

**Martin Börschel** (SPD): Herr Oberbürgermeister! Liebe Kolleginnen und Kollegen! Jetzt wird es ja noch komplizierter. Dass die Schlussfassung des von SPD und Grünen im nichtöffentlichen Teil gestellten Änderungsantrags erst heute verteilt worden ist, ist richtig. Dass er mit der CDU-Fraktion durch die zuständigen Beteiligten nicht abgestimmt worden sei, möchte ich allerdings in aller Form zurückweisen. Es hat diesbezüglich mehrere Gespräche gegeben- auch heute noch. Das sage ich in aller Freundschaft und nur deshalb, damit das unter uns Beteiligten klar ist.

Liebe Kolleginnen und Kollegen, die Gelegenheit, über einen Werbenutzungsvertrag und die europaweite Ausschreibung desselben zu sprechen, ist eine ganz besondere. Im Leben eines durchschnittlichen Ratsmitglieds kommt das nur einmal vor, weil die Laufzeiten solcher Verträge eher in Jahrzehnten als in Monaten oder Jahren zu messen sind. Insofern sollten wir uns in der Tat sehr intensiv mit dieser Angelegenheit beschäftigen.

Für uns von der SPD-Fraktion sind zwei Dinge besonders leitend und wichtig und in eine angemessene Balance zu bringen, nämlich auf der einen Seite die Stadtbildkomponenten von Werbung und öffentlichem Raum und auf der anderen Seite das Erzielen eines ordentlichen Ertrags. Diese beiden Ziele stehen zunächst einmal nebeneinander und müssen in eine ordentliche und ausgeglichene Balance gebracht werden. Es geht hier um den öffentlichen Raum. Deswegen ist die Frage, was Werbung eigentlich für den öffentlichen Raum und das Stadtbild bedeutet, eine ganz zentrale.

Dabei darf man - das ist unsere Überzeugung - Werbung nicht per se verteufeln. Sie gehört nun einmal zur Marktwirtschaft dazu. Sie gehört auch zum Leben einer prosperierenden Stadt dazu. Insofern ist Werbung als solche erst einmal nichts Negatives. Sie muss aber dort, wo Menschen im öffentlichen Raum davon betroffen sind, besonders sensibel gehandhabt werden.

Deswegen setzen wir uns im Rahmen der Diskussion um die Ausschreibung des Werbenutzungsvertrags ganz massiv dafür ein, dass wir bei der Zahl der Werbeträger gegenüber dem Status quo - den ja jeder Mensch in Köln sehen kann; insofern ist das auch nichts Vertrauliches - zu einer deutlichen Reduktion kommen. Außerdem setzen wir uns dafür ein, dass es bei der Qualität der Werbeträger einen deutlichen Schritt nach vorne gibt. Wir wollen

mehr Qualität von Werbung im öffentlichen Raum in Köln haben.

Hier geht es, wie gesagt, um eine vernünftige Balance. In allen Fällen darf man, wenn man die Balance erreichen will, aber auch nicht übertreiben.

Würde man die Werbung von der Zahl her zu sehr reduzieren, gibt es auch Probleme, nämlich zum Beispiel dadurch, dass die Werbung dann auf den privaten Raum ausweichen würde. Ein Werbenutzungsvertrag hat immer auch eine gewisse Kanalisierungswirkung. Das, was wir öffentlich zulassen, wird eben nicht im Rahmen eines Wildwuchses wie Kraut und Rüben auf privaten Flächen gemacht. Insofern hat das Absenken von Werbung auch eine natürliche Grenze.

Außerdem wollen wir unbedingt sicherstellen, dass insbesondere Kleingewerbetreibende, Kulturschaffende, Kulturinstitutionen, Kleinkunsttreibende und Ähnliche nach wie vor bezahlbare Werbemöglichkeiten haben. Das mindert zwar den Ertrag und greift sicherlich auch ein Stückchen ins Stadtbild ein, ist aber für eine prosperierende Kultur- und Kleingewerbeszene in Köln elementar.

Last, not least darf man nicht vergessen, dass im Rahmen eines solchen Konzepts auch die Stadt selbst - beispielsweise für ihre Kulturinstitutionen oder für die Bewerbung einer Bürgerbefragung oder eines Bürgerentscheids, um nur einige Beispiele zu nennen - Werbeflächen für sich in Anspruch nehmen können sollte.

Wir legen großen Wert darauf, dass es innerhalb der Qualität und des Weniger, das wir unbedingt wollen, auch Unterschiede in der Stadt gibt. Wir treten deswegen mit allem Nachdruck dafür ein, dass es sensible Zonen gibt - beispielsweise die Bereiche um die romanischen Kirchen, um nur ein Beispiel zu nennen. Es muss auch Tabuzonen geben, in denen man auf Werbung im öffentlichen Raum ganz verzichten sollte. Hier nenne ich die Kern-Altstadt, die Kern-City in unserer Stadt.

Viel mehr darf man ja in öffentlicher Sitzung gar nicht sagen. Ich will damit nur Folgendes deutlich machen: Für die SPD ist es wichtig, auf der einen Seite im Rahmen eines guten Wettbewerbs, bei dem auch faire Bedingungen herrschen müssen, einen ordentlichen Ertrag zu generieren - schließlich geht es dabei auch um Geld für die Stadt, das wir dringend brauchen - und auf der anderen Seite Qualität

