

Drucksache 18 / 14 792
Schriftliche Anfrage

18. Wahlperiode

Schriftliche Anfrage

der Abgeordneten Sebastian Walter und Harald Moritz (GRÜNE)

vom 19. April 2018 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 23. April 2018)

zum Thema:
Werbung im öffentlichen Raum

und Antwort vom 07. Mai 2018 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 11. Mai 2018)

Die Drucksachen des Abgeordnetenhauses sind bei der Kulturbuch-Verlag GmbH zu beziehen.
Hausanschrift: Sprosserweg 3, 12351 Berlin-Buckow · Postanschrift: Postfach 47 04 49, 12313 Berlin, Telefon: 6 61 84 84; Telefax: 6 61 78 28.

1

Senatsverwaltung für
Umwelt, Verkehr und Klimaschutz

Herrn Abgeordneten Sebastian Walter (Bündnis 90/Die Grünen) und
Herrn Abgeordneten Harald Moritz (Bündnis 90/Die Grünen)
über

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

A n t w o r t

auf die Schriftliche Anfrage Nr. 18/14792
vom 19.04.2018
über Werbung im öffentlichen Raum

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

Die Schriftliche Anfrage betrifft Sachverhalte, die der Senat nicht aus eigener Zuständigkeit und Kenntnis beantworten kann. Er ist gleichwohl bemüht, Ihnen eine Antwort auf Ihre Anfrage zukommen zu lassen und hat daher die Bezirksämter von Berlin und den Deutschen Werberat um Zuarbeit gebeten.

Frage 1:

Welche Werbeanlagen gibt es in Berlin in welchem Umfang:

- Werbeanlagen auf öffentlichem Straßenland?
- Werbeanlagen des Bundes?
- Werbeanlagen des Landes?
- Werbeanlagen der Bezirke?
- Werbeanlagen von öffentlichen Betrieben und Unternehmen mit Landesbeteiligung?
- Werbeanlagen auf privaten Grundstücken?
- Alle weiteren Werbeanlagen?

Bitte aufschlüsseln nach bezirklicher Verteilung, nach Art (Flächenplakatierung, Brandwandbemalung, City-Light-Board, City-Light-Poster, Fahnen, Großflächen, Großwerbevitriolen, Werbesäulen, Mastschildern, Uhren und allen anderen Werbemitteln) und nach der Größe der Werbeanlagen.

Antwort zu 1:

Folgende Werbeanlagen gibt es in Berlin:

1.1 Werbeanlagen auf öffentlichem Straßenland

Eine Auflistung aller dem Senat bekannten und in Werbeverträgen geregelten Werbeanlagen auf öffentlichem Straßenland kann der ausführlichen Antwort auf die

2

Schriftliche Anfrage Nr. 18/11997 von Frau Abgeordnete Katalin Gennburg (Linke) vom 07.08.2017 entnommen werden. Andere nicht in Werbeverträgen reglementierte Werbeanlagen auf öffentlichem Straßenland, wie beispielsweise Werbeanlagen an der Straße der Leistung, werden statistisch nicht in gleicher Weise erfasst. Die Bezirksämter haben insoweit folgende Werbeanlagen mitgeteilt:

Bezirksamt Tempelhof-Schöneberg:

- 16 Großflächenwerbetafeln im 18/1 Format auf privatem Grund, die ins Straßenland hineinragen;
- 50 Werbeanlagen an der Stätte der Leistung in unterschiedlicher Ausgestaltung und Größe;
- 8 Werbelogos an 4 U-Bahneingängen;
- 2 Informations- und Leitsysteme (2,42 m²)
- 1 dreiseitiger Werbewürfel an einem Schornstein;
- 1 Werbeschild (5 m²).

Bezirksamt Steglitz-Zehlendorf:

- 16 Gemeinschaftswerbeanlagen (Am Großen Wannsee, Potsdamer Chaussee, Sundgauer Straße, Teltower Damm sowie 12 Anlagen in der Schloßstraße);
- 1 Werbetransparent (Clayallee);
- 1 Firmenhinweisschild (Wupperstraße / Beeskowdamm);
- 1 Großplakat (Schloßstraße 80);
- div. Schaukästen (Leonorenstraße);
- vereinzelt Werbung an Baugerüsten.

Bezirksamt Pankow:

- 14 Fahnenmasten (Am Friedrichshain 16-18, Am Rollberg/ Schönhauser Straße, Breitestraße 18-21, Kniprodestraße 25, Prenzlauer Allee 169, Prenzlauer Promenade 154);
- mehrere Stelltafeln (max. 1 m²), die unter den sog. Anliegergebrauch fallen.

