



Stadt Köln



An den
Rat der Stadt Köln
Geschäftsstelle für Anregungen und Beschwerden
Laurenzplatz 1 – 3
50667 Köln

Eingang 12. Sep. 2012

02-11/6
Der Oberbürgermeister
Bürgeramt Innenstadt

45. 1

Betrifft: Eingabe nach § 24 Gemeindeordnung NRW - Rückgewinnung des öffentlichen Raums durch Einschränkung von Werbung.

1. Der Rat der Stadt Köln wird gebeten, für die anstehende EU-weite Ausschreibung und Neuvergabe von Werbenutzungsrechten folgende Kriterien festzulegen: Werbung im öffentlichen Raum der Stadt Köln wird in Zukunft auf Litfaßsäulen (herkömmlicher Art oder in Verbindung mit öffentlichen Toilettenanlagen), auf KVB-Wartehäuschen und U-Bahnstationen beschränkt.

2. Der Rat der Stadt Köln wird aufgefordert, städtische Gestaltungs- und Werbesatzungen so zu ändern, dass Werbemaßnahmen an Gebäuden auf Privatgrundstücken, die das Stadtbild beeinträchtigen oder vom Verkehrsgeschehen ablenken, verboten werden können.

Begründung:

An vielen Orten auf der Welt treten Bürgerinnen und Bürger für die Rückeroberung des öffentlichen Raums ihrer Städte ein. In der brasilianischen Metropole Sao Paulo herrscht seit 2007 ein Verbot großflächiger Werbung im öffentlichen Raum. Bürgerinnen und Bürger zeigen sich hoch zufrieden, weil somit zum ersten Mal seit Jahren wieder ein freier Blick auf die Architektur der Stadt möglich ist. In der Schweiz fordert eine Initiative „Freie Sicht auf Zürich“ die Verbannung von großflächiger Werbung aus der Stadt.

Im belgischen Lüttich ebenso wie im niederländischen Maastricht gelten rigide Werbesatzungen, um das Stadtbild vor „visueller Umweltverschmutzung“ zu bewahren. Auch die Stadt Trier hat sich bei einer Neugestaltung ihrer Werbesatzung auf diese Vorbilder berufen.

In Köln hat der Arbeitskreis „Attraktive Stadtgestaltung“ der „Leitbildgruppe 2020“ bereits 2008 ein sensibleres Umgehen mit der Belastung des öffentlichen Raums durch Außenwerbung angemahnt.

Der Rat der Stadt Köln hat den 1994 mit den Stadtwerken geschlossenen Vertrag über die Nutzung von Werberechten im öffentlichen Raum am 20. 12. 2011 fristgerecht gekündigt. Durch diesen Werbenutzungsvertrag wurde Köln seit 1994 mit hunderten Werbetafeln überzogen. Diese Form der Überantwortung öffentlichen Raums an kommerzielle Interessen hat flächendeckend zu einer Verschlechterung des Stadtbildes geführt:

Großflächige Werbung in überdimensionierten Leuchtkästen verstellt vor allem in Bezirken außerhalb der Innenstadt den Blick auf Sichtachsen, Stadtgrün und Gebäude, und damit auf die Stadt Köln als gewachsenen urbanen Raum und verstößt damit u. a. auch gegen § 13, Abs. 2 der Landesbauordnung NRW. Das betrifft auch die Werbung an Privatgebäuden, die ebenfalls den öffentlichen Raum störend beeinträchtigen.

Reklametafeln auf öffentlichem Grund und Boden wie auch groß dimensionierte Werbung an Gebäuden privater Eigentümer lenken Autofahrer ab und gefährden Fußgänger, weil die Aufmerksamkeit verlangenden Werbebotschaften die Konzentration auf das

Verkehrsgeschehen beeinträchtigen. Beides ist daher durch stadtgestalterische und ordnungspolitische Regularien bis auf die oben genannten Ausnahmen zu unterbinden.

Auch in Köln ist das Erscheinungsbild der Stadt seit langem Diskussionsthema. Zuletzt wurde der Stadt in einer IHK-Umfrage vom Frühjahr 2012 Ungepflegtheit bescheinigt. Der überbordenden Kampf der legalen Werbung um Aufmerksamkeit findet ein Echo in „illegalen“ Aktionen wie Graffiti, Schmierereien aller Art und neuerdings dem Verkleben von Verkehrs- und Strassenschildern.

Die Ausschreibung und Neuverhandlung der Werbenutzungsrechte im Stadtgebiet bietet in Verbindung mit einer Änderung der Gestaltungssatzung eine einmalige Chance, der legalen wie der illegalen Verwahrlosung des öffentlichen Raums Einhalt zu gebieten.

Name:

Anschrift: