

# AG Sichtbarkeit

Zwischenbilanz

# Gliederung

1. Ziel der Arbeitsgruppe
2. Abgeschlossene Themen
  - a. Übersicht Werbemöglichkeiten in Wiesbaden
3. Aktuelle Themen
  - a. Geförderte Kulturwerbung (Freiaushänge)
  - b. Kulturwerbung im öffentlichen Raum
  - c. Ein zentraler Ort für die Kultur in Wiesbaden
4. Weitere Vorhaben
  - a. Veranstaltungskalender
  - b. Schnittstelle Kulturwerbung/Wiesbaden Marketing
5. Schlussbemerkung

# Ziel der Arbeitsgruppe

## Ziel der Arbeitsgruppe (1/2)

- Die Arbeitsgruppe wurde gegründet mit der Anregung des Kulturbeirats,
  - a. die Werbemöglichkeiten für Kulturschaffende in einer Veröffentlichung transparent zu machen und
  - b. eine Lösung für die seit 2015 weggefallenen 100% rabattierten Freiaushänge für Kulturwerbung zu finden.
  - c. neue Ideen und Ansätze für die Steigerung der Sichtbarkeit der Kultur in Wiesbaden zu finden.

## Ziel der Arbeitsgruppe (2/2)

- Die AG hat zu diesem Zweck bereits viermal getagt, zweimal davon mit Vertreter/innen der Kulturverwaltung. Es wurden zahlreiche Themenbereiche identifiziert, die eine langfristige Beschäftigung der Arbeitsgruppe im Austausch mit einzelnen Stellen der städtischen Verwaltung erfordern.
- Die AG arbeitet konzeptionell und entwirft Empfehlungen für den Kulturausschuss der Stadtverordnetenversammlung. Sie bereitet die Diskussionen dieser Empfehlungen für die Kulturbeiratssitzungen vor.
- Die Geschäftsstelle des Kulturbeirats unterstützt die AG dabei in Anfragen an die Verwaltung, Recherchen und dem Entwurf von Beschlussvorschlägen für Kulturbeiratssitzungen.

# Abgeschlossene Themen

Übersicht Werbemöglichkeiten in Wiesbaden

# Übersicht Werbemöglichkeiten in Wiesbaden

- Beschluss Nr. 0012 am 31.01.19: Auf Anraten des Beirats hat der Kulturausschuss die Erstellung einer Übersicht der Werbemöglichkeiten in Wiesbaden beschlossen.
- Ein erster Entwurf dieser Übersicht wurde in der AG diskutiert. In einem Treffen mit der Kulturverwaltung wurden Änderungen der Liste gemeinsam erarbeitet.
- Die Einarbeitung dieser Änderungen wurde in einem zweiten Treffen erneut revidiert.
- Die entstandene Liste und zahlreiche verlinkte Informationen (wie z.B. Preislisten und Kontaktstellen) sind einem stetigen Wechsel unterworfen. Die Übersicht ist als on-going-process zu begreifen, ist aber in ihrer Bearbeitung durch die AG vorerst abgeschlossen.
- Die Übersicht ist nun in einem Status, der eine Veröffentlichung zulässt. Sie wird in wenigen Tagen online auf der Seite des Kulturamts zugänglich sein.

# Aktuelle Themen

Geförderte Kulturwerbung

Werbung im öffentlichen Raum

Zentrale Orte für die Kultur in Wiesbaden



# Geförderte Kulturwerbung (Freiaushänge) 1/3

- Im Zentrum stehen bei der geförderten Plakatwerbung die „Freiaushänge“, die im Vertrag der LHW mit der WALL AG festgehalten sind. Der Vertrag regelt die Ausübung von Werberechten auf städtischem Gebiet, die prinzipiell auf die WALL AG übertragen wurden.
- Dem Vertrag nach verpflichtet sich die WALL AG jährlich 100.000 Aushänge an Allgemeinstellen und sog. „Moskitos“ der Kulturwerbung zur Verfügung zu stellen. Diese Aushänge dürfen maximal 25% des aktuell gültigen Listenpreises für kommerzielle Werbung betragen.
- Seit 2011 ist dieser Vertrag gültig, bis inkl. 2014 rief der Vertragspartner der Stadt aus Kulanz keine Kosten für die Freiaushänge auf. Seit 2015 ruft er die vertragsgemäß zugelassenen 25% des Listenpreises auf.

