

Herrn Oberbürgermeister  
 Dr. Frank Mentrup  
 76124 Karlsruhe



00.00.0000

<b>DOPPELHAUSHALT</b>	<b>2026/2027</b>
<b>ANTRAG</b>	
	DHH/2025/6303

**Einführung einer jährlichen Gebühr für festinstallierte Werbetafeln**

▶ Zuordnung im Haushaltsplan					
Seite im HH-Plan	Teilhaushalt				
?	?				
Ergebnishaushalt: Produktbereich   Produktgruppe   Schlüsselposition					
?					
Finanzhaushalt:					
?					
▶ Änderungen und neue Mittelanmeldungen					
Art	2026	2027	2028	2029	2030
<input type="checkbox"/> Stellenschaffung/-reduzierung					
<input type="checkbox"/> Erhöhung/Reduzierung Erträge, Aufwendungen, Ein- oder Auszahlungen					
Erhöhung Erträge Werbetafeln					
<input type="checkbox"/> Sperrvermerk					
<input type="checkbox"/> Verpflichtungsermächtigung					
<input checked="" type="checkbox"/> davon zahlungswirksam in					
Sonstige Änderungen					
<input type="checkbox"/> Konzeption, Ziele, Maßnahmen, Kennzahlen					

Einführung einer jährlichen Gebühr für festinstallierte Werbetafeln, hilfsweise einer Erhöhung der einmaligen Genehmigungskosten auf ein faires Niveau.

## ▶ Weitere Angaben

bei Leistungen an Zuschussempfänger

- bitte Zuschussempfänger eintragen

## ▶ Sachverhalt | Begründung

Für die klassische festinstallierte 18/1 Großflächenwerbetafel verlangen Werbefirmen aktuell zwischen 10-75 € pro Tag von ihren Kund\*innen.

Beispielrechnung:

- 100 % Auslastung der Tafel = 3.650-27.375 € Umsatz pro Jahr
- 75 % = 2.737-20.531 €
- 50 % = 1.825-13.687 €

Während bewegliche Werbetafeln unter die Sondernutzungsgebührensatzung fallen, welche pauschal um 20% erhöht wird, werden baulich installierte Werbetafeln nach unserem Wissensstand nur einmalig mit verhältnismäßig geringen Verwaltungsgebühr von 100-600€ belegt.

Wir fordern die Stadtverwaltung auf, eine jährliche Gebühr für besagte Werbetafeln zu prüfen oder hilfsweise eine erhöhte einmalige Gebühr zu verlangen, die den wirtschaftlichen Wert der Installation fairer berücksichtigt.

In einer angespannten Haushaltssituation, die durch gesamtstädtische Sparmaßnahmen und Haushaltskürzungen geprägt ist, können zusätzliche Gebühren höhere Einnahmen generieren, die der Stadt zugutekommen.

Die zunehmende Masse an Werbeinhalten führt zu einer Informationsflut, welche die Bürger\*innen zusätzlich belastet.

Gleichzeitig bleibt der gesellschaftliche Mehrwert dieser Werbung begrenzt.

---

Unterzeichnet von:

Adina Geißinger  
Fabian Gaukel  
Kien Nguyen

