

Werbung im öffentlichen Raum nicht weiter reglementieren – Möglichkeiten der Digitalisierung nutzen und öffentliches WLAN in Außenwerbungsausschreibung einbinden

„Werben sollte leichter werden“

„Für Unternehmen ist es essenziell, dass sie auf deren Angebote hinweisen können. Es ist irritierend, dass dies selbst in Einkaufsstraßen wie der Zeil massiv erschwert wird. In internationalen Großstädten entstehen durch Werbung im öffentlichen Raum sogar touristische Hotspots. In Frankfurt wird das Werben von Konzept zu Konzept immer weiter erschwert und verteuert. Der Einzelhandel und die Innenstadt brauchen Unterstützung, nicht weitere Reglementierung“.

Andrea Poul
Centermanagerin,
MyZeil,
Frankfurt am Main



„Kundenstopper sind essenziell“

„Kleine Unternehmen benötigen niedrigschwellige kostengünstige Werbemöglichkeiten. Dazu zählen auch Dreieckständer, Kundenstopper oder Beachflags. Wenn den Unternehmen diese Werbeform genommen wird, so fehlt ihnen eine wichtige Werbemöglichkeit. Nach den ganzen Krisen benötigen Unternehmen Unterstützung von der Stadt, nicht eine ausufernde Bürokratisierung und Reglementierung.“

Christian Völker
Geschäftsführer,
MEDER GmbH,
Frankfurt am Main





Die Stadt Frankfurt diskutiert aktuell ein Konzept für Werbung im öffentlichen Raum in Frankfurt am Main (M 106). Es sollen im Wesentlichen die bereits hohen Hürden weiter erhöht werden. Dabei ist überall die Rede von Bürokratieabbau. Das Konzept negiert, dass verschiedene Werbeformen essenziell für Unternehmen, aber auch städtische Einrichtungen sind. Gleichzeitig wird durch das bestehende Reglement und das Konzept verhindert, dass Baustelleneinrichtungen oder Fensterfronten leer stehender Geschäfte attraktiv gestaltet werden könnten.

IHK Frankfurt am Main fordert

- **Digitale Werbeflächen ermöglichen und Integration des öffentlichen WLANs in Außenwerbungsausschreibung aufnehmen**
 - Die großen Anbieter für Außenwerbung, die bei der Vergabe konkurrieren, bieten heute alle öffentlich zugängliches WLAN in ihren Werbeanlagen integriert an. Die Stadt hat es bis heute nicht geschafft, öffentliches WLAN einzurichten.
 - Wir empfehlen daher dringend, in der Ausschreibung vorzusehen, dass an von Passanten stark frequentierten Straßen und Plätzen in dort befindlichen Werbeanlagen öffentliches WLAN anzubieten ist. WLAN wird heute an solchen Stellen von den Besuchern als eine wichtige kommunale Infrastruktur angesehen. Dies ist insbesondere für außereuropäische Touristen relevant.
- **Gestaltung von Baustelleneinhausungen/Bauzäunen ermöglichen**
 - In den zentralen Einkaufsbereichen entstehen regelmäßig Großbaustellen. Das vorgelegte Konzept sieht vor, Werbung an Bauzäunen zu verbieten. Dabei haben Unternehmen, aber auch die Stadt selbst ein Interesse daran, das Umfeld von Baustellen attraktiv zu halten, bspw. mit städtischen Motiven, Visualisierungen des Projektes unter Nennung ihres Unternehmensnamens oder durch Hinweise auf von Baumaßnahmen betroffene Gewerbetreibende, um die Sichtbarkeit der Unternehmen für Ihre Kunden zu erhalten. Man denke an die anstehenden Großbaustellen auf der Zeil. Das Konzept schließt diese Möglichkeit aus.
- **Schaufenstergestaltung bei Leerstand vereinfachen**
 - Aktuell existieren viele leer stehende Ladengeschäfte. Die bestehenden Richtlinien von Stadt und Land verlangen für Fensterbeklebungen eine Baugenehmigung. Dies steht einer Gestaltung von Leerstand, und damit der Vorbeugung des negativen Eindrucks der Verwahrlosung im öffentlichen Raum, im Weg und vermindert die Attraktivität für Kunden und Besucher der ansässigen Geschäfte, Einkaufslagen aufzusuchen. Hier bedarf es pragmatischer Lösungen.
- **Vollständig verboten werden sollen Dreieckständer, Kundenstopper, Beachflags und Vergleichbares**
 - Gerade Ladengeschäfte in weniger stark frequentierten Lagen etwas abseits vom Haupt-Passantenstrom benötigen solche Hilfsmittel, um auf sich aufmerksam zu machen. Ein generelles Verbot halten wir daher für nachteilig für Unternehmen in solchen Lagen.



■ Frequenzsteigerungsmaßnahmen ermöglichen

- Ein erfolgreiches Mittel zur Kundenakquise sind Promotionaktionen auf der Straße durch Verteilung von Flyern und Give-aways. Bereits heute darf dies nur noch auf wenigen Promotionflächen durchgeführt werden, für deren Nutzung vierstellige Beträge zu entrichten sind.
- Es sollte Unternehmen wieder gestattet werden, derartige Aktionen nicht nur auf ausgewählten Flächen durchzuführen. Die Gebühren dafür sollten zudem gesenkt werden.

■ Brückenbanner für Veranstalter ermöglichen

- Für nicht-kommerzielle und kommerzielle Veranstaltungen in der Stadt stellt diese Werbeform ein wichtiges Element dar und sollte auch weiterhin möglich sein.
- Als vorübergehende Werbemaßnahme, sei es für Veranstaltungen oder andere zeitlich begrenzte Aktionen, sind solche Brückenbespannungen eine sehr plakative und gute Werbemöglichkeit. Die Stadt Frankfurt sollte daher auf solche Werbeplätze nicht gänzlich verzichten.

■ Reglementierung zur Werbung auf der Zeil reduzieren

- Derzeit sind viele Werbeformen auf der Zeil nicht gestattet. Dies verhindert aber auch bspw. Sauberheitskampagnen der Stadt durchzuführen oder Sponsoringmöglichkeiten für Weihnachtsbeleuchtung zu nutzen.
- Zudem sollten digitale Werbemöglichkeiten in Schaufenstern gestattet werden, da damit individuell nach Tageszeiten oder Wochentagen zielgruppenspezifische Angebote dargestellt werden können.

■ Sichtbarkeit von Gewerbetreibenden zulassen

- Nicht nur werbende Hinweisschilder für Unternehmen im Erdgeschoss zulassen, sondern auch für die Unternehmen, die in den Obergeschossen ansässig sind.

KONTAKT

Dr. Alexander Theiss

Geschäftsführer

Geschäftsfeld Standortpolitik

Telefon: 069 2197-1332

a.theiss@frankfurt-main.ihk.de



Industrie- und Handelskammer
Frankfurt am Main