# Geförderte Kulturwerbung (Freiaushänge) 2/3

- Dies hatte und hat zur Folge, dass die Nachfrage an den Aushängen spürbar zurückgegangen ist. Die Litfaßsäulen der Stadt bleiben bis auf wenige Ausnahmen spürbar leer und den Kulturschaffenden ist eine wichtige Werbemöglichkeit weggebrochen.
  - Ein weiteres Problem: Auch bei 100% kostenfreien Aushängen stellen die Druckkosten für Plakate eine große Hürde für kleine Kulturinitiativen und Kulturschaffende ohne Rechtsform dar.
  - Die AG hat hierzu den Vorschlag einer städtischen Förderung der 25% Kosten für Aushänge einerseits und von Druckkosten andererseits ab dem Jahr 2020 erarbeitet.
- Eine entsprechende Beschlussempfehlung liegt zur Diskussion vor.

# Geförderte Kulturwerbung (Freiaushänge) 3/3

- Mit der Beschlussempfehlung findet die Bearbeitung der geförderten Plakatierung vorerst ein Ende in der Beratung der AG. Weitere Ansätze, die noch verfolgt werden, sind:
  - a. Eine Vergabemöglichkeit finden für frei gebliebene Werbeflächen, die von der WALL AG kurzfristig gemeldet werden und kostenfrei gebucht werden können.
  - b. Eine städtische Druckerei aufzuwerten und für Kulturschaffende zugänglich zu machen.

# Werbung im öffentlichen Raum (1/2)

- In der Auseinandersetzung mit Werbemöglichkeiten für Kulturschaffende im öffentlichen Raum ist die Existenz zahlreicher Regelungen aufgefallen, die von verschiedenen Stellen der städt. Verwaltung verantwortet werden. Dies sind beispielsweise ohne Anspruch auf erschöpfende Darstellung:
  - a. Richtlinien und Merkblätter für Zirkus-Werbung, Traditionsveranstaltungen und Wahlkampfwerbung (Straßenverkehrsbehörde)
  - b. Kulturwerbung (Kulturamt)
  - c. Eine Satzung für Sondernutzungen im öffentlichen Raum (Tiefbau- und Vermessungsamt)
  - d. Der Gestattungsvertrag über die Ausübung von Werberechten auf öffentlichen Flächen der Landeshauptstadt Wiesbaden mit der Fa. Wall AG (Tiefbau- und Vermessungsamt)
  - e. Das Werbeverbot im historischen Fünfeck

## Werbung im öffentlichen Raum (2/2)

- Dieser Dschungel von historisch gewachsenen Regelungen offenbart Artefakte unzeitgemäßer oder sachlich schwer begründbarer Regelungen, wie z.B.
  - a. Die Begrenzung von Plakataufstellern auf das Format „kleiner als A1“
  - b. Die Nutzung von Plakatwerbung für Traditionsveranstaltungen durch Kulturschaffende Initiativen
- Die AG hat deswegen eine Beschlussempfehlungen für den Kulturausschuss entworfen, in der der Magistrat aufgefordert wird, die Reglementierung von Werbung im öffentlichen Raum übersichtlich darzustellen. Die Beschlussempfehlung liegt zur Diskussion im Kulturbeirat vor.
- Nachdem ein verbindlicher Überblick über die Regelungen, ihre Laufzeit und die Verortung der Verantwortlichkeiten vorliegt, steht im Ausblick, einen runden Tisch aller beteiligten Akteure zu initiieren.

# Zentrale Orte für die Kultur in Wiesbaden 1/2

- Die AG arbeitet momentan den Ansatz aus, mindestens einen neuen Ort für die Kultur in Wiesbaden zu schaffen, an dem Präsentationsmöglichkeiten für Wiesbadener Kulturschaffende bestehen.
- Hierzu wurden bereits einige Stadtplätze bzw. hoch frequentierte Stellen der Stadt identifiziert, an denen ein solcher Ort geschaffen werden könnte.
- Vorab der intensiveren Auseinandersetzung mit diesen Orten steht die Konzeption einer Präsentationsweise. Denkbar sind ohne Anspruch auf erschöpfende Darstellung:
  - a. Displays mit digitalen Werbemitteln Kulturschaffender
  - b. Die Vergabe der Konzeption an eine Agentur
  - c. Klassische Großplakat-Stellwände
  - d. Ein fest installierter Bau für Informationsarbeit von Kulturschaffenden (Kulturkiosk)

