

18. Wahlperiode

Schriftliche Anfrage

der Abgeordneten Katalin Gennburg (LINKE)

vom 07. August 2017 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 11. August 2017)

zum Thema:

Werbung in öffentlichem Straßenland

und **Antwort** vom 24. August 2017 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 29. Aug. 2017)

Senatsverwaltung für
Umwelt, Verkehr und Klimaschutz

Frau Abgeordnete Katalin Gennburg (Linke)
über

den Präsidenten des Abgeordnetenhauses von Berlin
über Senatskanzlei - G Sen -

A n t w o r t
auf die Schriftliche Anfrage Nr. 11997
vom 07.08.2017
über Werbung im öffentlichen Straßenland

Im Namen des Senats von Berlin beantworte ich Ihre Schriftliche Anfrage wie folgt:

Frage 1:

Aufgrund von wie vielen Verträgen befinden sich wie viele Werbeflächen in öffentlichem Straßenland Berlins? (bitte aufschlüsseln nach Verträgen, deren Laufzeit, jeweiligen Anzahl an Werbeflächen, jeweiligen Art/Format und Verteilung der Werbeflächen auf Bezirke)

Antwort zu 1:

Die Verträge über Werbung auf öffentlichem Straßenland Berlins und die hiervon erfassten Werbeanlagen sind zur einfacheren Übersicht unten tabellarisch aufgeführt. Bei der dargestellten Anzahl der Werbeanlagen ist zu beachten, dass eine Werbeanlage mehrere Werbeflächen aufweisen kann. Zudem ändert sich die tatsächliche Anzahl der Werbeanlagen laufend, weil die Anlagen öfter, beispielsweise auf Grund von Baumaßnahmen, entfernt oder versetzt werden müssen.

Nicht erfasst sind Werbeanlagen, die nicht Gegenstand eines Vertrages sind, sondern ausschließlich auf Grundlage einzelner Sondernutzungserlaubnisse der Bezirke aufgestellt wurden, wie beispielsweise geklebte Großflächen oder Werbung an Bauzäunen, Baugerüsten etc.

Es handelt sich um folgende Werbeanlagen (in Klammern das jeweilige Werbeflächenformat):

CLB/ML: Großwerbevitrienen wie „City-Light Boards“ bzw. „Mega-Lights“ (18/1 Format, hinterleuchtet)

dCLB/ML: digitale Großwerbevitrienen (18/1 Format, digital)

CLS: Werbesäulen als „City-Light-Säule“ bzw. halbe „City-Light-Säule“ (3x8/1 bzw. 3x4/1 Format, hinterleuchtet)

CLP: Standardwerbevitrienen als „City-Light-Poster“ Vitrine (4/1 Format, hinterleuchtet)

dCLP: digitale Standardwerbevitrienen (4/1 Format, digital)

WH-CLP: „City-Light-Poster“ Vitrine in einer Wartehalle (4/1 Format, hinterleuchtet)
 WH-Allg.: Wartehallen mit Allgemeinanschlag (1/1 – 4/1 Format, beleuchtet und unbeleuchtet)

Litfaßsäule: Allgemeinanschlag bzw. „Ganzstelle“ (1/1 – 8/1 Format, beleuchtet oder unbeleuchtet)

Betonwerbeträger (4/1 Format, unbeleuchtet)

Mastschilder (ca. 60 cm x 80 cm, beleuchtet und unbeleuchtet)

Uhren: Dauerwerbung (bis 4/1 Format, unbeleuchtet oder hinterleuchtet)

Verträge der Hauptverwaltung:

„Straßenlandvertrag“ (Laufzeit bis zum 31.12.2018)								
Bezirke	CLS	CLP	Litfaß- säulen	Uhren	Masten- schilder	Betonwerbe- träger	WH- Allg.	WH- CLP
Gesamt	190	3	2537	359	4209	3	1128	1076
Charlottenburg- Wilmersdorf	53	0	537	79	432	0	41	49
Friedrichshain- Kreuzberg	14	0	318	16	151	3	42	39
Lichtenberg	10	0	104	10	277	0	119	86
Marzahn- Hellersdorf	6	0	62	15	292	0	141	122
Mitte	16	2	390	55	697	0	44	97
Neukölln	13	1	111	35	323	0	74	82
Pankow	14	0	215	7	331	0	146	127
Reinickendorf	9	0	128	25	283	0	104	89
Spandau	11	0	92	30	394	0	98	77
Steglitz- Zehlendorf	14	0	227	38	289	0	129	76
Tempelhof- Schöneberg	28	0	286	44	439	0	83	88
Treptow- Köpenick	2	0	67	5	301	0	107	144

