehene Anzahl von Anlagen.

Anlagen zur kommerziellen Werbung:

- Bis zu 140 hinterleuchtete Großwerbeanlagen im Format 18/1.
- 900 hinterleuchtete Säulen sowie 300 nicht hinterleuchtete Säulen für kommerzielle Werbung, die Gesamtzahl der kommerziellen Säulen darf 1.200 nicht überschreiten. Nicht hinterleuchtete Säulen, auf denen nur ein Werbemotiv gezeigt wird (sogenannte Ganzstellen), sind nur insoweit vorgesehen, als die Zahl von 900 hinterleuchteten Säulen nicht erreicht wird.
- Bis zu 461 Uhrensäulen oder -kandelaber.
- 350 selbstständige und 1.600 Werbeträger an 2.150 Fahrgastunterständen (FGU), hinterleuchtet, im Format 4/1.

Anlagen zur Werbung für kulturelle Veranstaltungen in Hamburg:

- Mindestens 230 nicht hinterleuchtete Säulen.
- Bis zu 6.000 Werbeflächen im Format 1/1 an Bauzäunen.
- 2.300 Werbeflächen im Format 1/1 an Schaltschränken der öffentlichen Beleuchtung.

2. *Wie viele frei stehende Werbeflächen wurden jeweils durch die beiden Vertragspartner in der FHH aufgestellt? (Bitte nach Bezirken differenziert aufschlüsseln.)*

Nach den Standortlisten der Vertragspartner wurden folgende Anlagen errichtet:

Bezirk	Großwerbeanlagen 18/1	Hinterleuchtete Säulen	Nicht hinterleuchtete Säulen		Werbeanlagen im Format 4/1		Uhren
			Kommerziell	Kultur	in FGU	außerhalb von FGU	
Hamburg-Mitte	41	227	75	116	172	265	89
Altona	20	112	56	101	137	117	67
Eimsbüttel	14	107	52	110	123	129	79
Hamburg-Nord	23	129	92	113	140	178	93
Wandsbek	21	128	72	65	332	47	87
Bergedorf	4	33	23	18	57	48	22
Harburg	6	62	30	28	121	15	24
insgesamt	129	798	400	551	1082	799 selbstständige Stadtinformationsanlagen (SIA) und ausgelagerte Werbeträger aus FGU	461

3. *Wie viele frei stehende Werbeflächen sind durch die beiden Vertragspartner jeweils ausgetauscht beziehungsweise modernisiert worden?*

Von den in der Antwort zu 2. genannten Werbeträgern sind 123 der hinterleuchteten Großwerbeanlagen, alle hinterleuchteten Säulen, 20 nicht hinterleuchtete Säulen, 616 Werbeanlagen im Format 4/1 sowie 54 Uhren seit Vertragsbeginn ausgetauscht, neu errichtet oder erneuert worden.

4. *Ist es beiden Vertragspartnern erlaubt, zusätzliche frei stehende Werbeflächen zu errichten, wenn Werbeflächen an Fahrgastunterständen wegfallen?*

Wenn ja, in wie vielen Fällen wurden auf diese Weise frei stehende Werbeflächen errichtet?

Nein. Nur ein Vertragspartner hat das Recht zur Werbung an FGU. Sofern aus Gründen der örtlichen Verhältnisse an der Bushaltestelle, beispielsweise wegen Platzmangels, des Abstands zur Fahrbahn oder zu Fahrradwegen, die Integration eines Werbeträgers im FGU nicht möglich ist oder zu Behinderungen führt, kann er ausgelagert werden. Dies ist in 457 Fällen erfolgt.

5. *Welche Anforderungen an die Gestaltung, Abmessungen und technische Ausführung sind in den Verträgen oder an anderer Stelle für die frei stehenden Werbeflächen definiert?*

Die Anforderungen an die unterschiedlichen Typen von Werbeanlagen sind in der Drs. 18/7234 beschrieben. Die vertraglichen Festlegungen werden im Detail durch technische Zeichnungen der Anlagentypen getroffen; diese technischen Zeichnungen stellen Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse der Vertragspartner dar, die nicht offenbart werden können.

6. *Auf welchen Flächen dürfen die beiden Vertragspartner frei stehende Werbeflächen errichten und welche Anforderungen müssen die jeweiligen Standorte erfüllen?*

Die vertraglichen Rechte zur Errichtung und zum Betrieb von Werbeanlagen beziehen sich auf alle Flächen des Hamburger Staatsgebietes außerhalb von Gebäuden, die im öffentlichen oder privaten Eigentum der Freien und Hansestadt Hamburg (FHH) stehen, insbesondere auf öffentlich gewidmete Wegeflächen. Ausgenommen hiervon sind Flächen, die von Hamburg im Wege des Erbbaurechts vergeben oder die an Dritte aufgrund eines dauerhaften Vertragsverhältnisses zur Nutzung und Unterhaltung auf eigene Kosten überlassen werden, sowie Flächen der Gesellschaften des öffentlichen Personenverkehrs.

