



**Stadt
Luzern**

Stadtrat

Wurde anlässlich der 33. Ratssitzung vom 30. Januar 2003 beantwortet.

Antwort

auf die

Interpellation

Nr. 222 2000/2004

von Emerentia Bucher-Schaad
namens der CVP/CSP-Fraktion
vom 26. August 2002

Fragen zur Bewilligungspraxis neuer Plakatanschlagstellen in Wohnquartieren

Der Stadtrat beantwortet die Interpellation wie folgt:

Zu 1.:

Ist der Stadtrat für mehr Werbefläche in der Stadt Luzern?

Die APG (bisherige Inhaberin der Konzession für die Plakatierung auf öffentlichem Grund und auf den Grundstücken der Stadt Luzern im Finanz- und Verwaltungsvermögen) erarbeitete ab 1994 ein Gesamtkonzept für die Plakatierung auf öffentlichem und privatem Grund. Ziel dieses Konzeptes war es, ein Gleichgewicht zwischen der Nachfrage für Werbeflächen und den Interessen der Stadtplanung herzustellen. Angestrebt wurde unter anderem eine Reduktion der Plakatierungsflächen, erhöhte Qualität bezüglich Platzierung der Plakatstellen und des Plakatträgermaterials. Die Arbeiten für das Gesamtkonzept, das im Eigentum der APG steht, wurden zwischenzeitlich abgeschlossen.

Die Stadt Luzern hat seit 2000 mit den beiden grössten Anbietern für die Plakatierung, der APG und der Plakanda, über einen gemeinsamen Vertrag verhandelt, damit das von der APG entwickelte Gesamtkonzept für die Plakatierung auf öffentlichem und privatem Grund hätte umgesetzt werden können. Das Sekretariat der Wettbewerbskommission hielt nun aber in seinem Schlussbericht über die kartellrechtliche Vorabklärung fest, es würden Anhaltspunkte bestehen, dass eine unzulässige Wettbewerbsbeschränkung durch die Stadt Luzern vorliege. Auf die Durchführung einer Untersuchung werde verzichtet, wenn die Stadt Luzern die Plakatierung öffentlich ausschreibe.

Der gemeinsame Vertrag zwischen der Stadt Luzern, der APG und der Plakanda ist somit wegen dem Entscheid der Wettbewerbskommission und der Konkurrenzsituation zwischen APG und Plakanda nicht erreichbar. Die Stadt Luzern hat sich daher zur Ausschreibung der Plakatierung entschlossen. Sie kann aus rechtlichen Gründen nur den öffentlichen Grund

Stadt Luzern
Sekretariat Grosser Stadtrat
Hirschengraben 17
6002 Luzern
Telefon: 041 208 82 13
Telefax: 041 208 88 77
E-Mail: SK.GRSTR@StadtLuzern.ch

ausschreiben, weshalb das von der APG entwickelte Gesamtkonzept für die Plakatierung auf öffentlichem und privatem Grund nicht umgesetzt werden kann. Derzeit wird mit der APG über das Konzept bezüglich des öffentlichen Grundes verhandelt. Den öffentlichen Grund kann die Stadt Luzern zudem als Grundeigentümerin im Rahmen des Vertrags über die Plakatierung regeln. Auf öffentlichem Grund ist kein Ausbau von Werbeflächen geplant.

Weil das Gesamtkonzept nicht umgesetzt werden kann, wird der von der Stadt Luzern gewünschte Abbau von Plakatstellen auf privatem Grund erschwert. Gegen Auswüchse der Plakatierung soll der Grosse Stadtrat ein wirksames Reglement erlassen. Dieses wird sich auf § 4 der kantonalen Reklameverordnung stützen, wonach Gemeinden in ihren Bau- und Zonenreglementen soweit notwendig ergänzende Vorschriften über Reklamen erlassen können. Als Grundlage des Reglements ist neu ein Artikel im Bau- und Zonenreglement der Stadt Luzern zu schaffen.

Derzeit liegt ein Entwurf der Stadtplanung für das Reglement vor. Wichtig im Reglements-entwurf sind die Bestimmungen über die Plakatformate in den einzelnen Zonen und der Mindestabstand von 100 m zwischen einzelnen Gruppen von Plakatanschlagstellen. Der Reglements-entwurf enthält zudem Bestimmungen zur Beurteilung von Gesuchen für Megaposter.

Es ist somit festzuhalten, dass der Stadtrat nicht mehr Werbeflächen in der Stadt Luzern wünscht, sondern einen Abbau anstrebt. Dazu sollen das Konzept auf öffentlichem Grund und das Reglement über die Plakatreklamen beitragen.

Zu 2.:

Sind seines Erachtens Werbeflächen in den Wohnquartieren unumgänglich?

Einerseits hat die Wirtschaft Interesse an Werbung auf Plakatanschlagstellen, andererseits ist der Konsument an Informationen interessiert. Plakatanschlagstellen gehören daher grundsätzlich ins städtische Bild. In seinem privaten Umfeld bzw. in der Wohnzone soll sich die Stadtbewohnerin/der Stadtbewohner jedoch der Plakatwerbung weitgehend entziehen können. Nach dem Reglements-entwurf der Stadtplanung ist daher für Wohnzonen vorgesehen, dass entlang von Quartierstrassen mit reiner Erschliessungsfunktion grundsätzlich keine Plakatstellen zulässig sind. Entlang von Verkehrsachsen und auf Quartierplätzen mit zentraler Einkaufs- und Dienstleistungsfunktion werden Plakate in den Formaten F4 und F200 (1,2 m² und 2,0 m²) bewilligt, soweit dies mit dem Ortsbildcharakter vereinbar ist. Nicht zulässig sind in Wohnzonen Megaposter, Prismenwender und beleuchtete Werbung.

Zu 3.:

Tragen Plakatanschlagstellen zur Wohnlichkeit in einem Quartier bei?

Der Stadtrat ist nicht der Meinung, dass Plakatanschlagstellen zur Wohnlichkeit eines Quartiers beitragen. Sie gehören jedoch zum städtischen Leben und entsprechen einem Bedürfnis der Wirtschaft und der Konsumentin/des Konsumenten. Wie bereits ausgeführt,

sollen die Plakatanschlagstellen in Wohnzonen gemäss Reglementsentwurf eingeschränkt werden. Im Übrigen wird auf die Ausführungen zu Ziff. 2 verwiesen.

Zu 4.:

Wie restriktiv bewilligt der Stadtrat die zunehmenden Baugesuche der drei Plakatanbieter?
Entspricht ein Baugesuch für die Plakatanschlagstellen den baurechtlichen Bestimmungen sowie den Grundsätzen des Reglementsentwurfs und gibt der Grundeigentümer der Gesuchstellerin seine Zustimmung für die Plakatanschlagstelle auf seinem Grundstück, so muss diese bewilligt werden. In die Baubewilligungen wird seit Jahren eine Befristung der Plakatanschlagstelle auf maximal fünf Jahre aufgenommen. Sollte die heute bewilligte Plakatanschlagstelle nach Ablauf der Befristung dem zwischenzeitlich erlassenen Reglement nicht entsprechen, wird diese nicht wieder bewilligt und muss abgeräumt werden.

Zu 5.:

Wie viel wichtiger sind dem Stadtrat Werbeeinnahmen als der Schutz der örtlichen Quartierbilder?

Der Schutz der örtlichen Quartierbilder wird vom Stadtrat grundsätzlich höher eingestuft als die Konzessionseinnahmen aus dem Vertrag über die Plakatierung auf öffentlichem Grund und auf den Grundstücken der Stadt Luzern im Finanz- und Verwaltungsvermögen. Deshalb hat die Stadt Luzern zwischen 2000 und 2002 mit den beiden grössten Anbietern für die Plakatierung (APG und Plakanda) über einen gemeinsamen Vertrag verhandelt. Diese Verhandlungen scheiterten nun aber aus den bereits erwähnten Gründen, weshalb das von der APG entwickelte Gesamtkonzept für die Plakatierung auf öffentlichem und privatem Grund nicht umgesetzt werden kann. Mit der APG wird über das Konzept bezüglich des öffentlichen Grundes verhandelt. Eventuell wird dieses von der Stadt Luzern in Lizenz übernommen oder gekauft. Im Weiteren wird auf die Ausführungen zu Ziff. 1 verwiesen.

Zu 6.:

Wie stark beachtet er den jeweiligen Sicherheitsaspekt bei der Beurteilung der ausgesteckten Plakatwerbeträger? Zum Beispiel: Übersicht der zu Fuss Gehenden und anderer Verkehrsteilnehmer in Bezug auf die quartierbezogenen Gegebenheiten?

Im internen Vernehmlassungsverfahren stellt die Stadtplanung Baugesuche für Plakatanschlagstellen dem Tiefbauamt und der Stadtpolizei zur Stellungnahme zu. Haben diese Abteilungen Bedenken, dass durch die Plakatanschlagstelle für eine Verkehrsteilnehmerin/einen Verkehrsteilnehmer ein Risiko gegeben sein könnte, wird das Baugesuch abgewiesen bzw. das Bauprojekt wird entsprechend angepasst.

Zu 7.:

Findet der Stadtrat, dass entlang der städtischen Strassenzüge zu wenig Platz für Plakatanschlagstellen zur Verfügung steht?

Der Stadtrat ist nicht der Meinung, dass entlang städtischer Strassenzüge zu wenig Platz für Plakatanschlagstellen zur Verfügung steht. Wie bereits ausgeführt, sind jedoch Baugesuche auf privatem Grund zu bewilligen, wenn sie den baurechtlichen Bestimmungen entsprechen. Diese Plakatanschlagstellen in Wohnzonen können daher durch die Stadt Luzern nicht verhindert werden. Der Stadtrat beabsichtigt jedoch mit dem Reglementsentwurf, die Plakatanschlagstellen in den Wohnzonen zu beschränken. Je nach Zone wird im Reglementsentwurf die Dichte der Plakatanschlagstellen unterschiedlich geregelt. Es wird auf die Ausführungen zu Ziff. 2 und 3 verwiesen.

Zu 8.:

Wie beurteilt der Stadtrat die finanzielle Seite?

Die jährlichen Konzessionseinnahmen für Plakatanschlagstellen auf öffentlichem Grund und auf den Grundstücken im Finanz- und Verwaltungsvermögen sind für die Stadt bedeutend. Für die Beurteilung von Gesuchen für Plakatstellen auf öffentlichem Grund und auf Grundstücken der Stadt Luzern im Finanz- und Verwaltungsvermögen spielen finanzielle Interessen der Stadt jedoch nur eine untergeordnete Rolle.

Zu 9.:

Wer profitiert bei Bewilligungen auf privatem Grund?

Die Plakatierer schliessen mit dem privaten Grundeigentümer einen Vertrag ab, damit sie die Plakatanschlagstellen auf seinem Grundstück bauen dürfen. Die Einnahmen aus diesem Vertrag gehen ausschliesslich an den privaten Grundeigentümer.

Zu 10.:

Weshalb ist der von der APG vorbereitete Konzeptvorschlag von der Plakanda AWI AG und der Externa Media AG nicht akzeptiert worden?

Die Externa Media AG ist eine Tochtergesellschaft der APG. Es handelt sich somit nur um zwei grosse Plakatanbieter in der Stadt Luzern (APG und Plakanda), mit denen über einen gemeinsamen Vertrag verhandelt worden ist. Der gemeinsame Vertrag zwischen der Stadt Luzern, der APG und der Plakanda scheiterte wegen der Entscheidung der Wettbewerbskommission und der Konkurrenzsituation zwischen APG und Plakanda. APG und Plakanda boten nicht Hand zu einem gemeinsamen Vertrag. Dieser wäre jedoch Voraussetzung gewesen, dass das von der APG entwickelte Gesamtkonzept hätte umgesetzt werden können.

Stadtrat von Luzern

StB 16 vom 8. Januar 2003