



Beschlussvorlage

TOP:
Vorlagen-Nummer: **V/2011/09635**
Datum: 22.08.2011
Bezug-Nummer.
HHStelle/Kostenstelle: 1.6100.650000/
6100.1100
Verfasser: Dezernat II Planen
und Bauen

Beratungsfolge	Termin	Status
Ausschuss für Wissenschafts- und Wirtschaftsförderung sowie Beschäftigung	28.06.2011 30.08.2011	öffentlich Vorberatung
Ausschuss für Planungsangelegenheiten	09.08.2011	öffentlich Vorberatung
Ausschuss für Ordnung und Umweltangelegenheiten	18.08.2011	öffentlich Vorberatung
Stadtrat	28.09.2011	öffentlich Entscheidung

Betreff: Konzeption für Werbung im öffentlichen Straßenraum der Stadt Halle (Saale)

Beschlussvorschlag:

1. Der Stadtrat der Stadt Halle (Saale) beschließt die von der Verwaltung vorgelegte Gliederung für die Werbekonzeption als Arbeitsgrundlage.
2. Die Präambel und die allgemeinen Grundsätze der Konzeption werden gebilligt.
3. Die Punkte
 - Abschnitt II. 1. Ortsfeste Werbeträger mit Nebenfunktion
 - Abschnitt II. 2. Ortsfeste Werbeträger ohne Nebenfunktion
 - Abschnitt II. 3. Mobile Werbeträgerwerden in der vorgelegten Form abschließend beschlossen.
4. Die Verwaltung wird beauftragt die Arbeit an der Konzeption auf Grundlage der beschlossenen Gliederung fortzusetzen und für die unter III. aufgeführten Sonderbereiche Einzelkonzepte aufzustellen, sowie die Notwendigkeit von Einschränkungen gemäß IV. zu prüfen.

Finanzielle Auswirkung:

Das Konzept ist bestandsdokumentierend, deshalb sind gegenwärtig keine finanziellen Auswirkungen zu erwarten.

Uwe Stäglin
Beigeordneter

Zusammenfassende Sachdarstellung und Begründung

Konzeption für Werbung im öffentlichen Straßenraum der Stadt Halle(Saale)

Ziel und Zweck des verwaltungsinternen Konzeptes ist eine ordnungsgemäße Steuerung von Werbemaßnahmen im halleschen Stadtraum und der Schutz vor zunehmender Überhäufung und verunstaltender Störung durch Werbung. Die Bestandssituation wird dabei berücksichtigt.

Die Grundlagen, Anforderungen sowie die Rahmenbedingungen an dieses Werbekonzept werden in den allgemeinen Grundsätzen sowie der Ziel- und Zweckrichtung näher erläutert. Das Werbekonzept besitzt ermessenslenkende Wirkung und ist inhaltliche Grundlage, an der sich die Bewerbung des öffentlichen Raumes zu gemeinhin kommerziellen Zwecken in Halle (Saale) zu orientieren hat.

Zugleich bildet das Konzept den Handlungsrahmen für die jeweiligen Werbemaßnahmen auf öffentlichen Straßen, Plätzen sowie im darüber hinaus verbleibenden öffentlichen Stadtraum. Es definiert die Gebiete der Stadt, in welchen Werbemaßnahmen ausgeschlossen bzw. aufgrund ihrer städtebaulichen Bedeutung nur eingeschränkt zulässig sind.

In seiner Anwendung folgt das Werbekonzept insbesondere den planungsrechtlichen Vorschriften des Baugesetzbuches (BauGB), der Landesbauordnung Sachsen-Anhalt (BauOLSA) und weiteren Ortsatzungen. Bei der Zulässigkeitsbeurteilung von Werbeanlagen finden neben dem allgemeinen Ortsrecht, den städtebaulichen und verkehrsrechtlichen Grundsätzen das Straßengesetz des Landes Sachsen-Anhalt (StrG LSA) und die hierauf beschlossene Sondernutzungsatzung der Stadt Halle Anwendung, welche die Inanspruchnahme

von öffentlichen Straßen, Wegen und Plätzen nach § 18 StrG LSA regelt.

Das Werbekonzept berücksichtigt zudem grundsätzliche Erwägungen zu Art, Umfang und Standorten städtischer und kultureller Eigenwerbung in den verfügbaren kommerziellen Werbeträgern.

Die Zustimmung in Bezug auf die Familienverträglichkeit wurde 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 durch das verfasste Einspruchs- und Mitspracherecht der Stadt im Bezug auf gewaltverherrlichende Werbung – speziell zum Schutz von Kindern und Jugendlichen.

In einem mehrstufigen Prozess soll das Werbekonzept erweitert werden. Als erster Schritt werden die Gliederung und die Allgemeinen Grundsätze (Abschnitt I) sowie die Festlegungen

zu den einzelnen Werbeträgern (Abschnitt II) zur Beschlussfassung eingebracht.

In einem zweiten Schritt folgen die stadträumlichen Bereiche mit eigenen Gestaltungs- und Werbekonzeptionen.