Stadt Halle (Saale)
Geschäftsbereich II
Stadtentwicklung und Umwelt

28. September 2016

Stadtratssitzung am 28.09.2016
Stellungnahme zur Konzeption für Werbung im öffentlichen Straßenraum der Stadt Halle (Saale) (1. Fortschreibung)
Vorlagen-Nr.: VI/2016/01739
TOP: 7.10

Stellungnahme zum Schreiben der City-Gemeinschaft und der IHK vom 23.09.2016

Zu den konkreten Hinweisen und Forderungen kann seitens der Verwaltung wie folgt Stellung genommen werden:

1. *Bevormundung der Unternehmerschaft und fehlende Spezifik und Originalität der Werbeelemente*

   Die Regelungen für die von den Händlern in den öffentlichen Straßenraum eingeordneten eigenen Werbeträgern (Geschäftsaufsteller, Fahrradständer und Standflaggen) sind gegenüber dem Konzept von 2011 nicht geändert worden. Ziel ist nach wie vor, ein Mindestmaß an Ordnung (ein Werbeelement pro Ladengeschäft) und eine Bevorzugung eines möglichst einheitlichen Rahmensystems und für Fahrräder unkritische Typen von Fahrradständern (Vermeidung von „Felgenkillern"). Das Konzept verbietet hier keine spezifischen Typen sondern nennt Entwicklungsziele und „bevorzugte" Typen. Die Kriterien für die Einordnung sind hinsichtlich ihrer Abstände untereinander und zu anderen Werbeträgern (Vermeidung von störender Häufung) präzisiert und ergänzt worden.

   Im Detail werden kritisiert:

2. *die stark beschränkte Anzahl der Uhren, Großflächen, Hinweisanlagen und Leitsystemen – statt restriktive Obergrenzen zu schaffen, sollte sich vielmehr am tatsächlichen Bedarf orientiert werden,*

   Die bisherigen Formate und Typologien sind hinsichtlich ihres Werbevolumens nicht ausgeschöpft (z.B. Mastrahmen und Uhren). In Abstimmung mit der Werbewirtschaft wurden mögliche Änderungen besprochen. Die Obergrenzen, die aufgrund einer rechtlichen Forderung aufgenommen wurden, orientieren sich an dem Bestand zuzüglich einer als notwendig eingeschätzten Erweiterungsbedarfs aufgrund starker Nachfrage. Das trifft z.B. bei den Dreiecksaufstellern zu, wo mittels der Einführung des Typs der „Kultursäule" eine Lösung angeboten wird, wie platzsparend und stadtgestalterisch ansprechend dem gestiegenen Bedürfnis Rechnung getragen werden kann.

3. *bezüglich der Geschäftsaufsteller: zu starke Reglementierung bezüglich der Beschränkung auf nur einen Werbeträger (Werbebanner oder Fahrradständer) – neben rechtlichen Bedenken bei der Umsetzung der vorgeschriebenen Art erachten wir auch die vorgegebenen Mindestabstände zwischen Werbeträgern einzelner Handelseinheiten für nicht realisierbar,*

   Wie unter 1. ausgeführt, beinhaltet die Konzeption von 2011 bereits diese Regelungen. Auf Grund der Forderungen der Unteren Verkehrsbehörde und der Beauftragten für Menschen mit Behinderungen/Senioren wurden die technischen Regelwerke (hier

Empfehlungen für Fußgängerverkehrsanlagen) mit der Forderung nach 1,8 m verbleibender Nettobreite zitiert. Eine Sondernutzungserlaubnis nach Straßengesetz des Landes Sachsen-Anhalt muss den bestimmungsgemäßen Gebrauch der Verkehrsanlage sicherstellen. Abweichungen sind im Einzelfall zu betrachten. Deshalb wird in der Konzeption dargelegt: „ Die entsprechenden Parameter sind im Vorfeld der Aufstellung mit der zuständigen Ordnungsbehörde der Stadt Halle abzustimmen. Dabei sind die tatsächliche Gegebenheiten zu berücksichtigen."

4. *die Beschränkung des Hotelsystems auf die Innenstadt – diese müsste aufgehoben werden*

   Im Text wird unter Entwicklungsziele der Einsatz im gesamten Stadtgebiet beschrieben. Im Steckbrief ist die Altstadt und die Innere Stadt genannt. Die Vorlage wurde dahingehend korrigiert, dass die gesamte Stadt jetzt als Einsatzgebiet genannt ist.

5. *bezüglich der City-Aufsteller (S. 37 ff.) – diese sollten dringend und zeitnah gestalterisch „nachgebessert" werden,*

   Dieser Einwand ist bereits durch die Einführung der „Kultursäule" als permanentes System mit höherer Kapazität und Ausweisung des Dreiecksaufstellers als mobiles, temporäres System für Sonderveranstaltungen aufgenommen.

6. *bezüglich des Wegfalls von Toiletten und Fahrradständern – dieser ist nicht nachvollziehbar, der Entfall von Fahrradständern insbesondere deshalb nicht, weil an vielen Stellen des Konzeptes explizit auf Fahrradständer als Werbeträger hingewiesen wird.*

   Hier handelt es sich um ein Missverständnis. Toilettenanlagen selbst sind keine Werbeelemente und können aus kartellrechtlichen Gründen auch nicht mehr zum Gegenstand eines Werbenutzungsvertrages gemacht werden. Bei den Fahrradüberdachungsanlagen handelt sich ebenfalls nicht um Werbeelemente. Diese waren in dem Konzept von 2011 enthalten, da man damals die Möglichkeit anbieten wollte, dort zu werben. Eine Nachfrage blieb aber bisher aus.

7. *Wunsch nach Regelung für Werbung bei Leerstandsflächen*

   Bei den Brachen handelt es sich um private Flächen, die der Bauordnung und nicht dem Straßengesetz unterliegen. Hier sind die Maßgaben des § 10 BauO LSA zu beachten. Das Konzept beinhaltet nur Regelungen für den öffentlich gewidmeten Straßenraum. Weitergehende Regelungen, die private Flächen mit einbezieht, würden über das Ziel dieser Konzeption weit hinausgehen und stehen unter besonderer Beachtung von einklagbaren Rechten auf Baugenehmigung durch private Bauherren.

Uwe Stäglin
Beigeordneter