

Beschlussvorlage



Landeshauptstadt
Mainz

öffentlich		Drucksache Nr. 0570/2015
Amt/Aktenzeichen 61/61 60 Alt R 02	Datum 11.03.2015	TOP

Behandlung im Stadtvorstand gem. § 58 (3) S. 2 i. V. m. 47 (1) S. 2 Nr. 1 GemO am 17.03.2015

Beratungsfolge Gremium	Zuständigkeit	Datum	Status
Ortsbeirat Mainz-Altstadt	Anhörung	25.03.2015	N
Bau- und Sanierungsausschuss	Vorberatung	25.03.2015	N
Stadtrat	Entscheidung	25.03.2015	Ö

Betreff:

Satzung über die Gestaltung baulicher Anlagen, Werbeanlagen und Warenautomaten im Bereich Römerpassage / Lotharstraße (A 270 S)";
hier: Satzungsbeschluss gemäß § 88 Abs. 1 und 2 LBauO Rheinland-Pfalz in
Verbindung mit § 24 GemO Rheinland-Pfalz

Dem Oberbürgermeister und dem Stadtvorstand vorzulegen

Mainz, 11.03.2015

Gez.
Marianne Grosse
Beigeordnete

Mainz,

Michael Ebling
Oberbürgermeister

Beschlussvorschlag:

Der **Stadtvorstand**/ der **Ortsbeirat Mainz-Altstadt**/ der **Bau- und Sanierungsausschuss** empfehlen, der **Stadtrat** beschließt:

1. die "Satzung über die Gestaltung baulicher Anlagen, Werbeanlagen und Warenautomaten im Bereich Römerpassage / Lotharstraße (A 270 S)" gemäß § 88 Abs.1 und 2 LBauO Rheinland-Pfalz in Verbindung mit § 24 GemO Rheinland-Pfalz.

1. Attraktivierung der Mainzer Innenstadt

Die Bemühungen der Stadt Mainz, die zentralen Einkaufslagen der Innenstadt für den Einzelhandel und für seine Kunden attraktiver zu gestalten, sind zahlreich und vielfältig

- Etablierung eines Citymanagements
- Investitionen in die Neu- und Umgestaltung des öffentlichen Raumes
- Einführung einer "Citymeile"
- Beauftragung von Gutachten (Standort- und Marktanalyse, Rahmenplan Innenstadt)
- Entwicklung und Stärkung des "Tripolkonzeptes", wie es in den Gutachten entwickelt und empfohlen wurde
- Richtlinie zur Gestaltung von Sondernutzungen im öffentlichen Raum
- Innenstadtkonzept (IEK)

Ein wichtiger Baustein dieses Maßnahmenbündels sind die verschiedenen Werbeanlagensatzungen, die gestaltwirksame Vorgaben enthalten. Die einzelnen Bausteine betreffen sowohl Maßnahmen der öffentlichen Hand als auch Maßnahmen auf privater Seite; sie sollen sich gegenseitig stützen und ergänzen. Die Effizienz von bereits erfolgten und auch künftigen Anstrengungen – egal ob privat oder kommunal – soll gestärkt werden und der Einsatz gestalterisch wirksamer Investitionen muss so aufeinander abgestimmt sein, dass sich konkrete Maßnahmen nicht gegenseitig neutralisieren.

Hierzu bedarf es gewisser Vorgaben und gestaltungswirksamer Regelungen. Für den Bereich der Werbeanlagen entlang der Fassaden im Bereich Römerpassage / Lotharstraße will die vorliegende Gestaltungssatzung dies leisten.

2. Problemstellung und Anlass

Der Bereich Römerpassage / Lotharstraße nimmt hinsichtlich seiner räumlichen Lage und seiner Funktion innerhalb des Stadtgebietes einen besonderen Platz ein. Er ist Bestandteil der Fußgängerzone, der Citymeile und des Tripolkonzeptes und fungiert als Bindeglied zwischen der Mainzer Neustadt und der Innenstadt. In den letzten Jahren wurden große Bereiche mit dem Ziel gestaltet, in dieser bedeutsamen Kernzone des Mainzer Einzelhandels die Aufenthalts- und Gestaltqualität des öffentlichen Raums zu erhöhen.

