

Antrag

**der Abgeordneten Klaus-Peter Hesse, Dr. Andreas Mattner, Barbara Ahrons,
Hans-Detlef Roock, Dr. Natalie Hochheim, Lars Dietrich, Andreas C. Wankum
(CDU) und Fraktion**

Betr.: Nutzung von öffentlichen und privaten Flächen zur Werbung

Die Freie und Hansestadt Hamburg ist eine wachsende, internationale Metropole mit einem attraktiven und einmaligen Stadtbild. Es ist geprägt von den fünf Hauptkirchen, dem Rathaus, den Wasserflächen der Alster und Elbe sowie einer Vielzahl denkmalgeschützter und denkmalwerter Gebäude. Dieses Stadtbild gilt es zu erhalten und zu fördern, um die Attraktivität unserer Stadt für die Zukunft zu sichern.

Bei der Wahrnehmung einer Metropole ist auch die Werbung im öffentlichen Raum zu berücksichtigen. Mit Erlösen in Höhe von 3 775 872,10 Euro stellte sie im Jahr 2003 eine wichtige Einnahmequelle für die Stadt dar. Zudem wurden durch die Werbung Fahrgastunterstände, Toiletten u. a. finanziert, sodass die Stadt eine weitere finanzielle Entlastung erhalten hat.

In den letzten Jahren hat die Werbung im öffentlichen Raum eine immer größere Bedeutung erhalten. Unternehmen sind bereit, über Gebühren viel Geld für Werbung an attraktiven Stellen unserer Stadt zu bezahlen und so der Stadt auch Kosten zu sparen.

Schon kurzzeitige Werbung an Museen, Kirchen oder karitativen Einrichtungen kann zu deren finanzieller Entlastung beitragen und z. B. notwendige Reparaturen oder Grundsanierungen ermöglichen. Hierbei ist natürlich auf eine ansprechende Gestaltung und einen maßvollen Einsatz zu achten.

Auch kulturelle oder Sportveranstaltungen gehören zu einer attraktiven Stadt. Häufig stehen solchen Veranstaltungen auch Werbeverbote entgegen. So ist es nicht nachvollziehbar, dass für Kinopremieren weder am Dock von Blohm + Voss noch am SAS-Hotel geworben werden darf. Auch Segel- und Rudermeisterschaften auf der Alster können nur erschwert stattfinden, da bestehende Vorschriften selbst zeitlich begrenzte Sponsorenwerbung stark einschränken.

Kaum verständlich ist es auch, dass es Firmen, die sich in Hamburg ansiedeln wollen, sogar verboten wird, am oder vor dem Firmengebäude mit Flaggen o. Ä. zu werben.

Dem Anspruch einer attraktiven und zugleich modernen Stadt muss durch nachvollziehbare und somit transparente Regelungen Rechnung getragen werden. Es muss eindeutig festgelegt sein, wer über welche Maßnahme auf welcher Grundlage entscheiden darf.

Die Bürgerschaft möge beschließen:

Der Senat wird ersucht,

1. im Rahmen von rechtlichen Grundlagen in angemessener Weise dafür zu sorgen, dass vermehrt zu kulturellen Ereignissen und Veranstaltungen (wie z. B. Filmpremieren, Großveranstaltungen etc.) kurzzeitige Werbung an exponierten Stellen

privater Gebäude und Anlagen (z. B. Docks bei Blohm + Voss, SAS Plaza usw.) gestattet wird.

2. rechtlich zu prüfen, ob und wie kulturelle Einrichtungen, wie z. B. Museen, Theater oder andere Zuwendungsempfänger des Staates, durch zeitweise Bewerbung (z. B. an Gerüsten während einer Bauphase) Einnahmen akquirieren dürfen, für die sonst durch den Haushalt der Steuerzahler aufkommen müsste.
3. zu prüfen, ob für das Bewerben von Gerüsten an Gebäuden in der Bauphase klare Richtlinien hinsichtlich der anteiligen Größe der Werbung zur Gesamtgerüstfläche aufgestellt werden sollen.
4. die die Alster betreffenden Vorschriften durch klare Richtlinien dahingehend zu überarbeiten, dass mehr Sondergenehmigungen für Sponsorenwerbung bei Sportveranstaltungen auf der Alster erteilt werden können.
5. in Hamburg ansässigen Firmen Außenwerbung z. B. durch Beflaggung zu genehmigen.