

Pressemitteilung
Berlin, Oktober 2013

Straßenbeleuchtung erwirtschaftet Erlöse

Mit dem richtigen Nutzungskonzept verdienen Laternenmasten Geld

Straßenbeleuchtung kostet Geld. Jedes Jahr fließen beträchtliche Mittel in die Instandhaltung, und auch der Energieverbrauch verursacht hohe Kosten. Dazu kommen EU-Richtlinien, die bis ins Jahr 2016 erhebliche Investitionen in die Umrüstung auf energieeffiziente Leuchtmittel verlangen.

Während die Ausgaben für die Straßenbeleuchtung beständig wachsen, fehlt es Kommunen und Stadtwerken fast überall an Mitteln. Diese Situation wird weiter verschärft, da die Straßenbeleuchtung in den Finanzetats ausschließlich auf der Kosten- und Ausgabenseite in Erscheinung tritt, denn Erlöse erwirtschaftet sie bisher nicht. Diese Situation lässt sich ändern, denn viele Städte in Deutschland schöpfen das Potential, das vor ihren Türen liegt, nicht aus.

Die professionelle Vermarktung von Werbung an Laternenmasten spielt Geld in die Kassen und löst ganz nebenbei das Problem ungenehmigter Plakatierungen im Stadtgebiet.

Plakatrahmen als Einnahmequelle

Ob Messen, Ausstellungen, Konzerte, Kulturevents oder Sonderverkäufe: kurzzeitig angebrachte Plakataushänge belasten mit Werbeschildern unterschiedlichster Bauarten und Größen das Stadtbild und sind zudem nur mit hohem Aufwand kontrollierbar. Mit an Laternenmasten angebrachten Plakatrahmen erhält diese Werbung im wahren Wortsinne einen geordneten Rahmen. Die Aushänge sehen darin ordentlich aus, nichts hängt mehr kreuz und quer im Stadtbild. Auch die Kontrolle ist einfach, denn was nicht im Rahmen hängt, ist nicht genehmigt. Ein Gewinn für Stadt und Stadtwerke – nicht nur finanziell.

Mit wöchentlich wechselnden Aushängen für Veranstaltungswerbung und dauerhafter Hinweiswerbung für ortsansässige Unternehmen ermöglichen die Plakatrahmen zwei völlig verschiedene Nutzungsarten, sprechen damit unterschiedliche Nutzergruppen an und erhöhen so die Profitabilität.

Bereits 100 Rahmen erwirtschaften mit einem jährlichen Pachtertrag von ca. 20.000 Euro einen Erlös, der bei durchschnittlichen Energiekosten von ca. 66 Euro je Straßenlaterne die Stromkosten für etwa 300 Laternen deckt.

Je nach Wirtschafts- und Kaufkraft in der Region können für Städte durchschnittlich etwa 300 Rahmen je 100.000 Einwohner kalkuliert werden.

Deutliche Kostenreduzierung

Laternenmasten verdienen nicht nur Geld, sie sparen auch noch Arbeitsaufwand und Verwaltungskosten.

Die Verwaltung ist oft mehr mit Werbeaushängen beschäftigt, als ihr lieb ist. Die Genehmigung und Kontrolle von Werbeaushängen kostet die kommunalen Behörden mehr Arbeitszeit und Verwaltungsaufwand, als durch die erteilten Sondernutzungserlaubnisse erwirtschaftet werden. Betriebswirtschaftlich ist dies ein Minusgeschäft für die Städte.

Dazu kommen immer wieder ungenehmigte Aushänge, die das Stadtbild stören und die schließlich, wenn als ungenehmigt erkannt, auch noch entfernt werden müssen. Auch kommt es immer wieder vor, dass die Plakate nach Veranstaltungsende nicht vollständig entfernt werden. Deren Beseitigung und Entsorgung bleibt Aufgabe der Städte und belastet den Etat zusätzlich. Werden Werberahmen an ausgewählten Laternenmasten angebracht, so wird nur dort geworben, wo die Stadt es wünscht.

Straßenlaternenwerbung professionell vermarkten

Die mediateam Stadtservice GmbH vermarktet mit einem gut durchdachten Konzept die von der Stadt ausgewählten Laternenmasten, um die Verwaltung zu entlasten und die Stadt sauber zu halten.

Der Dienstleister entfernt außerdem vertraglich vereinbart die Werbung ringsherum um die Laternenmasten und hält Rahmen wie Aushänge in Schuss. Zudem wird die Werbung regelmäßig und mehrmals wöchentlich kontrolliert.

Ein attraktives, ordentliches Stadtbild

Manche Städte haben die Sorge, mit dem Konzept mehr Werbung in die Stadt zu holen als vorher. Das Gegenteil ist der Fall: Insgesamt gibt es weniger Werbung, diese aber in ordentlicher Form und mit nachvollziehbaren Erlösen für die Stadt. Das Stadtbild gewinnt dadurch an Attraktivität, denn Laternenmastenwerbung wird von den Bürgern als „Stadtwerbung“ erkannt und positiv aufgenommen.

Mehrwert: Kulturförderung

Mit wöchentlich wechselnden Plakaten für Stadtfeste, Messen, Events und Ausstellungen kann die Stadt ihre Kulturträger unterstützen und Bürger und Bürgerinnen adäquat über Veranstaltungen und Kulturangebote informieren. Kulturelle Träger der Stadt können oftmals mietfrei werben.

Die mediateam Stadtservice GmbH wurde 2009 als Spezialausgliederung aus der mediateam Werbeagentur GmbH (www.mEDIATEAM.de) gegründet, die ihr Hauptgeschäft in der nationalen Vermarktung von großflächiger Plakatwerbung sieht. Hingegen hat sich die mediateam Stadtservice auf das Regionalgeschäft und die ausschließliche Vermarktung von Laternenmastenwerbung in Städten über 50.000 Einwohner fokussiert. Der Geschäftsführer, Heinz-Achim Schulte, ist seit 1990 für die Unternehmensgruppe mediateam im Bereich out-off-home media und Stadtservice tätig.

Die verwendeten Plakaträhmenschilder sind eigens für die mediateam Stadtservice GmbH entwickelt worden; Rahmen, Profil und Befestigungsweise sind markenrechtlich geschützt. Die Plakaträhmenschilder sind hochwertig pulverbeschichtet, aus Aluminium, wetterbeständig, pflegeleicht und auch nach Jahren noch schön.

Kontakt:

mediateam Stadtservice GmbH
H.-Achim Schulte, Geschäftsführer
Bundesallee 56
10715 Berlin
Telefon: 030 / 850 777 600
Telefax: 030 / 850 777 606
post@mediateam-stadtservice.de
www.mEDIATEAM-stadtservice.de