



M München-Liste

An den Oberbürgermeister
der Landeshauptstadt München
Herrn Dieter Reiter
Rathaus, Marienplatz 8
80331 München

München, 16.02.2024

Anfrage:

Brauerei-Werbung an städtischem Fischbrunnen – immer noch erlaubt?

Die Landeshauptstadt München lädt jedes Jahr zum Aschermittwoch gemeinsam mit der Brauerei Hacker-Pschorr zum Geldbeutelwaschen im Fischbrunnen am Marienplatz ein. Die Brauerei bringt dabei seit Jahren eine Werbeleiste an der Innenseite des denkmalgeschützten Brunnens an. Fotos von der Veranstaltung sind diese finden sich Werbewirksam in zahlreichen Presseprodukten. Die ÖDP stellte bereits 2020 u.a. die Frage, wieso die LH München Werbung für eine Brauerei an städtischen Brunnen erlaubt und auf welcher Rechtsgrundlage die LH München hier agiert?

Die Frage wurde durch das Kreisverwaltungsreferat wie folgt beantwortet: „Bei Veranstaltungen auf öffentlichem Verkehrsgrund sind Werbemaßnahmen grundsätzlich zulässig, soweit diese in untergeordneter und zurückhaltender Weise stattfinden. Eine ausdrückliche Genehmigung, eine Werbeleiste am Fischbrunnen anzubringen, wurde dabei weder vom Kreisverwaltungsreferat noch vom Baureferat erteilt. Das Kreisverwaltungsreferat nimmt Ihre Anfrage zum Anlass, in Abstimmung mit dem Baureferat und dem Planungsreferat als untere Denkmalschutzbehörde zu prüfen, ob das Anbringen der Werbeleiste auch künftig im Rahmen der erteilten Veranstaltungserlaubnis zulässig ist.“

Wir fragen deshalb den Herrn Oberbürgermeister

1. Hat das Kreisverwaltungsreferat ggfs. zusammen mit dem Baureferat und dem Planungsreferat inzwischen geprüft, ob das Anbringen eines Werbeschriftzugs am Fischbrunnen zulässig ist? Was hat die Prüfung ergeben?
2. Im Jahr 2024 konnte man den Eindruck gewinnen, als wäre der Schriftzug der Größe nach geringfügig verändert worden. Kommt das KVR zur Einschätzung, dass der Schriftzug eine Werbung in untergeordneter und zurückhaltender Weise ist? Muss bei der Abschätzung, ob eine Werbemaßnahme in untergeordneter und zurückhaltender Weise stattfindet auch die Multiplikatorwirkung der Medien mit einbezogen werden?
3. Welchen Wert stellt die Werbemaßnahme und ihre Verbreitung in den Medien für die Hacker Pschorr Brauerei überschlagsmäßig dar? Muss diese Werbemöglichkeit nicht öffentlich ausgeschrieben werden, damit auch Wettbewerber die Möglichkeit haben auf der Veranstaltung für sich zu werben?

Initiative:

Tobias Ruff, Fraktionsvorsitzender
Sonja Haider, stellv. Fraktionsvorsitzende