# Zentrale Orte für die Kultur in Wiesbaden 2/2

- **Besonders geeignete:**
  - Mauritiusplatz
  - Dern'sches Gelände
  - Rathaus, Schloßplatz
- **Geeignete:**
  - RMCC Vorplatz
  - Sedanplatz
  - Wilhelmstraße
- **Gut geeignete:**
  - Bahnhofsvorplatz
  - Kochbrunnenplatz
  - Kulturpark
  - Platz der Deutschen Einheit

# Weitere Vorhaben

Veranstaltungskalender

Schnittstelle zu Wiesbaden Marketing



# Veranstaltungskalender

- Aus der Debatte über die abnehmende Kulturberichterstattung der lokalen Medien, ist die Idee erwachsen, ein neues Printmedium für die Präsentation von Kulturveranstaltungen einzuführen.
- Dieses Medium soll nach ersten Überlegungen der AG kein reiner Veranstaltungskalender sein und muss in irgendeiner Form kuratiert werden.
- Die Möglichkeiten zu diskutieren und ein Konzept als Vorschlag zu erarbeiten steht momentan im Themenspeicher der AG.
- Denkbar ist hier auch, das Angebot der Chefredaktion des Wiesbadener Kuriers in Anspruch zu nehmen, im direkten Gespräch über eine Zusammenarbeit mit der Lokalzeitung nachzudenken.

# Schnittstelle zu Wiesbaden Marketing

- Wiesbaden hat ein Beteiligungsunternehmen „Wiesbaden Marketing“, das verschiedene Aufgaben im Stadtmarketing wahrnimmt, u. a. städtische Eigenwerbung und die Betreuung der städtischen Online-Präsenz „wiesbaden.de“.
- Die AG sieht in der Schnittstelle Kulturverwaltung/Wiesbaden Marketing ein großes Potential, Stadtmarketing und Kultur gemeinsam zu denken. Kultur ist ein nicht verzichtbarer Standortfaktor, den z.B. die Nachbarstadt Mainz mit ihrem städtischen Beteiligungsunternehmen „mainzplus“ viel stärker ausschöpft.
- Die Schnittstelle Wiesbaden Marketing steht momentan im Themenspeicher der AG und soll in Arbeitstreffen mit Vertreterinnen und Vertretern des Beteiligungsunternehmens und der Kulturverwaltung diskutiert werden.

# Schlussbemerkung

# Schlussbemerkung

- Zu diesem Zeitpunkt kann die Arbeitsgruppe auf die Bearbeitung von Themen zurückblicken, die hauptsächlich mit der „Reparatur“ oder Darstellung von bereits existierenden Möglichkeiten zur Sichtbarmachung von Kultur in Verbindung stehen.
- In der Beschäftigung mit Möglichkeiten für geförderte Werbung und der Reglementierung von Werbung im öffentlichen Raum sind zudem aber Themenfelder offenkundig geworden, die eine intensivere Auseinandersetzung in Zusammenarbeit mit entsprechenden Stellen der Verwaltung erfordern. Diese sind insbesondere:
  - a. Die Schaffung von zentralen Orten für die Kultur in Wiesbaden
  - b. Die Schaffung eines Veranstaltungskalenders bzw. einer Kulturzeitschrift
  - c. Die Stärkung der Schnittstelle Wiesbaden Marketing & Kultur
- Die in den ersten Treffen und Kontakten sehr positive Zusammenarbeit mit betreffenden Verwaltungseinheiten zeigt ein großes Potential für konstruktiv konzeptionelle Arbeit. Die AG sieht deswegen eine Begründung für eine langfristige Beschäftigung mit der Sichtbarkeit der Kultur in Wiesbaden.



# Impressum

Geschäftsstelle Kulturbeirat  
der Landeshauptstadt Wiesbaden  
Schillerplatz 1 bis 2  
65185 Wiesbaden

Telefon +49 (0) 611 / 31-4475  
Fax +49 (0) 611 / 31-4909  
E-Mail: [kulturbeirat@wiesbaden.de](mailto:kulturbeirat@wiesbaden.de)