



Beschlussvorlage

TOP:
Vorlagen-Nummer: **VI/2016/01739**
Datum: 09.09.2016
Bezug-Nummer.
PSP-Element/ Sachkonto:
Verfasser: FB Planen
Plandatum:

Beratungsfolge	Termin	Status
Ausschuss für Planungsangelegenheiten	13.09.2016	öffentlich Vorberatung
Ausschuss für Ordnung und Umweltangelegenheiten	15.09.2016	öffentlich Vorberatung
Hauptausschuss	21.09.2016	öffentlich Vorberatung
Ausschuss für Wissenschafts- und Wirtschaftsförderung sowie Beschäftigung	27.09.2016	öffentlich Vorberatung
Stadtrat	28.09.2016	öffentlich Entscheidung

Betreff: Konzeption für Werbung im öffentlichen Straßenraum der Stadt Halle (Saale) - 1. Fortschreibung

Beschlussvorschlag:

Der Stadtrat beschließt die 1. Fortschreibung der Konzeption für Werbung im öffentlichen Raum der Stadt Halle (Saale) einschließlich der Gestaltungs- und Werbekonzeptionen der im Kapitel IV genannten Sonderbereiche.

Uwe Stäglin
Beigeordneter

Finanzielle Auswirkung:

Das Konzept ist hinsichtlich des Umfangs und der maximalen Anzahl der Werbeanlagen im öffentlichen Raum bestandsdokumentierend mit zusätzlichen Erweiterungsmöglichkeiten, deshalb sind gegenwärtig keine finanziellen Auswirkungen zu erwarten.

Zusammenfassende Sachdarstellung und Begründung
Konzeption für Werbung
im öffentlichen Straßenraum der Stadt Halle(Saale) - 1. Fortschreibung

Mit dem Beschluss V/2011/09635 vom 28.09.2011 wurde die Konzeption für Werbung im öffentlichen Straßenraum der Stadt Halle (Saale) vom Stadtrat bestätigt und war ab diesem Zeitpunkt ermessenslenkend für die Erteilung von Sondernutzungsgenehmigungen für Werbung im öffentlichen Straßenraum. Die Existenz der Konzeption hat sich im Verwaltungshandeln bewährt und war u. a. auch Grundlage, um rechtssicher in Anzahl und Art unangemessene Werbeanträge Dritter abzuwehren. Ziel und Zweck der 1. Fortschreibung des verwaltungsinternen Konzeptes ist deshalb nach wie vor eine ordnungsgemäße Steuerung von Werbemaßnahmen im halleschen Stadtraum und der Schutz vor zunehmender Überhäufung und verunstaltender Störung durch Werbung.

Eine Notwendigkeit der Fortschreibung ergab sich zum einen durch die laufende Weiterentwicklung der Typologien der Werbeträger, die bevorstehende Neuausschreibung des Werbenutzungsvertrages sowie die Erfüllung des Stadtratsauftrages, neben der Formulierung von Grundsätzen für besonders sensible Stadträume mit eingeschränkter Bewerbbarkeit (Kapitel III) auch für Sonderbereiche eigene Gestaltungs- und Werbekonzeptionen aufzustellen. Diesem Auftrag ist die Verwaltung nachgekommen und hat für zwölf Sonderbereiche in der Stadt eigene Konzeptionen in enger Abstimmung mit der Citygemeinschaft und dem Stadtmarketing entwickelt. Diese sind im Kapitel IV zu finden.

Im Interesse eines sinnvollen Ausgleichs zwischen den Bedürfnissen der Wirtschaft nach Werbung im öffentlichen Raum und einem geordneten und ansprechenden Stadtbild soll das Werbekonzept den Umfang, die Gestaltung sowie die räumliche Zulässigkeit von Werbeträgern regeln. Das Kapitel II - Werbeträger wurde deshalb an die aktuelle Bestands- und Rechtssituation angepasst. Das betrifft insbesondere die Überprüfung von Standorten der Mastrahmen- und Großflächenwerbung, deren Genehmigungsfähigkeit sich nach dem Landesstraßengesetz Sachsen-Anhalt und in den Übergangsbereichen der Bundesstraßen mit dem Straßennetz in Baulast der Stadt Halle (Saale), erkennbar an den Ortsdurchfahrtszeichen (OD), nach den Vorgaben des Bundesfernstraßengesetzes richtet. Ebenso sind die rechtlichen Anforderungen der Bauordnung und des Denkmalschutzgesetzes des Landes Sachsen-Anhalt zu beachten. Diese Aspekte sind hinsichtlich der grundsätzlichen Eignung von Straßenräumen in den Übersichtsplänen der Anlagen 1 und 2 nicht nur an den stadtgestalterischen Zielen, sondern auch stärker an den rechtlichen Gegebenheiten ausgerichtet worden.

Zwei im Konzept von 2011 noch genannte potenzielle Werbeträger sind in der 1. Fortschreibung entfallen. Das betrifft die Toiletten und Fahrradständer. Die Toilettenanlagen und die Fahrradständer als solche sind keine Werbeträger. Bei Letzteren gab es in den letzten Jahren auch keine Nachfrage der Werbewirtschaft, diese zu bewerben.

Ziel der Fortschreibung war ein gerechter Ausgleich zwischen dem konkreten Werbebedürfnis der Wirtschaft und der Notwendigkeit eines geordneten und ansprechenden Stadtbildes insbesondere unter dem Gesichtspunkt eines erfolgreichen Stadtmarketings.

Im vorliegenden Werbekonzept werden für jedes aktuell verwendete Werbeformat grundsätzliche Aussagen über Standort, Größenordnung, Platzierung und gestalterische Art getroffen. Die Benennung von Obergrenzen orientiert sich an den bereits genannten rechtlichen und städtebaulichen Prämissen für die Einordnung der Werbeanlagen. Das

Konzept wirkt mit dem Zeitpunkt der Beschlussfassung für die Zukunft und lässt die allgemeinen Grundsätze des Bestandschutzes insoweit unberührt.

Für die einzelnen Werbeträger wurden die Entwicklungsziele überarbeitet und Steckbriefe entwickelt, die in übersichtlicher Form die Einsatzgebiete, die Kriterien der Einordnung, die maximale Anzahl, den Abstand untereinander und zu anderen Werbeträgern definieren. Ebenso werden die allgemeine Stadtbildverträglichkeit und die Eignung für sensible Stadträume eingeschätzt. Damit wird dem Wunsch des genehmigenden Fachbereichs Bauen Rechnung getragen, anhand klarer Rahmenbedingungen zu einer schnellen Entscheidung über die Zulässigkeit des Sondernutzungsantrages zu gelangen.

Die Zustimmung in Bezug auf die Familienverträglichkeit wurde am 04.05.2016 erteilt, da die Stadt ein Mitspracherecht im Umgang mit gewaltverherrlichender Werbung besitzt, insbesondere bei Aspekten des Kinder- und Jugendschutzes.

Die Belange der Familienverträglichkeit finden im Werbekonzept ihre Berücksichtigung. Insbesondere wird das auch weiterhin durch das verfasste Einspruchs- und Mitspracherecht der Stadt in Bezug auf gewaltverherrlichende Werbung - speziell zum Schutz von Kindern und Jugendlichen sichergestellt.

Anlagen:

Konzeption für Werbung im öffentlichen Straßenraum der Stadt Halle(Saale)
– 1. Fortschreibung