

CDU-Fraktion (Antrag Nr. 1130/2014)

Eingereicht am 21.05.2014 um 15:00 Uhr.

Ausschuss für Haushalt Finanzen und Rechnungsprüfung, Betriebsausschuss für Stadtentwässerung, Stadtentwicklungs- und Bauausschuss, Ausschuss für Arbeitsmarkt-, Wirtschafts- und Liegenschaftsangelegenheiten, Verwaltungsausschuss, Ratsversammlung

Zusatzantrag der CDU-Fraktion zu Drucks. Nr. 0417/2014 N1 (Neuvergabe des Toilettenvertrages)

Antrag zu beschließen:

Der Antragstext wird wie folgt **ergänzt**:

(...)

Bei der Ausschreibung/Neuvergabe

1. **sind Anbieter/Unternehmen mit innovativen Ideen für Toilettenanlagen und Werbeanlagen bevorzugt zu berücksichtigen.**
2. **dürfen bisher kostenfreie Toiletten in kostenpflichtige WC's umgewandelt werden, sofern damit eine Modernisierung sowie eine regelmäßige Reinigung verbunden wird. Ein mögliches Entgelt ist dabei auf 0,50 € begrenzt.**
3. **können im Stadtgebiet, nach Absprache mit den zuständigen Rats- und Bezirksratsgremien, neue Toilettenanlagen errichtet werden. Die Anzahl sollte sich dabei nach dem Bedarf richten.**
4. **ist die Errichtung neuer Werbeanlagen mit Zustimmung der entsprechenden Gremien möglich, wenn damit weitere Toilettenstandorte finanziert werden können und dies zu einer Steigerung bei Qualität und Standard führt.**
5. **sollen neue Toilettenanlagen dabei nach Möglichkeit nicht an öffentlichen Plätzen errichtet werden, sondern an anderen geeigneten Standorten.**

Begründung:

Im Rahmen der Neuvergabe des Toilettenvertrages muss die Chance ergriffen werden, innovative Ideen bei Toiletten- und Werbeanlagen zu fordern und zu fördern.

Viele WC-Anlagen haben einen – für die heutige Zeit – eher schlechten bis mittelmäßigen Standard und machen einen dreckigen, unhygienischen Eindruck. Ein Blick auf andere Städte zeigt, dass es Toilettenanlagen gibt, die beispielsweise eine Selbstreinigungsfunktion eingebaut haben und zugleich noch ein besseres Ambiente bieten.

Ein Negativbeispiel dafür, wie öffentliche Toiletten in der heutigen Zeit eben gerade nicht aussehen sollten, ist die neue Anlage am Raschplatz, die den Charme einer

Gefängnistoailette hat.

Hinsichtlich des Themas Werbung ist die Ausschreibung lediglich darauf gerichtet, den „status quo“ zu verwalten, anstatt dem künftigen Betreiber die Aufgabe und Auflage mitzugeben, Anlagen aufzuwerten bzw. zu modernisieren. Werbeanlagen sind nicht nur ein Mittel zur Finanzierung von Toiletten. Sie sind fester Bestandteil des Stadtbildes und somit auch der Stadtentwicklung.

Ein höherer Standard verursacht auch höhere Kosten. Daher ist es gerechtfertigt, für die Toilettennutzung ein Entgelt von 0,50 € zu verlangen, wenn sich für den Benutzer hierdurch eine spürbare Verbesserung ergibt. Das System der kostenpflichtigen Toiletten zum Beispiel in Einkaufszentren und Raststätten zeigt, dass davon insbesondere der hygienische Zustand profitiert, weil nicht nur häufiger gereinigt wird, sondern die Kunden mit der Toilettenanlage auch pfleglicher umgehen.

Zudem gibt es Bereiche im Stadtgebiet, die regelmäßig oder an bestimmten Wochentagen von vielen Passanten frequentiert werden und keine öffentliche Toilettenanlage haben. Nach Absprache mit den politischen Gremien sollten daher neue Standorte für Toilettenanlagen errichtet werden.

Dabei ist davon Abstand zu nehmen, diese auf oder an öffentlichen Plätzen zu platzieren. Die Erfahrung zeigt leider, dass dies häufig dazu führt, dass sich öffentliche Plätze in eine „Freiluft-Kneipe“ verwandeln und Zustände entstehen können, durch die sich viele Bürgerinnen und Bürger abgeschreckt fühlen. Öffentliche Plätze werden durch die Allgemeinheit finanziert und sollten der Allgemeinheit daher auch zugänglich sein.

Hannover kann beim Thema Werbung einen großen Schritt nach vorn gehen. Ein Beispiel aus Düsseldorf zeigt, dass zum Beispiel durch Werbung ein frei zugängliches, drahtloses Internet angeboten werden kann. Da sowohl die Stadt, als auch die Üstra seit vielen Monaten die Forderung der CDU, nach frei zugänglichem Internet auf öffentlichen Plätzen und in öffentliche Verkehrsmittel, ausbremsen, könnte hier eine Chance für Bürger und Touristen entstehen, dass Hannover bei diesem Thema nicht weiter rückständig bleibt. Dabei handelt es nur um ein Beispiel, wie innovativ Werbung heute genutzt werden kann. Diese und andere neue Ideen müssen bei der Neuvergabe miteinbezogen werden.

Jens Seidel
Vorsitzender

Hannover / 22.05.2014