

A2 MADSACK und STRÖER – aufdringliche Werbung ohne Gegenwert im öffentlichem Raum zurückdrängen!

Antragsteller*in: Florian Tuczec (KV Leipzig)
Tagesordnungspunkt: 10. Anträge aus dem Kreisverband

Antragstext

- 1 Die Mitglieder unserer Stadtratsfraktion werden beauftragt, mit ihrer Arbeit an
- 2 Beschlussvorlagen und in Kontrollgremien darauf hinzuwirken, dass die Verträge
- 3 zwischen der Stadt Leipzig oder ihren Eigenbetrieben einerseits und Teilfirmen
- 4 von Madsack oder Ströer andererseits gesichtet, mit der Realität abgeglichen,
- 5 auf finanzielle Wirksamkeit für die stadtnahen Einnahmen und den allgemeinen
- 6 Nutzen überprüft werden - abzüglich der störenden Wirkung der Produkte und
- 7 Dienstleistungen für die Allgemeinheit sowie der Ausgaben stadtnaher Werbekunden
- 8 –und zeitnah entsprechend entweder durchgesetzt oder in der vorliegenden Form
- 9 gekündigt werden, insbesondere dann, wenn faktisch keine proportionale Erhöhung
- 10 des allgemeinen Nutzens erreicht werden kann – z.B. durch mehr oder durch
- 11 größere Unterstände, die viele Wartende vor Extremwetter schützen.

Begründung

Große Leuchttafeln, „City-Light-Poster“, die sich als Stelen in den Weg stellen, ohne jeweils zugleich als Seitenwand Bestandteil eines LVB-Haltestellen-Unterstands zu sein, haben im öffentlichen Raum stark zugenommen. Gleiches gilt für Großbildschirme auf Pfosten an und über der Fahrbahn. Dies alles geschah und geschieht, zumindest örtlich, ohne Kompensationsversuch durch Photovoltaik oder Begrünung. Diese Werbung behindert den Blick ins Weite in exponierter Lage und raubt die Aufmerksamkeit. Betrieben wird sie von der RBL Media GmbH.

Diese einst jung-frische Firma ist seit 31.10.2024 Teil des Ströer-Konzerns, eines alten, marktbeherrschenden Players im Bereich Außenwerbung, der einst die DSR (gemeinsame Werbegesellschaft vieler Kommunen) gekauft hatte und 2021 kein größeres Problem mit einer anti-grünen Großkampagnen-Verbreitung von Rechtsaußen hatte: <https://www.tagesschau.de/investigativ/negative-kampagne-gruene-101.html> . -

Die großflächige Außenwerbung der LVB-Fahrzeuge erfolgt durch die Ströer Deutsche Städte Medien GmbH. Zwar werden die Passagiere dadurch nicht mehr hinter rasterfolienverklebten Scheiben versteckt, aber das Auffinden des Türöffnungsknopfs im bunten Wirrwarr außen wird nicht selten erschwert. Das klare Erscheinungsbild der LVB leidet. Für die Olympia 2012-Bewerbung gab es schon 'mal Fahrzeuge, die elegant waren.

Für die Werbung im Inneren der LVB-Fahrzeuge wie für alles hier Folgende sind Tochter- und Enkelinnen-Unternehmen der Madsack-Gruppe verantwortlich, insbesondere die Sachsen Medien GmbH, früher LE Medien GmbH; Peterssteingweg 19, Adresse auch der LVZ.

Der Haltestellenansage in den Trams folgt immer noch - ohne Pause und Unterscheidung in der Stimme und Sprechweise - eine Zwangsbeschallung mit Hinweisen auf örtliche Firmen, Praxen, Discounter & Co.. Auf die TV-Werbung neben der Haltestellenliste muss man wenigsten nicht ständig schauen, aber auch sie lenkt ab.

Der SachsenSonntag vor den Haustüren landet weiterhin ungelesen als Flugmüll auf nassen Bürgersteigen oder kommt unter die Räder von „Stehzeugen.“ Mit ihm kommt das Amtsblatt – oder nicht. Beides sollte für immer als Druck der Vergangenheit angehören.

Zwar ist immerhin mit dem Relaunch der Leipzig-Website die für gutes Bauen und Wohnen schädliche Online-Werbung einer einzigen Immobilien-Firma - und damit sogar Werbung generell - verschwunden. Da wir aber nicht einfach nur auf weitere gute Fügung hoffen können, um ÖPNV dauerhaft wirtschaftlicher - weil mitsamt Fußwegen erfreulicher - zu machen, ist aktives Vorgehen erforderlich, eben genau weil die Kommune finanziell darbt und die Automobilindustrie als Sponsorin städtischer Einrichtungen ohnehin unbedeutender werden wird.