

Beschlussvorlage

Geschäftszeichen:
III/30-R; VI/63

Verantwortliche/r:
Rechtsabteilung; Bauaufsichtsamt

Vorlagennummer:
30-R/094/2014

**Neufassung der Werbeanlagensatzung;
Aufhebung der Gestaltungssatzung für Werbeanlagen in der
historischen Innenstadt;
Fraktionsantrag Nr. 8/2012 der CSU-Stadtratsfraktion und
Fraktionsantrag Nr. 125/2013 der SPD-Stadtratsfraktion**

| Beratungsfolge | Termin | Ö/N | Vorlagenart | Abstimmung |
|---|------------|-----|-------------|-----------------------|
| Umwelt-, Verkehrs- und Planungsausschuss / Werkausschuss EB77 | 01.04.2014 | Ö | Gutachten | einstimmig angenommen |
| Bauausschuss / Werkausschuss für den Entwässerungsbetrieb | 08.04.2014 | Ö | Gutachten | einstimmig angenommen |
| Haupt-, Finanz- und Personalausschuss | 09.04.2014 | Ö | Gutachten | einstimmig angenommen |
| Stadtrat | 10.04.2014 | Ö | Beschluss | einstimmig angenommen |

Beteiligte Dienststellen

I. Antrag

1. Die Satzung über Werbeanlagen und Automaten in der Stadt Erlangen (Werbeanlagensatzung – WaS) (Entwurf vom 20.03.2014, Anlage 1) wird beschlossen.
2. Der Fraktionsantrag Nr. 8/2012 der CSU-Stadtratsfraktion vom 06.02.2012 und der Fraktionsantrag Nr. 125/2013 der SPD-Stadtratsfraktion vom 16.07.2013 sind damit bearbeitet.

II. Begründung

1. Ergebnis/Wirkungen

(Welche Ergebnisse bzw. Wirkungen sollen erzielt werden?)

Durch die geänderte Satzung wird das Nebeneinander von zwei Werbeanlagensatzungen aufgegeben. Der Satzungsinhalt entspricht den rechtlichen Vorgaben und berücksichtigt sowohl das berechnigte Werbeinteresse der Wirtschaft als auch Vollzugserfahrungen der Verwaltung bei ausreichendem, nach Bedarf abgestuftem Schutz des Orts- und Straßenbildes.

2. Programme / Produkte / Leistungen / Auflagen

(Was soll getan werden, um die Ergebnisse bzw. Wirkungen zu erzielen?)

Beschluss des anliegenden Satzungsentwurfs.

3. Prozesse und Strukturen

(Wie sollen die Programme / Leistungsangebote erbracht werden?)

Die Verwaltung hat die geltenden Satzungen (Werbeanlagensatzung und Gestaltungssatzung für Werbeanlagen) anhand auftretender Problemfälle und Vollzugsschwierigkeiten und aufgrund der inzwischen ergangenen Rechtsprechung des Bayerischen Verfassungsgerichtshofes zum Thema „Unterschiedliche Schutzwürdigkeit von verschiedenen Gemeindebereichen im Kontext einer Werbeanlagensatzung“ vom 23.01.2012 überprüft und überarbeitet. Im Rahmen der Überarbeitung fanden mehrere Termine mit Interessenvertretern verschiedener Wirtschaftsverbände statt. Zudem wurde eine Bürgerbeteiligung durchgeführt. Somit konnte das Interesse der Gewerbetreibenden an einer effektiven Werbung und das Interesse der Allgemeinheit an einem geordneten Stadtbild bestmöglich in Einklang gebracht werden.

In den vorliegenden Satzungsentwurf sind neben den eigenen Erfahrungen die Anregungen der Wirtschaftsverbände eingegangen, die sowohl schriftlich, als auch in mehreren Hearings vorgebracht wurden. Am 16.01.2014 fand ein letzter Termin mit Vertretern der Wirtschaftsverbände und Vertretern der Stadtratsfraktionen statt, in dem alle schriftlich geäußerten Kritikpunkte durchgesprochen und ausführlich diskutiert wurden. Im Nachgang konnte von der Verwaltung ein Satzungsentwurf ausgearbeitet werden, dem alle beteiligten Verbände zugestimmt haben. Auf Grundlage dieses von den Wirtschaftsvertretern befürworteten Satzungsentwurfs wurde am 12.03.2014 eine Bürgerbeteiligung durchgeführt. Der in diesem Termin vorgestellte Satzungsentwurf wurde größtenteils auch von der Bürgerschaft befürwortet. Einzelne Punkte, die kritisch gesehen wurden, wurden noch eingearbeitet und führten schließlich zu dem Satzungsentwurf vom 20.03.2014, der nun zum Beschluss vorliegt.