„Toilettenvertrag“ (Laufzeit bis zum 31.12.2018)				
Bezirke	CLB/ML	dCLB/ML	CLS	CLP
Gesamt	110	176	350	379
Charlottenburg- Wilmersdorf	9	8	47	78
Friedrichshain- Kreuzberg	3	0	34	37
Lichtenberg	3	2	11	10
Marzahn- Hellersdorf	18	0	16	28
Mitte	11	0	47	68
Neukölln	15	0	22	34
Pankow	12	2	43	13
Reinickendorf	11	1	23	7
Spandau	11	1	15	33
Steglitz- Zehlendorf	4	0	21	27
Tempelhof- Schöneberg	6	2	45	40
Treptow- Köpenick	7	0	26	4

„Wegeleit-Rahmenvertrag“ (Laufzeit bis zum 31.12.2018)			
Bezirke	CLB	CLS	CLP
Gesamt	2	11	17
Charlottenburg-Wilmersdorf	0	6	1
Friedrichshain-Kreuzberg	0	0	0
Lichtenberg	0	1	0
Marzahn-Hellersdorf	0	0	13
Mitte	0	0	0
Neukölln	0	0	0
Pankow	2	2	0
Reinickendorf	0	1	1
Spandau	0	0	2
Steglitz-Zehlendorf	0	0	0
Tempelhof-Schöneberg	0	1	0
Treptow-Köpenick	0	0	0

„Wartehallenvertrag“ (Laufzeit bis 31.12.2020)	
Bezirke	WH-CLP
Gesamt	2454
Charlottenburg-Wilmersdorf	194
Friedrichshain-Kreuzberg	138
Lichtenberg	212
Marzahn-Hellersdorf	231
Mitte	259
Neukölln	139
Pankow	329
Reinickendorf	161
Spandau	169
Steglitz-Zehlendorf	245
Tempelhof-Schöneberg	197
Treptow-Köpenick	169

„Sanitärcontainervertrag“ (Laufzeit bis 19.05.2024)		
Bezirke	CLB/ML	dCLB/ML
Gesamt	4	1
Charlottenburg-Wilmersdorf	0	1
Friedrichshain-Kreuzberg	0	0
Lichtenberg	0	0
Marzahn-Hellersdorf	0	0
Mitte	1	0
Neukölln	0	0
Pankow	0	0

Reinickendorf	1	0
Spandau	1	0
Steglitz-Zehlendorf	1	0
Tempelhof-Schöneberg	0	0
Treptow-Köpenick	0	0

Pilotprojekt digitale Werbung (Laufzeit bis zum 31.12.2018)	
Bezirke	dCLP
Gesamt	22
Charlottenburg- Wilmersdorf	10
Mitte	6
Tempelhof- Schöneberg	6

Verträge der Bezirke:

Bezirke	Laufzeit bis	Anzahl/Art der Werbeträger
Charlottenburg-Wilmersdorf		
1.	31.12.2018	1 dCLB
2.	27.05.2018	1dCLB
Friedrichshain-Kreuzberg		
1.	31.12.2018	3 CLB
2.	31.12.2021	1 CLB
3.	31.12.2018	12 CLP, 9 CLS
Lichtenberg		
1.	31.12.2019	5 CLB/ML
2.	31.12.2018	4 CLB/ML
Marzahn-Hellersdorf		
1.	31.12.2025	8 CLB/ML
2.	31.12.2018	1 CLB, 1 CLS
3.	31.12.2018	4 CLP
Mitte		
1.	31.12.2022 (ggf. bis 2027)	8 CLB/ML
2.	15.01.2018	2 CLB/ML
3.	31.05.2019	2 CLB/ML
Neukölln		
	31.08.2018	2 CLB/ML
Pankow		
1.	31.08.2018	5 Litfaßsäulen
2.	31.12.2018	3 CLB/ML
3.	31.12.2020	2 CLB/ML
Reinickendorf		
1.	30.04.2025	5 CLB/ML
2.	31.12.2026	2 CLB/ML
3.	31.12.2018	Keine
Spandau		
	31.12.2018	1 CLB/ML
Steglitz-Zehlendorf		
	31.12.2018	2 CLB/ML
Tempelhof-Schöneberg		
	31.12.2018	4 CLB/ML
Treptow-Köpenick		
	16.04.2019	3 WH-CLP

Frage 2:

In welchen dieser Verträge wurden Ausschließlichkeitsrechte für welche Formate vereinbart?