Bezirksamt Treptow-Köpenick:

- 5 Fahnenmasten (Spreestraße 14);
- 5 Stadtinformationsvitrinen (S-Bhf. Treptower Park, Plänterwald, Baumschulenweg,

Schöneweide, Adlershof);

- 4 Werbe- bzw. Preispylone (1 - 12 m²) (Kiefholzstraße/ Hänselstraße, Puschkinallee 52, Adlergestell 121, Bellevuestraße 14);
- 3 Hinweistafeln (Adlergestell, Müggelheimer Damm);
- 1 Mega-Light-Werbeanlage (8,4 m²) (Brandenburgplatz);
- 1 Werbeschild (2 m²) (Kiefholzstr. 221).

1.2 Werbeanlagen des Bundes

Dem Senat sind keine entsprechenden Werbeanlagen bekannt.

1.3 Werbeanlagen des Landes

Das Land Berlin hat - mit Ausnahme der nachfolgend unter Ziff. 1.4 genannten - keine eigenen Werbeanlagen.

1.4 Werbeanlagen der Bezirke

Der Bezirk Pankow nutzt drei Kultursäulen und einen Schaukasten (26,46 m²) ausschließlich für Werbung für Veranstaltungen des bezirkseigenen Kulturhauses. Die anderen Bezirke des Landes Berlin haben keine Werbeanlagen gemeldet.

1.5 Werbeanlagen von öffentlichen Betrieben und Unternehmen mit Landesbeteiligung

Dem Senat sind keine entsprechenden Werbeanlagen bekannt.

1.6 Werbeanlagen auf privaten Grundstücken

Es gibt zu Werbeanlagen auf privaten Grundstücken keine einheitliche Datenerfassung.

Folgende Bezirke haben jedoch das Nachstehende angegeben:

Bezirksamt Tempelhof-Schöneberg:

Seit dem 01.06.2009 wurden 847 Bauanträge für Werbeanlagen erfasst, eine Unterscheidung zwischen Fremdwerbung und Werbung an der Stätte der Leistung erfolgt nicht, ebenso keine Kontrolle, ob die entsprechenden Anlagen aufgebaut wurden oder noch vorhanden ist und ob für jede Anlage tatsächlich ein Bauantrag gestellt wurde.

Bezirksamt Pankow:

- 42 Werbeanlagen an Bahnbrücken und Widerlagern (teilweise unerlaubt, Widerspruchsverfahren anhängig), und zwar

- o 24 Großwerbeflächen (nicht digital, 2,55 m x 3,60 m),
- o 10 Werbetransparente (10 m x 1 m)
- o 6 Kleinwerbeflächen (hinterleuchtete Kästen, 8 m x 0,75 m),
- o 1 Werbeschild (12 m x 1 m),
- o 1 Werbetransparent (8 m x 1 m);

- 21 Apothekenhinweisschilder;
- 18 Hinweis- bzw. Werbeschilder von Gewerbebetriebe (zwischen 1 m² und 9 m²);
- 12 Stelltafeln (max. 1 m²) vor dem Ladengeschäft, die nicht unter den sog.

Anliegergebrauch fallen;

- 10 Schaukästen von politischen Parteien und gemeinnützigen Sportvereinen.

Bezirksamt Reinickendorf:

- 61 Großflächen;
- 39 Fahnen;
- 35 Werbesäulen;
- 22 City-Light-Boards;

- 16 Brandwandbemalungen;
- 13 Flächenplakatierungen;
- 5 Riesenposter;
- 4 Mastschilder;
- 2 City-Light-Poster;
- 1 Großwerbevitrine;
- 300 Weitere (Eigenwerbung).

4

Bezirksamt Treptow-Köpenick:

Im Jahr 2017 wurden 44 Anträge gestellt, 2/3 davon für Werbeanlagen an der Stätte der Leistung. Darunter waren: Werbepylonen, Fassadenwerbungen, beleuchtete Großflächenwerbungen, Digitalboards, Fahnen, Leuchtkästen u.a.

1.7 Alle weiteren Werbeanlagen

Weitere Werbeanlagen sind dem Senat nicht bekannt.

Frage 2:

Welche rechtlichen Regelungen müssen im öffentlichen bzw. im privaten Raum bei der Errichtung und dem Betrieb von Werbeanlagen beachtet werden?

Antwort zu 2:

Für die Errichtung und den Betrieb von Werbeanlagen sind im Wesentlichen die Bestimmungen des Bauordnungsrechts und des Bauplanungsrechts maßgeblich, bei Werbeanlagen im öffentlichen Straßenland darüber hinaus straßenrechtliche und straßenverkehrsrechtliche Regelungen, zudem sind ggf. auch denkmalschutzrechtliche und ggf. immissionsschutzrechtliche Belange zu berücksichtigen. Des Weiteren bestehen für den Großteil der Werbeanlagen im öffentlichen Straßenland öffentlich-rechtliche Verträge, in denen weitere Bestimmungen enthalten sind. Die rechtlichen Regelungen betreffen sowohl das formelle Genehmigungs- bzw. Erlaubnisverfahren als auch materiellrechtliche Vorgaben für die Errichtung und den Betrieb der Werbeanlagen. Sie sind im Einzelnen im „Stadtbild Berlin Werbekonzept“ des Landes Berlin, das auf den Internetseiten des Senats veröffentlicht ist, dargestellt und erläutert (<http://www.stadtentwicklung.berlin.de/staedtebau/baukultur/werbekonzept/index.shtml>).