Nachfolgend werden die wesentlichen Änderungen vorgestellt, die der vorliegende Satzungsentwurf im Vergleich zu den bisherigen Regelungen enthält:

Allgemeines

a) Gebietstypenkarte

Der Wunsch der Wirtschaftsvertreter nach einer Gebietskarte ist nicht vollständig erfüllbar, nachdem selbst innerhalb von Bebauungsplänen unterschiedliche Gebiete festgesetzt sein können.

Aus Sicht der Verwaltung ist aber darauf hinzuweisen, dass es (in der vom Bauherrn zu zahlenden Vergütung enthaltene) Aufgabe des Planers der Werbeanlage ist, sich im Rahmen der Grundlagenermittlung nach HOAI Kenntnis über den jeweiligen Bereich zu verschaffen und gegebenenfalls Einsicht in die Bebauungspläne zu nehmen. Dies ist auch schon deshalb erforderlich, weil auch in Bebauungsplänen Regelungen zu Werbeanlagen (und auch sonstige Festsetzungen) enthalten sein können, die neben der Werbeanlagensatzung zu beachten wären.

Die neue Werbeanlagensatzung wird jedoch als Anlage eine Karte enthalten, die die verschiedenen Denkmalensembles im Erlanger Stadtgebiet darstellt. Damit ist für die Bauherrn und die Planer schnell und einfach ersichtlich, ob die geplante Werbeanlage in einem dieser sensiblen Bereiche liegt oder nicht. Diese Gebietskarte wurde von den Vertretern der Wirtschaft und auch von der Bürgerschaft begrüßt.

Die Karte wird in den jeweiligen Gremiensitzungen ausgehängt.

b) Clearingstelle

Die von den Wirtschaftsverbänden gewünschte Clearingstelle kann nicht eingerichtet werden, da der Vollzug der Bayerischen Bauordnung eine Staatsaufgabe ist. Die Stadt Erlangen wird hier im übertragenen Wirkungskreis tätig. Die Entscheidung kann daher nur von der Verwaltung getroffen werden. Es wurde jedoch in die Präambel der neuen Satzung der Hinweis aufgenommen, dass sich die Verwaltung in schwierigen und problematischen Einzelfällen ein Meinungsbild des Stadtrates durch seinen beschließenden Bauausschuss im Rahmen des gemeindlichen Einvernehmens einholt. Ähnlich ist dies auch jetzt schon in der Geschäftsordnung des Stadtrates geregelt, wonach der Bauausschuss für die Behandlung von Baugesuchen zuständig ist, die in besonderem Maße öffentliche Belange tangieren.

Dieser Kompromissvorschlag fand bei den Wirtschaftsverbänden Zustimmung.

c) Rückwirkung

Der Satzungsentwurf hat keine Rückwirkung. Alle Werbeanlagen, die vor Inkrafttreten der neuen Satzung rechtmäßig errichtet wurden, sind aus dem Geltungsbereich der neuen Werbeanlagensatzung ausgenommen.

d) corporate design (=einheitliches Erscheinungsbild)

Ein einheitliches Erscheinungsbild kann nach wie vor umgesetzt werden. Wie bisher auch sind beispielsweise Symbole zulässig.

e) Ausschluss farbiger Beleuchtung

Dieser Ausschluss gilt nur in Denkmalbereichen und galt in der historischen Innenstadt auch bisher schon. Außerhalb von Denkmalbereichen ist selbstverständlich nach wie vor farbige Werbung zulässig.

f) unbestimmte Rechtsbegriffe

Unbestimmte Rechtsbegriffe wie „störende Häufung“ und ähnliches lassen sich nicht vermeiden. Sie entspringen dem Gesetz und sind bzw. werden letztendlich durch die Rechtsprechung konkretisiert.