7. Wie beurteilt der Senat die Gefahren von Behinderungen durch frei stehende Werbeflächen insbesondere für Fußgänger und Fahrradfahrer?

Alle Werbeanlagen sind so zu errichten, dass sie den Anforderungen der Sicherheit und Ordnung und den Grundsätzen der Verkehrssicherheit entsprechen. Sprechen im Einzelfall mögliche Gefahren der Behinderung durch Werbeanlagen, insbesondere für Fußgänger oder Radfahrer, aber auch für die übrigen Verkehrsteilnehmer, gegen beantragte Standorte für einzelne Anlagen, wird die Genehmigung nicht erteilt. Bereits bestehende Anlagen sind zu entfernen, wenn dies aus Gründen der Verkehrssicherheit geboten ist.

8. Wie viele Unfälle mit frei stehenden Werbeflächen gab es in der FHH in den letzten fünf Jahren? (Bitte Unfallursache, Verkehrsteilnehmer und Schadenshöhe darstellen.)

Statistiken im Sinne der Fragestellung werden nicht geführt

9. Unter welchen Voraussetzungen ist das Aufstellen von Werbeflächen durch andere Anbieter, Firmen oder Privatpersonen zulässig?

Auf Flächen im öffentlichen oder privaten Eigentum der FHH, für die die Werberechtsverträge gelten (siehe Antwort zu 6.), sind nach den vertraglichen Regelungen Anlagen der Außenwerbung durch Dritte zulässig, wenn es sich im Einzelfall um:

- Werbung in Formaten, die größer sind als 18/1, die Gegenstand von Genehmigungen im Einzelfall sein kann,
- Werbung in oder an öffentlichen Verkehrsmitteln und auf Flächen des S- und U-Bahn-Verkehrs, die Gegenstand besonderer Werberechtsverträge sind,
- Wahlwerbung oder Werbung, die von Initiatoren von Volksinitiativen, Volksbegehren und Volksentscheiden beziehungsweise Bürgerbegehren und Bürgerentscheiden zum Zwecke der Information der Öffentlichkeit über das Anliegen beantragt wird,
- Werbung, die von Hamburg zur Standortwerbung für Hamburg zugelassen wird,
- vorübergehende Werbung aus Anlass, im Rahmen von und im unmittelbaren räumlichen Zusammenhang mit einzelnen Veranstaltungen insbesondere sportlicher oder kultureller Art, wenn die Werbemöglichkeiten von den jeweiligen Veranstaltern geschaffen werden,
- Werbung, die von Hamburg im Einzelfall als Sondernutzung öffentlicher Wege nach Maßgabe der Vorschriften des Hamburgischen Wegegesetzes und der von der zuständigen Behörde hierzu erlassenen Verwaltungsregelungen zugelassen wird (siehe Drs. 20/582),

handelt.

10. Ist die Aufstellung von frei stehenden Werbeflächen in jedem Einzelfall genehmigungspflichtig, oder ist auf Grundlage der vertraglichen Regelungen eine pauschale Genehmigung an die beiden Unternehmen erteilt worden?

Für Werbeanlagen, die an ihren bisherigen Standorten bereits nach früheren Werberechtsverträgen genehmigt waren, sind durch den Neuabschluss der Werberechtsverträge von 2007 erneut die erforderlichen Genehmigungen erteilt worden. Diese vertragliche Erlaubnis gilt auch für gleichartige Werbeanlagen, die an denselben Standorten errichtet werden. Für neue und zusätzliche Anlagen an anderen Standorten bedarf

es im Einzelfall einer Genehmigung zur Sondernutzung öffentlicher Wege beziehungsweise einer Baugenehmigung für Werbeanlagen auf nicht als öffentliche Wege gewidmeten Flächen.

11. *Wie überprüft der Senat die Einhaltung der vertraglichen Regelungen, insbesondere hinsichtlich der Anzahl und der Qualität der im öffentlichen Raum aufgestellten Werbeflächen?*

Die Verträge sehen Dokumentations- und Berichtspflichten der Vertragspartner zu den Standorten, den Typen der Anlagen, die Ausstattung sowie die Erfüllung der vertraglichen Betriebspflichten vor. Darüber hinaus ermöglichen die Verträge die Durchführung von Überprüfungen zur Einhaltung der vertraglichen Vorgaben durch die Vertragspartner. Eine derartige Überprüfung zur Errichtung der FGU und der entsprechenden Werbeträger wird aktuell vorbereitet.