

Stadt Ulm 89070 Ulm

CDU-Fraktion
Rathaus, Marktplatz 1
89073 Ulm

3. November 2016

Antrag 115: Plakatnetz für Kulturveranstalter in Ulm

Sehr geehrter Herr Stadtrat Dr. Kienle,
sehr geehrte Damen und Herren der CDU-Fraktion,

vielen Dank für Ihr Schreiben vom 23. September 2016 und den damit verbundenen Antrag, ein Kulturnetz für die kostengünstige Plakatierung von Kulturveranstaltungen einzurichten bzw. auszuschreiben.

Bereits im Jahr 2009 wurde dieses Thema diskutiert und über neue Richtlinien für die Plakatierung auf öffentlichen Flächen am 13. Januar 2009 beschlossen (vgl. GD 043/09), um das "wilde Plakatieren" einzudämmen. Des Weiteren wurde in der Hauptausschusssitzung am 10. November 2011 über eine mögliche Plakatierung auf den Schaltkästen der SWU und der Telekom gesprochen. Die vorliegenden Angebote wurden damals seitens der Verwaltung geprüft und aufgrund der Kosten als nicht realisierbar erachtet, so in der Niederschrift festgehalten.

Die Stadt Ulm bietet bereits die kostenfreie Plakatierung von Kulturveranstaltungen an. Dies ermöglicht der bestehende Werbenutzungsvertrag mit der WALL GmbH. Das sogenannte "Ulmer Kulturfenster" kann über die Kulturabteilung gebucht werden. Zur Verfügung stehen 39 Säulen für Plakate im A1- und A2-Format und zusätzlich fünf Innenstadt-Kultursäulen für Plakate mit A1-Format. Die Plakatierung läuft über die Firma WALL GmbH. Lediglich die Druckkosten für die Plakate sind vom Veranstalter zu tragen. Voraussetzung für die Nutzung des Angebots ist, dass es sich um ortsansässige, gemeinnützige bzw. nicht rein kommerziell tätige Kulturanbieter handelt, deren Veranstaltungen eine künstlerisch-kreative Ausrichtung haben und in Ulm ausgetragen werden. Die Prüfung der Erfüllung dieser Kriterien erfolgt durch die Kulturabteilung. Diese Handhabung soll mit dem neuen Konzessionär des Werberechts ab 2018 (aktuell in Ausschreibung) beibehalten werden.

Diese Flächen sind ganzjährig sehr gefragt und ausgelastet. Deshalb war dies auch ein wichtiges Thema im aktuell sich dem Ende zuneigenden Kulturentwicklungsprozess. Die beteiligten Kulturschaffenden haben ihre Wünsche und Bedarfe benannt: So wünschen sie sich z.B. ganz konkret eine Kooperation mit Neu-Ulm sowie eine Versetzung einzelner Kultursäulen an stärker frequentierte Orte, insbesondere an der Hochschule. Diese Wünsche werden und nach dem zugehörigen Beschluss am 9.12.2016 im zugehörigen Fachforum, dem Arbeitskreis Kultur (AKK), eingebracht und angegangen werden.

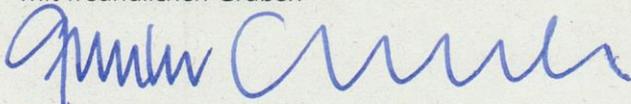
Neben dem Kulturfenster gibt es die Plakatierung auf Holzfaserplatten über die Bürgerdienste als eine weitere preiswerte Alternative zu den Werbeflächen der Firma WALL oder anderen Anbietern (sog. "Siegelmarkenprinzip").

Abgesehen von den Ansätzen in der o.g. GD sehen wir von Seiten der Verwaltung mit Blick auf das angebotene "Kulturnetz" folgende Punkte als kritisch bzw. überdenkenswert an:

- Die optische Attraktivität des vorgeschlagenen Kulturnetzes: Stromverteiler erscheinen uns nicht als attraktives Medium, aufgrund einer oftmals eher versteckten Standortwahl und ihrer Höhe. Unserer Meinung nach ersetzen sie vom Werbeeffect her nicht die vorhandenen Holzfasertafeln und Brückenbänne.
- Die preisliche Attraktivität des vorgeschlagenen Kulturnetzes: Das vorgeschlagene Geschäftsmodell ist mit einem hohen Personalaufwand durch den jeweiligen Betreiber verbunden. Dies zeigt die Erfahrung der Verwaltung mit Blick auf die Betreuung der o.g. "Kulturfenster". Die Verwaltung bezweifelt von dem her, dass es sich wirklich um eine kostengünstigere Variante handelt.
- Die Zukunft der öffentlichen Werbung: Mit Blick auf den digitalen Wandel liegt aus Sicht der Verwaltung die Zukunft der preisgünstigen Werbung von Veranstaltungen vornehmlich im digitalen Sektor.
- Der Auswahl des Zulieferers: Die Definition der Berechtigten müsste klar festgelegt sein, um durch gewinnorientierte Anbieter keine Konkurrenzsituation zum Konzessionär des Werbenutzungsrechts im Stadtgebiet Ulm (aktuell WALL GmbH) aufzubauen. Schlimmstenfalls könnte der Konzessionär den Aufwand für rabattierte Kulturwerbung für die Stadt nicht mehr erwirtschaften und der Werbemarkt würde unattraktiver für den Konzessionär werden.

Grundsätzlich sieht die Stadt aufgrund der bestehenden Regelungen für die Kulturschaffenden ausreichend Möglichkeiten für die Plakatierung und stellt sich hier gut aufgestellt dar. Die Verwaltung wird sich nichts desto trotz intern beraten, ob die bestehende und o.g. Beschlusslage von 2011 noch zufriedenstellend ist oder ob Anpassungen nötig sind.

Mit freundlichen Grüßen



Gunter Czisch