g) Haus- und Büroschilder

Hier geht es um die Hinweisschilder für freie Berufe (Schild einer Arztpraxis, etc.). Die Größenbeschränkung auf 0,25 m² erachtet die Verwaltung im sensiblen Denkmalensembalebereich für völlig angemessen. In Wohn- und Mischgebieten wurde die zulässige Größe im Rahmen eines Kompromisses auf 0,30 m² angehoben.

h) Bußgeldhöhe

Die Höhe des maximalen Bußgeldes ergibt sich aus der Bayerischen Bauordnung.

zu § 3 (Werbeanlagen in Denkmalensembles und an Einzeldenkmälern)

Diese Vorschrift trifft Regelungen in denkmalgeschützten Bereichen. Sie stellt die höchsten Anforderungen an die Gestaltung von Werbeanlagen. Die Regelung lehnt sich weitgehend an die bewährte Gestaltungssatzung für die historische Innenstadt an.

a) Brüstungsfeld des 1. OG

Nach der bisherigen Regelung sind Werbeanlagen oberhalb des Brüstungsfeldes des 1. OG in Denkmalensembalebereichen unzulässig. Auf Wunsch der Wirtschaftsverbände sollte diese Regelung dahingehend geändert werden, dass Werbeanlagen oberhalb des Brüstungsfeldes des 1. OG zulässig sind, solange sie nicht verunstaltend sind. Die Notwendigkeit für diese Regelung wurde damit begründet, dass es Gewerbetreibende gebe, die ihr Gewerbe im 1. oder 2. OG haben und sonst keine Möglichkeit hätten, effektiv zu werben.

Die Regelung, dass Werbeanlagen oberhalb des Brüstungsfeldes des 1. OG generell zulässig sein sollen, wurde gerade in Hinblick auf das Ortsbild in den Denkmalensembalebereichen von der Bürgerschaft kritisch gesehen. Die Verwaltung schlägt daher eine Formulierung vor, die zwar vom Grundsatz Werbeanlagen oberhalb des Brüstungsfeldes des 1. OG ausschließt, jedoch eine Ausnahmemöglichkeit für Gewerbetreibende enthält, die sonst keine Möglichkeit zu werben hätten:

„Werbeanlagen oberhalb des Brüstungsfeldes des 1. Obergeschosses sind unzulässig. Das gilt bei fensterlosen Giebfassaden auch für Werbeanlagen oberhalb des fiktiven Brüstungsfeldes des 1. Obergeschosses. Bei Gebäuden mit Gurtgesims sind Werbeanlagen grundsätzlich nur unterhalb der Gurtgesimse zulässig. Für Betriebe, deren Geschäftsräume ausschließlich in den Obergeschossen liegen oder sich über mehrere Etagen erstrecken, kann in Ausnahmefällen auch eine Anbringung der Werbeschrift oberhalb des Brüstungsfeldes des 1. Obergeschosses zugelassen werden.“

b) Schriftgröße

Nach der bisherigen Regelung müssen Schriftzüge aus Einzelbuchstaben bestehen, wobei ein Buchstabe nicht mehr als 35 cm groß sein darf. Diese Größenordnung wurde beibehalten, es wurde jedoch in den neuen Satzungsentwurf eine Ausnahmemöglichkeit für logorelevante Buchstaben aufgenommen. Mit dieser Regelung soll berücksichtigt werden, dass es einige Unternehmen gibt, die in ihren Schriftzügen einen Buchstaben haben, der deutlich größer als die übrigen Buchstaben ist. Würde man in einem solchen Fall den logorelevanten, größten Buchstaben auf 35 cm begrenzen, dann wären die restlichen Buchstaben sehr klein und kaum werbewirksam.

zu § 4 (Werbeanlagen in Wohn- und Dorfgebieten)

Diese Bereiche dienen überwiegend dem Wohnen.

a) Stätte der Leistung

Nach der bisherigen Regelung dürfen Werbeanlagen in Wohngebieten nur an der Stätte der Leistung angebracht werden (Verbot von Fremdwerbung). Für diese Regelung wurde eine Ausnahmemöglichkeit geschaffen, indem der neue Satzungsentwurf folgende Formulierung enthält:

„Werbeanlagen sind grundsätzlich nur an der Stätte der Leistung zulässig.“

Der Wunsch nach dieser Änderung kam von Vertretern der Wirtschaftsverbände und resultierte daraus, dass es in den dörflichen Bereichen von Erlangen Gewerbetreibende gebe, die ihren Betrieb an kleinen Wegen/Straßen haben, die von den größeren Straßen nicht einsehbar seien.

b) Brüstungsfeld des 1. OG

Nach der bisherigen Regelung sind Werbeanlagen oberhalb des Brüstungsfeldes des 1. OG auch in Wohngebieten unzulässig. Auf Wunsch der Wirtschaftsverbände sollte diese Regelung dahingehend geändert werden, dass Werbeanlagen oberhalb des Brüstungsfeldes des 1. OG zulässig sind, solange sie nicht verunstaltend sind. Die Notwendigkeit für diese Regelung wurde damit begründet, dass es Gewerbetreibende gebe, die ihr Gewerbe im 1. oder 2. OG haben und sonst keine Möglichkeit hätten, effektiv zu werben.

Auch hier schlägt die Verwaltung aufgrund der Bedenken der Bürgerschaft die schon oben genannte Formulierung vor:

„Werbeanlagen oberhalb des Brüstungsfeldes des 1. Obergeschosses sind unzulässig. Das gilt bei fensterlosen Giebelfassaden auch für Werbeanlagen oberhalb des fiktiven Brüstungsfeldes des 1. Obergeschosses. Bei Gebäuden mit Gurtgesims sind Werbeanlagen grundsätzlich nur unterhalb der Gurtgesimse zulässig. Für Betriebe, deren Geschäftsräume ausschließlich in den Obergeschossen liegen oder sich über mehrere Etagen erstrecken, kann in Ausnahmefällen auch eine Anbringung der Werbeschrift oberhalb des Brüstungsfeldes des 1. Obergeschosses zugelassen werden.“

c) Schriftgröße

Die maximale Größe wurde auf 40 cm festgelegt und es wurde wie auch im Denkmalensembelbereich eine Ausnahmemöglichkeit für logorelevante Buchstaben geschaffen. Dies entspricht auch der bisherigen Genehmigungspraxis.

d) Hinweisschilder auf einzelne Firmen

Nach der bisherigen Regelung dürfen diese Schilder maximal 0,25 m² groß sein. Die zulässige Größe wurde in Wohngebieten auf 0,30 m² angehoben.

zu § 5 (Werbeanlagen in Kern- und Mischgebieten)

In diesen Gebieten treffen Wohnen und Gewerbe aufeinander. Kerngebiete finden sich im Bereich der Innenstadt.

a) Stätte der Leistung

Nach der bisherigen Regelung sind Werbeanlagen außerhalb der Stätte der Leistung nur in Kerngebieten und in den Bereichen von Mischgebieten, die überwiegend durch Gewerbe geprägt sind, zulässig. Nach dem Wunsch der Wirtschaftsvertreter sollen Werbeanlagen außerhalb der Stätte der Leistung zusätzlich auch in den Teilbereichen von Mischgebieten, die überwiegend durch Wohnen geprägt sind, zulässig sein. Dies wurde von Teilen der Bürgerschaft kritisch gesehen. Die Verwaltung schlägt daher folgende Formulierung vor:

„In den Teilbereichen von Mischgebieten, die überwiegend durch Wohnen geprägt sind, sind Werbeanlagen grundsätzlich nur an der Stätte der Leistung zulässig.“

b) Brüstungsfeld des 1. OG

Nach der bisherigen Regelung sind Werbeanlagen oberhalb des Brüstungsfeldes des 1. OG auch in Kern- und Mischgebieten unzulässig. Auf Wunsch der Wirtschaftsverbände sollte diese Regelung dahingehend geändert, dass Werbeanlagen oberhalb des Brüstungsfeldes des 1. OG in Kern- und Mischgebieten generell zulässig sind. Dies wurde von Teilen der Bürgerschaft kritisch gesehen. Die Verwaltung schlägt daher folgende Formulierung vor:

