

Absender:

Gruppe Direkte Demokraten im Rat der Stadt

23-21381
Anfrage (öffentlich)

Betreff:

Braunschweig werbefrei! Licht- und Umweltverschmutzung durch digitale Werbesäulen

Empfänger:

Stadt Braunschweig
Der Oberbürgermeister

Datum:

19.05.2023

Beratungsfolge:

Umwelt- und Grünflächenausschuss (zur Beantwortung)

31.08.2023

Status

Ö

Sachverhalt:

Beleuchtete, hinterleuchtete und digitale Werbeanlagen sind für einen Großteil der Lichtverschmutzung und die damit einhergehenden negativen Auswirkungen auf Mensch und Natur verantwortlich. Die Folgen von künstlichem Licht am Abend und bei Nacht reichen von Schlafstörungen bis zu schwerwiegenden Stoffwechselerkrankungen. Bei Insekten und Vögeln werden das Paarungs- und Wanderverhalten sowie die Nahrungssuche nachhaltig gestört, was schließlich zu einer Verminderung der Artenvielfalt führt.^[1]

Digitale Werbeanlagen wie Videomitore und Mediaboards haben einen enormen Ressourcen- und Energieverbrauch. Eine beidseitig betriebene digitale Werbeanlage im City-Light-Poster-Format (ca. 2 qm Werbefläche) hat bei einem durchgängigen Betrieb einen jährlichen Energieverbrauch von etwa 15.000 kWh. Dies entspricht dem Verbrauch von etwa zehn Single-Haushalten. Bei einem Betrieb von 6 bis 24 Uhr liegt der jährliche Energieverbrauch bei etwa 11.250 kWh.^[2]

Die fortschreitende Digitalisierung von Werbeanlagen hat somit nicht nur negative gestalterische Auswirkungen auf den öffentlichen Raum, sondern konterkariert überdies die Klimaschutzziele des Integrierten Klimaschutzkonzeptes 2.0, das eine Halbierung des Energieverbrauches bis 2030 anstrebt. Durch die Entfernung der Werbung im öffentlichen Raum können sich neue Perspektiven auf unsere Stadt eröffnen. Der Blick wird frei auf Gebäude, Grünflächen oder einfach den Himmel über Braunschweig.

Dazu ein paar Stimmen aus der Hansestadt Hamburg, die auch für Braunschweig ihre Gültigkeit haben:

„Die Vereinten Nationen haben es maximal deutlich formuliert: Die Menschheit geht sehenden Auges einer Katastrophe entgegen. Die Wirtschaft muss sofort nachhaltig umgebaut werden. Die Stadt mit stromfressenden Werbemonitoren vollzustellen, die zu mehr Konsum anregen, geht komplett in die falsche Richtung.“

Martin Weise, Pflegeassistent

„Außenwerbung bringt der Stadt Geld, aber zu welchem Preis? Dieses Geld wird durch einen Raubbau an unserer Aufmerksamkeit erwirtschaftet.“

Dr. Nils Erik Flick, IT-Berater

„Freiräume in der Stadt ließen sich ohne Werbung neu denken und näher am Menschen gestalten. Diese Chance sollten wir gemeinsam nutzen!“

Johannes Robert, Stadtplaner

„Wir dürfen es nicht hinnehmen, dass Hamburg auch noch den öffentlichen Raum für Werbebotschaften von Facebook, Amazon und Co. ausverkauft. Durch weniger Werbung und damit weniger Konsumbotschaften gewinnt unsere Stadt mehr Aufenthaltsqualität.“

Dr. Hannes Lincke, Chemiker

„Unsere Stadt, ihre Bewohner, unsere Verkehrssicherheit, unsere Ressourcen müssen dringendst geschützt werden vor Leucht- und Digitalwerbung an unseren Straßen und Plätzen!“

Domenica De Grazia, Groß- und Außenhandelskauffrau

„Ich bin enttäuscht, dass die Stadt Hamburg immer mehr „Stadtmöblierung“ genehmigt. Ich habe eine Tochter, die Rollstuhlfahrerin ist und jedes Hindernis ist ein Ärgernis. Als Mitglied im Verein „Pro Inklusion Hamburg“ weiß ich, dass viele Menschen mit einer Sehbehinderung oder autistischen Veranlagungen sich sehr anstrengen müssen, die Werbung auszublenden.“

Ilse Furian, Feldenkraislehrerin[3]

In Hamburg hat sich die Initiative „Hamburg Werbefrei“ gegründet, ebenso auch in „Berlin Werbefrei“.[4] Positive Beispiele für Städte, die Werbung im öffentlichen Raum abgeschafft haben, sind São Paulo und Grenoble.[5]

Die Bürgerinnen und Bürger der Stadt profitieren leider nicht von dieser Werbung, im Gegenteil müssen sie über die Umlegung der Werbekosten auf die beworbenen Produkte sogar dafür bezahlen, dass sie visuell belästigt werden und über den Energieverbrauch die Umwelt geschädigt wird. Eine Entfernung der Werbung aus dem öffentlichen Raum wäre auch für das Image der Stadt hilfreich, da Gäste der Stadt eine solche Werbefreiheit positiv erleben und darüber berichten.[6]

Vor diesem visuell störenden Hintergrund fragen wir die Verwaltung:

- a) Wie hoch ist der Gesamtenergieverbrauch der digitalen Werbesäulen in Braunschweig?
- b) Wann kann der Vertrag mit Ströer-Medien gekündigt werden?

[1] Dazu auch die Vorlage 19-11998 „Nachtabstaltung City-Light-Poster“:
<https://ratsinfo.braunschweig.de/ri/vo020.asp?VOLFDNR=1014991>

[2] Zahlreiche weitere gute Gründe zur Abschaltung der digitalen Werbesäulen findet man in diesem Vortrag von Nils Erik Flick: www.youtube.com/watch?v=axxD8clpW9A

[3] Zitate von Hamburg Werbefrei: <https://www.hamburg-werbefrei.de/>

[4] <https://berlin-werbefrei.de/>

[5] Dazu auch: <https://futurium.de/de/blog/bitte-keine-werbung>

[6] Gleiches gilt leider auch für die Promotionsteams in der Innenstadt, die von Besucherinnen und Besuchern der Stadt häufig als störend empfunden werden.

Anlagen:
keine