In der letzten Zeit ist insbesondere im Bereich der Lotharstraße eine Zunahme von Werbeanlagen zu verzeichnen, die dem genannten Ziel insbesondere in ihrer gestalterischen Qualität entgegenstehen. Zudem liegt dem Bauamt aktuell ein Antrag zum Anbringen von mehreren Fensterwerbefolien an Teilen des ersten Obergeschosses der Römerpassage vor. Auf der Gesamtfläche sind bisher keine vergleichbaren Werbeflächen im Bereich der Fensteröffnungen vorzufinden. Die Architektur und das Raumkonzept der Römerpassage sehen keine Schließung der bestehenden Fensterflächen vor, da sonst die Transparenz der innenliegenden Verkaufsläden nach außen hin beeinträchtigt würde.

Die festzustellende Häufung von großflächigen Werbeanlagen insbesondere in der Lotharstraße und das vollflächige Bekleben von Schaufenstern würden den bisherigen Bemühungen zur Attraktivierung der Innenstadt entgegenlaufen und die Investitionen der Stadt Mainz in die Gestaltung des öffentlichen Raumes konterkarieren. Einzelhandelsgeschäfte mit Schaufenstern und Warenauslage sind zentrale Elemente der Innenstädte und Fußgängerzonen. Ohne Schaufenster kann eine Fußgängerzone, ein Citybereich kaum existieren. Die Aufenthalts- und Erlebnisqualität reduziert sich drastisch. Zudem ist zu befürchten, dass sich der negative Vorbildcharakter dieser Werbeanlagen insgesamt weiterentwickeln würde.

3. Bestehende Rechtslage und Rechtsprechung

Bestehende Vorschriften zu Fragen der Gestaltung und zu Werbeanlagen befinden sich in § 5 (Gestaltung) LBauO und § 52 (Werbeanlagen und Warenautomaten) LBauO.

§ 5 Abs. 1 LBauO besagt:

1. Bauliche Anlagen sind so zu gestalten, dass sie nach Form, Maßstab, Verhältnis der Baumassen und Bauteile zueinander, Werkstoffe und Farben nicht verunstaltet wirken.
2. Bauliche Anlagen sind mit ihrer Umgebung so in Einklang zu bringen, dass sie benachbarte bauliche Anlagen sowie das Straßen-, Orts- oder Landschaftsbild nicht verunstalten und deren beabsichtigte Gestaltung nicht stören. Auf Kultur- und Naturdenkmäler und auf andere erhaltenswerte Eigenarten der Umgebung ist besondere Rücksicht zu nehmen.

§ 52 Abs. 2 LBauO besagt:

Eine störende Häufung von Werbeanlagen ist unzulässig.

Diese bestehenden Vorschriften enthalten eine Reihe unbestimmter Rechtsbegriffe und führen in der täglichen Praxis zu Interpretationsproblemen zwischen den Akteuren - Antragsteller, Bauaufsicht und Stadtbildpflege.

Die Fragen, wann eine bauliche Anlage (Werbeanlagen sind gemäß Definition LBauO (§ 2) bauliche Anlagen) verunstaltet wirkt, wann bauliche Anlagen das Straßen-, Orts- oder Landschaftsbild verunstalten oder deren beabsichtigte Gestaltung stören, ab wann eine Häufung von Werbeanlagen vorliegt und ab wann diese stört, werden auch mit Hilfe der Rechtsprechung nicht geklärt. Ebenso wie der Gesetzgeber hält sich auch die Rechtsprechung bei Fragen des Geschmacks und der Ästhetik zurück. In entsprechenden Urteilen zu diesen Fragen fügt die Rechtsprechung den unbestimmten Rechtsbegriffen nur noch Weitere hinzu und bezieht die Urteile in der Regel auf die konkrete Situation des Einzelfalls. Laut Rechtsprechung liegt eine Verunstaltung vor, wenn ein gebildeter, durchschnittlicher Betrachter - also weder jemand der gegenüber Fragen der Baugegestaltung und Baukultur gleichgültig ist noch ein in solchen Fragen besonders empfindlich Reagierender - das Gefühl hat, dass die bauliche Anlage einen hässlichen, das ästhetische Empfinden nicht nur beeinträchtigenden, sondern verletzenden Zustand darstellt. Ebenso lehnt es die Rechtsprechung ab, die Zahl von Werbeanlagen, von der an eine störende Häufung vorliegt, generell und unabhängig von den Verhältnissen des Einzelfalls zu bestimmen.