Antwort zu 2:

Im „Toilettenvertrag“ wurde ein Ausschließlichkeitsrecht für Werbung im 4/1 Format vereinbart, im „Wartehallenvertrag“ das ausschließliche Recht, in bestimmten, von der Fa. Wall errichteten Wartehallen zu werben (ohne Formatangabe), und im „Straßenlandvertrag“ ein Ausschließlichkeitsrecht für Werbesäulen, Werbetafeln, Werbebanner/ -Flaggen, Mastenschilder, Uhrenkandelaber und solchen Wartehallen, die nicht vom Wartehallenvertrag umfasst sind.

Frage 3:

Wie viele Werbeflächen befanden sich jeweils in den letzten 20 Jahren im öffentlichen Straßenland? (Angabe bitte nach Jahr und Art/Format aufgeschlüsselt)

Antwort zu 3:

Eine Auflistung der Anzahl der Werbeflächen im öffentlichen Straßenland nach Jahren ist nicht vorhanden und auch nicht rekonstruierbar.

Frage 4:

Wie viele Werbeflächen sind im Rahmen der Neustrukturierung und Neuausschreibung der Werberechte vorgesehen? (bitte nach Bezirk, Art und Format aufschlüsseln)

Antwort zu 4:

Im Rahmen der Neuausschreibung der Werberechte wurde die folgende maximale Anzahl an Standorten für Werbeanlagen festgelegt:

169 Großwerbevitriolen (hinterleuchtet / digital)

883 Standardwerbevitriolen und Werbesäulen (hinterleuchtet / digital)

2500 Litfaßsäulen

430 Uhren

Eine Aufschlüsselung nach Bezirken ist derzeit nicht möglich, weil die Entscheidung, welcher der den Werbeunternehmen in einer Standortliste vorgegebenen Standorte genutzt wird, den Werbeunternehmen obliegt und erst im Laufe des Jahres 2018 getroffen werden wird.

Frage 5:

In welcher Größenordnung lässt sich durch die Neuordnung der Werberechte aus Senatssicht eine Reduzierung der Werbeflächen im öffentlichen Raum erreichen?

Antwort zu 5:

Durch die Festlegung der maximalen Anzahl der Standorte erfolgt eine Reduzierung der Großwerbevitriolen um mehr als 30 %, der Standardwerbevitriolen und Werbesäulen um mehr als 10 % und der Litfaßsäulen um etwa 2 %.

Frage 6:

Welche Regelungen gelten zukünftig für bewegte Werbefelder und welche Maßnahmen will der Senat unternehmen, um die Anzahl der bewegten Werbefelder im Straßenraum zu minimieren?

Antwort zu 6:

Es ist vorgesehen, bewegte Werbebilder strengerer Regelungen als bisher zu unterwerfen. So ist etwa beabsichtigt, die Standzeit der Werbeplakate bei Werbeanlagen mit Plakatwechsler zu verlängern. Insbesondere in Bezug auf die digitalen Werbeanlagen ist vorgesehen, dass das Abspielen von bewegten Bildern wie Filmen, Filmcuts oder Trailern oder gar von audiovisuellen Sequenzen gänzlich ausgeschlossen wird. Jegliche blitzende oder blinkende oder akustische Effekte werden untersagt. Zudem erscheint es sachgerecht, die Standzeit der elektronischen Werbebilder an die Standzeit der hinterleuchteten Werbebilder anzupassen. Allenfalls eine einmalige, punktuelle „Animation“ eines Details oder Elements während der Standzeit soll künftig noch zulässig sein. Eine Minimierung der Anzahl der bewegten Werbebilder im Straßenraum erfolgt zudem wie oben ausgeführt durch die Begrenzung der Standorte für Werbeanlagen.

Berlin, den 24.08.2017

In Vertretung

Jens-Holger Kirchner

.....
Senatsverwaltung für
Umwelt, Verkehr und Klimaschutz