Frage 3:

Welche Veränderungen ergeben sich aus der Neuvergabe der Werberechte für das öffentliche Straßenland?

Welche Werbeanlagen werden ab 2019 in welchem Umfang reduziert?
Bitte aufschlüsseln nach bezirklicher Verteilung und nach Art der Werbeanlagen.

Antwort zu 3:

Für die Beantwortung dieser Frage wird auf die Antwort auf die Schriftliche Anfrage Nr. 11997, Frage 4, von Frau Abgeordnete Katalin Gennburg (Linke) vom 07.08.2017 verwiesen.

Frage 4:

Wer entscheidet über die aufzugebenden Flächen?

Antwort zu 4:

Die Bezirke sind für die Erteilung von Sondernutzungserlaubnissen für Werbeanlagen im öffentlichen Straßenland zuständig. Vor Ausschreibungsbeginn haben sie auch anhand des „Stadtbild Berlin Werbekonzepts“ (siehe hierzu Antwort zu 5.) geprüft, für welche

5

aktuellen Standorte zukünftig keine Sondernutzungserlaubnis mehr erteilt werden wird. Daraus hat sich eine erhebliche Reduzierung der Werbeanlagen ergeben. Des Weiteren wurden bestimmte Laternenmasten aus stadtgestalterischen oder statischen Gründen als Träger für Werbeschilder ausgeschlossen.

Frage 5:

Was beinhaltet das stadtweite Werbekonzept des Landes Berlin? Wann wurde das Werbekonzept zuletzt aktualisiert? Wie kann bewirkt werden, dass sich alle Werbeanlagen an dem Werbekonzept orientieren?

Antwort zu 5:

Das „Stadtbild Berlin Werbekonzept“ des Landes Berlin ist auf den Internetseiten der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen veröffentlicht (<http://www.stadtentwicklung.berlin.de/staedtebau/baukultur/werbekonzept/index.shtml>) und wird dort auch erläutert. Es wurde im September 2014 aktualisiert. Es stellt nicht nur

einen internen Leitfaden für die Bezirke dar, der im Wege der Selbstbindung der Verwaltung bei der Zulassung der Werbeanlagen zu prüfen ist, sondern er ist auch über die Werbeverträge für die betroffenen Werbeunternehmen verbindlich vorgegeben.

Frage 6:

Ist dem Senat bekannt, wie viele Beschwerdeverfahren seit 2010 beim Deutschen Werberat bezüglich einzelner Werbemaßnahmen in Berlin angestrengt wurden, insbesondere im Hinblick auf den Beschwerdegrund „sexistische und diskriminierende Werbung“

Falls ja, bitte aufschlüsseln nach Jahr, Bezirk und Begründung der Beschwerde.

Frage 7:

Wie viele Beschwerden führten zu Beanstandungen durch den Deutschen Werberat? Kam es dabei zu öffentlichen Rügen?

Antwort zu 6 und zu 7:

Dem Senat ist die Anzahl von Beschwerdeverfahren im Land Berlin nicht bekannt. Eine Nachfrage beim Deutschen Werberat hat ergeben, dass die Beschwerden dort nicht nach Ort der Beschwerde erfasst werden, da Werbung häufig nicht nur an einem Ort wirkt, sondern insbesondere bei überregionaler Werbung oder Fernsehwerbung an vielen Orten. Eine entsprechende Übersicht ist daher nicht vorhanden.

Frage 8:

Sind beim Senat oder den Bezirken seit 2010 konkrete Beschwerden über Werbeanlagen angezeigt worden, insbesondere im Hinblick auf den Beschwerdegrund „sexistische und diskriminierende Werbung“
Falls ja, bitte aufschlüsseln nach Jahr, Bezirk, Begründung der Beschwerde sowie Reaktion auf die Beschwerde.

Antwort zu 8:

Eine Abfrage bei den zuständigen Bezirken hat ergeben, dass es bisher – bis auf eine einzige Beschwerde im Bezirk Tempelhof-Schöneberg, wo die Werbeanlage jedoch schon kurz nach Eingang der Beschwerde entfernt wurde – keine weiteren konkreten Beschwerden wegen sexistischer und diskriminierender Werbung gibt. Die Beschwerden bezogen sich vor allem auf vermeintliche Verkehrsbeeinträchtigungen,

Sichtbehinderungen, die Helligkeit der Werbeanlage oder den Jugendschutz.

Berlin, den 07.05.2018

In Vertretung

Jens-Holger Kirchner
Senatsverwaltung für
Umwelt, Verkehr und Klimaschutz

S18-14792

S18-14792