Als Fazit bleibt festzuhalten, dass sowohl Gesetzgeber als auch Rechtsprechung die Problematik zwar erkannt und aufgegriffen haben, jedoch zur Entscheidung im konkreten Konfliktfall wenig beitragen. Damit auch zur gestalterischen Aufwertung ein Beitrag geleistet werden kann, ist der Erlass einer Gestaltungssatzung notwendig.

4. Ziele

Das Ziel der Satzung ist es, die Anstrengungen der Stadt Mainz zu Gunsten einer attraktiven Innenstadt durch gestalterische Maßnahmen auch auf privater Seite zu unterstützen und so den effizienten Einsatz öffentlicher Mittel in die Gestaltung zu steigern und die gesamte gestalterische Qualität in dieser wichtigen Kernzone zu erhöhen. Für die Erreichung dieses Ziels werden besondere gestalterische Anforderungen an bauliche Anlagen, Werbeanlagen und Warenautomaten durch die Satzung gestellt.

Die Satzung ist inhaltlich identisch zu der bestehenden Satzung für den Bereich beiderseits der Flachmarktstraße und Schusterstraße ("A 263 S") sowie dessen erste Änderung ("A 263 S/1. Ä").

Die Satzung wendet sich vorwiegend an Antragsteller von Werbeanlagen. Sie enthält Regelungen zu:

- Größe, Anzahl und Anbringungsort von Werbeanlagen,
- zur Gestaltung von Werbeanlagen, Schaukästen und Warenautomaten und
- zu Schaufensterbeklebungen.

5. Zeitliche Befristung der Gültigkeit der Satzung

Vor dem Hintergrund der unter Punkt 1 dargestellten aktuellen Bemühungen der Stadt Mainz soll nach deren Abschluss die Entwicklung in der Innenstadt neu bewertet werden. Für eine transparente Darstellung soll die Geltungsdauer der vorliegenden Satzung "A 270 S" daher auf drei Jahre zeitlich befristet werden. Vor Ablauf dieser Geltungsdauer wird der Stadtrat frühzeitig überprüfen, ob die dann vorliegende Situation in der Innenstadt eine gleichartige oder gegebenenfalls an geänderte Bedingungen angepasste Satzung erfordert. Dabei ist zu berücksichtigen, ob sich die Gestaltungsanforderungen insbesondere an Werbeanlagen auf die Gewerbetreibenden ausgewirkt haben. Ein weiterer Grund für die befristete Geltungsdauer der Satzung "A 270 S" ist zudem, dass größere Veränderungen im Einzelhandel in der Innenstadt nicht ausgeschlossen werden können. Eine Überprüfung dieser Satzung ist nach Ablauf einer gewissen Zeitspanne daher erforderlich. Gegebenenfalls können die weiteren bereits bestehenden Gestaltungssatzungen in diesem Zuge ebenfalls einer Überprüfung unterzogen werden.

6. Analyse und Bewertung geschlechtsspezifischer Folgen

Geschlechtsspezifische Belange werden nicht berührt.

7. Kosten

Durch das Verfahren entstehen keine Kosten für die Verwaltung.

Anlagen:

- *Geltungsbereich "A 270 S"*
- *Entwurf Satzungstext "A 270 S"*