„Werbeanlagen oberhalb des Brüstungsfeldes des 1. Obergeschosses sind unzulässig. Das gilt bei fensterlosen Giebfassaden auch für Werbeanlagen oberhalb des fiktiven Brüstungsfeldes des 1. Obergeschosses. Bei Gebäuden mit Gurtgesims sind Werbeanlagen grundsätzlich nur unterhalb der Gurtgesimse zulässig. Für Betriebe, deren Geschäftsräume ausschließlich in den Obergeschossen liegen oder sich über mehrere Etagen erstrecken, kann in Ausnahmefällen auch eine Anbringung der Werbeschrift oberhalb des Brüstungsfeldes des 1. Obergeschosses zugelassen werden.“

c) Schriftgröße

Die maximale Größe wurde in Kern- und Mischgebieten generell auf 50 cm festgelegt. Dies entspricht der bisherigen Genehmigungspraxis.

d) Pylone

Die Größenbeschränkung von Pylonen in Kern- und Mischgebieten auf 3,5 m einschließlich der Festlegung eines „stehenden Formates (Verhältnis Breite zu Höhe = mindestens 1:3) erachtet die Verwaltung als angemessen. Die Größe des Pylons kann sich nicht nach der Größe des Baugrundstücks richten

e) Hinweisschilder auf einzelne Firmen

Nach der bisherigen Regelung dürfen diese Schilder maximal 0,25 m² groß sein. Die zulässige Größe wurde auf 0,30 m² angehoben.

zu § 6 (Werbeanlagen in Gewerbe- und Industriegebieten)

Diese Gebiete dienen der Unterbringung von Gewerbegebieten. Gegenüber der bisherigen Satzung finden sich hier ganz weitgehende Vereinfachungen.

a) Überdachwerbung

Nach der bisherigen Regelung ist Überdachwerbung unzulässig. Diese soll nun ausnahmsweise zulässig sein, solange sie nicht verunstaltend ist.

b) Fahnen

Nach der bisherigen Regelung sind maximal 3 Fahnen zulässig. Diese Begrenzung soll auf 5 Fahnen angehoben werden.

c) Pylonen

Nach der bisherigen Regelung dürfen Pylonen maximal 4 m hoch sein. Die zulässige Höhe soll auf 7 m angehoben werden. Aus der Bürgerschaft kam die Anregung, dass die neue Satzung auch eine Regelung zur Breite der Pylonen enthalten soll. Die Verwaltung schlägt daher die Formulierung vor, die auch schon in § 5 zum Tragen kommt:

„Die Errichtung von Pylonen mit einer Höhe von mehr als 7,0 m ist unzulässig. Das Verhältnis der Höhe zur Breite des Pylons muss mindestens 3 zu 1 betragen.“

Fazit

Mit dem anliegenden Entwurf schlägt die Verwaltung einen Satzungstext zur Beschlussfassung vor, der unter Beachtung der rechtlichen Rahmenbedingungen und des Werbebedürfnisses der Wirtschaft das Orts- und Straßenbild abgestuft nach dem Schutzbedürfnis verschiedener Baugebietstypen angemessen schützt. Der Satzungsinhalt ist dabei zugleich anwendungsfreundlicher geworden. Die Parallelität von zwei Satzungen im Innenstadtbereich soll aufgegeben werden.

4. Ressourcen

(Welche Ressourcen sind zur Realisierung des Leistungsangebotes erforderlich?)

| | | |
|-----------------------------|---|----------------|
| Investitionskosten: | € | bei IPNr.: |
| Sachkosten: | € | bei Sachkonto: |
| Personalkosten (brutto): | € | bei Sachkonto: |
| Folgekosten | € | bei Sachkonto: |
| Korrespondierende Einnahmen | € | bei Sachkonto: |
| Weitere Ressourcen | | |

Haushaltsmittel

- werden nicht benötigt
 sind vorhanden auf IvP-Nr.
bzw. im Budget auf Kst/KTr/Sk
 sind nicht vorhanden

- Anlagen:**
1. Satzungsentwurf vom 20.03.2014
 2. Fraktionsantrag Nr. 8/2012 der CSU-Stadtratsfraktion
 3. Fraktionsantrag Nr. 125/2013 der SPD-Stadtratsfraktion

III. Abstimmung

Beratung im Gremium: Umwelt-, Verkehrs- und Planungsausschuss / Werkausschuss EB77 am 01.04.2014

Protokollvermerk:

Frau StRin Kopper fragt nach, ob den beteiligten Verbänden der Text der Beschlussfassung zugegangen ist, damit Einwände rechtzeitig vor der Beschlussfassung in der nächsten Stadtratssitzung noch im BWA und HFWA diskutiert werden können.

