

*Buchforst ♦ Buchheim ♦ Dellbrück ♦  
Dünnwald ♦ Flittard Höhenhaus ♦  
Holweide ♦ Mülheim ♦ Stammheim*

## **Bündnis90/DieGrünen** in der Bezirksvertretung Köln-Mülheim

Gleichlautend an:

Herrn Bezirksbürgermeister  
Norbert Fuchs  
- Stadtbezirk Mülheim-

Herrn Oberbürgermeister  
Jürgen Roters  
-Rathaus-

**51065 Köln (Mülheim)**

Wiener Platz 2 a, Zimmer 642  
Telefon: (02 21) 221 99 309

- Winfried Seldschopf (Fraktionsvorsitz)
- Günter Hermkes
- Andrea Restle
- Dr. Kemal Bozay

18.2.13

### **Antrag**

*Sehr geehrter Herr Bezirksbürgermeister,  
sehr geehrter Herr Oberbürgermeister,*

die Fraktion **Bündnis 90/DIE GRÜNEN** in der Bezirksvertretung Mülheim bittet Sie, den nachfolgenden Antrag in die Tagesordnung der nächsten Sitzung aufzunehmen.

#### **Betr.: Berücksichtigung stadtgestalterischer Gesichtspunkte bei der Neuvergabe von Werbenutzungsrechten**

**Der Rat der Stadt Köln und die zuständigen Ausschüsse werden dringend gebeten, für die anstehende EU-weite Ausschreibung und Neuvergabe von Werbenutzungsrechten im öffentlichen Raum der Stadt Kriterien festzulegen, die stadtgestalterischen Gesichtspunkten oberste Priorität einräumen.**

**Der Rat und die zuständigen Ausschüsse werden darüber hinaus gebeten, der Gleichstellungsbeauftragten der Stadt Köln ein Einspruchsrecht gegen menschenverachtende Werbung einzuräumen. Bei nachträglichem Einspruch der Gleichstellungsbeauftragten ist die entsprechende Werbung sofort zu entfernen.**

**Die Stadtverwaltung wird gebeten, bestehende Werbe- und Gestaltungssatzungen so zu überarbeiten, dass gegen überdimensionierte Werbung an Privatgebäuden ordnungsrechtlich eingeschritten werden kann.**

Begründung:

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 wurden Innenstadt und Bezirke seit 1994 mit hunderten Werbetafeln überzogen. Dies hat flächendeckend zu einer Verschlechterung des Stadtbildes geführt. Großflächige Werbung in überdimensionierten Leuchtkästen verstellt auch im Stadtbezirk Mülheim an vielen Stellen den Blick auf Sichtachsen, Stadtgrün und Gebäude, und damit auf die Stadt als gewachsenen urbanen Raum. 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.

Die Stadt Ulm hat seit 1997 positive Erfahrungen mit der Verhinderung Frauen herabwürdigender Werbung. In zweifelhaften Fällen stimmt sich dort die Werbepächterin mit der Frauenbeauftragten der Stadt Ulm ab, ob die entsprechende Werbung gegen Vertragsnormen verstößt. Ist die Werbung bereits ausgehängt, kann die Frauenbeauftragte die Pächterin verpflichten, sie innerhalb von zwei Tagen zu entfernen.

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. 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.

Die Ausschreibung und Neuverhandlung der Werbenutzungsrechte im Stadtgebiet bietet in Verbindung mit einer Änderung von Werbe- und Gestaltungssatzungen eine einmalige Chance, der Verwahrlosung des öffentlichen Raums in der Kulturmetropole Köln und ihrer Bezirke Einhalt zu gebieten.



---

*Günter Hermkes*



---

*Winfried Seldschopf*