

## Kultur vs. Kommerz - wieviel Werbung im öffentlichen Raum ist vertretbar?

### Anfrage

Der sog. Kulturstrand auf der Corneliusbrücke hat mit Mnet einen neuen Sponsor, und das ist nicht zu übersehen. Die ganze Veranstaltung ist nun vielmehr deutlich im Corporate Design des Telekommunikationsanbieters gebranded.

Werbung im öffentlichen Raum ist streng reglementiert und genehmigungsbedürftig, hier wird großflächig unter dem Deckmantel der Kultur geworben. Dass es sich der Genehmigung nach um eine Kulturveranstaltung handelt, wird auf der Corneliusbrücke erst auf den zweiten Blick erkenntlich - und das im Naherholungsgebiet der Isarauen.

Der BA 5 bittet um eine Einschätzung von Seiten der Stadtverwaltung zum geschilderten Sachverhalt, insbesondere hinsichtlich der Frage, ob der Umfang der Werbemaßnahmen nicht dem Genehmigungszweck einer Kulturveranstaltung im öffentlichen Raum widerspricht. Weiter fragen wir an, ob das Werbe- und Sponsoringkonzept bei der Genehmigung der Veranstaltung vorlag und inwiefern dieses in den Genehmigungsprozess einfließt.



Fotos: SPD Haidhausen

**Nina Reitz**  
Fraktionssprecherin

**Nicole Meyer**  
**Britta Puce**

**Lena Sterzer**  
**Hermann Wilhelm**