Herr berufsmäßiger StR Weber erläutert dazu, dass Bürger und Wirtschaftsverbände in die Gesamtabstimmung einbezogen wurden. Die öffentliche Sitzungsvorlage kann im Internet einsehen werden, die Wirtschaftsverbände bekommen sie aber auch explizit zugeschickt.

Herr berufsmäßiger StR Weber informiert darüber, dass zur Werbeanlagensatzung eine neue Informationsbroschüre aufgelegt werden soll, in der zur Verdeutlichung gute Beispiele auch in Bildform aufgezeigt werden.

Ergebnis/Beschluss:

1. Die Satzung über Werbeanlagen und Automaten in der Stadt Erlangen (Werbeanlagensatzung – WaS) (Entwurf vom 20.03.2014, Anlage 1) wird beschlossen.

2. Der Fraktionsantrag Nr. 8/2012 der CSU-Stadtratsfraktion vom 06.02.2012 und der Fraktionsantrag Nr. 125/2013 der SPD-Stadtratsfraktion vom 16.07.2013 sind damit bearbeitet.

mit 14 gegen 0 Stimmen

gez. Aßmus
Vorsitzende/r

i. V. gez. Lennemann
Berichterstatter/in

Ergebnis/Beschluss:

Die Satzung über Werbeanlagen und Automaten in der Stadt Erlangen (Werbeanlagensatzung – WaS) (Entwurf vom 20.03.2014, Anlage 1) wird begutachtet.

mit 12 gegen 0 Stimmen

gez. Könnecke
Vorsitzende/r

gez. Weber
Berichterstatter/in

Ergebnis/Beschluss:

1. Die Satzung über Werbeanlagen und Automaten in der Stadt Erlangen (Werbeanlagensatzung – WaS) (Entwurf vom 20.03.2014, Anlage 1) wird beschlossen.

2. Der Fraktionsantrag Nr. 8/2012 der CSU-Stadtratsfraktion vom 06.02.2012 und der Fraktionsantrag Nr. 125/2013 der SPD-Stadtratsfraktion vom 16.07.2013 sind damit bearbeitet.

mit 14 gegen 0 Stimmen

gez. Dr. Balleis
Vorsitzende/r

gez. Weber
Berichterstatter/in

Protokollvermerk:

Herr StR Bußmann weist auf eine Anregung des Vereines „Bürger für die Goethestraße“ hin, eine Regelung bezüglich der Verhängung von Schaufenstern noch in die Satzung aufzunehmen.

Herr berufsm. StR Weber schlägt vor, den § 5 Absatz 1 Satz 7 der Werbeanlagensatzung entsprechend zu ergänzen.

Auf Einwand von Herrn StR Dr. Janik besteht Einvernehmen darüber, die mit den Beteiligten abgestimmte Satzung jetzt so zu belassen und solche etwaige Änderungen zu einem späteren Zeitpunkt erneut zu diskutieren.

Herr StR Bußmann bittet festzulegen, dass dies zeitnah erfolgt.

Ergebnis/Beschluss:

1. Die Satzung über Werbeanlagen und Automaten in der Stadt Erlangen (Werbeanlagensatzung – WaS) (Entwurf vom 20.03.2014, Anlage 1) wird beschlossen.

2. Der Fraktionsantrag Nr. 8/2012 der CSU-Stadtratsfraktion vom 06.02.2012 und der Fraktionsantrag Nr. 125/2013 der SPD-Stadtratsfraktion vom 16.07.2013 sind damit bearbeitet.

mit 51 gegen 0 Stimmen

gez. Dr. Balleis
Vorsitzende/r

gez. Weber
Berichterstatter/in

- IV. Beschlusskontrolle
- V. Zur Aufnahme in die Sitzungsniederschrift
- VI. Zum Vorgang