

Beschlussvorlage



Landeshauptstadt
Mainz

öffentlich		Drucksache Nr. 0319/2018
Amt/Aktenzeichen 61/61 60 Alt R 02	Datum 02.02.2018	TOP

Behandlung im Stadtvorstand gem. § 58 (3) S. 2 i. V. m. 47 (1) S. 2 Nr. 1 GemO am 20.02.2018			
Beratungsfolge Gremium	Zuständigkeit	Datum	Status
Ortsbeirat Mainz-Altstadt	Anhörung	28.02.2018	Ö
Bau- und Sanierungsausschuss	Vorberatung	01.03.2018	Ö
Stadtrat	Entscheidung	14.03.2018	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, 08. Feb. 2018 gez. Marianne Grosse Marianne Grosse Beigeordnete
Mainz, 21. Februar 2018 gez. M. Ebling Michael Ebling Oberbürgermeister

Beschlussvorschlag:

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

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 mit zeitlich unbegrenzter Geltungsdauer .

1. Anlass/ Rückblick

Im Jahre 2015 hat der Stadtrat die im Betreff genannte Werbeanlagensatzung „A 270 S“ beschlossen, um der zunehmenden Häufung von gestalterisch bedenklichen Werbeanlagen im Bereich der Römerpassage und Lotharstraße entgegen wirken zu können.

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.

2. Werbeanlagensatzungen

Grundsätzlich hat der Gewerbebetreiber die Möglichkeit an seinem Geschäft, am Ort der Leistung, zu werben. Damit die beabsichtigten Werbeanlagen in einem stadtgestalterisch vertretbaren Rahmen bleiben, enthält die Werbeanlagensatzung Regelungen zu:

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

Hierzu bedarf es gewisser Vorgaben und gestaltungswirksamer Regelungen. Für den Bereich der Werbeanlagen entlang der Fassaden im Bereich Römerpassage / Lotharstraße wurde in Anlehnung an bereits bestehende Satzungen dieser Art die Gestaltungssatzung „A 270 S“ erarbeitet, am 25.03.2015 vom Stadtrat beschlossen und mit öffentlicher Bekanntmachung zum 28.03.2015 in Kraft gesetzt.

3. Zeitliche Befristung der Gültigkeit der Satzung

Die Geltungsdauer dieser Satzung war, wie in der Beschlussvorlage damals bereits angekündigt, zunächst auf drei Jahre begrenzt. Vor Ablauf dieser Frist sollte die Situation vor Ort überprüft werden, ob die dann vorliegende Situation in der Innenstadt eine gleichartige oder gegebenenfalls an geänderte Bedingungen angepasste Satzung erfordert. Dabei sollte berücksichtigt werden, ob sich die Gestaltungsanforderungen insbesondere an Werbeanlagen auf die Gewerbetreibenden ausgewirkt haben. Ein weiterer Grund für die befristete Geltungsdauer der Satzung "A 270 S" war zudem, dass größere Veränderungen im Einzelhandel in der Innenstadt nicht ausgeschlossen werden können.

Eine entsprechende Überprüfung des Geltungsbereiches und der Werbeanlagenanträge der letzten drei Jahre ergab folgendes Ergebnis:

- Es wurden nur wenige Werbeanlagen im Satzungsgebiet (siehe angehängte Skizze mit räumlichem Geltungsbereich) beantragt. Das mag damit zusammenhängen, dass in der Geschäftswelt nur eine geringe Fluktuation herrschte. Das mag auch damit zusammenhängen, dass die Anforderungen der Satzung bekannt waren und deshalb gestalterisch fragwürdige Werbeanlagen erst gar nicht beantragt wurden. Dafür spricht z.B., dass eine vor Aufstellung der „A 270 S“ in 2015 schon bestehende bestandsgeschützte Schaufensterbeklebung im Zuge eines Geschäftswechsels ersatzlos entfernt wurde.

- Im öffentlichen Raum wurden seit 2015 keine Veränderungen mehr vorgenommen. Die durch das Förderprogramm Aktive Stadtzentren unterstützten Maßnahmen im Umfeld (Umgestaltung Große Langgasse) stehen erst noch an.
- Es wurden keine Werbeanlagen beantragt, bei denen sich im Genehmigungsverfahren die Satzungsinhalte als problematisch bzw. als zu restriktiv herausgestellt hätten.
- Seitens der Einzelhändler bzw. der beauftragten Architekten wurde kein Überarbeitungsbedarf geltend gemacht.

Insgesamt gesehen besteht somit kein Bedarf, Satzungsinhalte zu ändern.

4. Ziele

Das Ziel der Satzung ist es nach wie vor, die Anstrengungen der Stadt Mainz zur Gestaltverbesserungen im öffentlichen Raum durch gestalterisch hochwertige Maßnahmen auf privater Seite zu unterstützen. Zur Erreichung dieses Ziels ist es weiterhin erforderlich, besondere gestalterische Anforderungen an bauliche Anlagen, Werbeanlagen und Warenautomaten durch diese Satzung zu stellen und dadurch die gesamte gestalterische Qualität in dieser wichtigen Kernzone zu erhöhen.

5. Empfehlung

Die Auswertung hat gezeigt, dass aktuell keine Notwendigkeit besteht, die Satzungsinhalte zu ändern. Es spricht somit nichts dagegen, die bis zum 27.03.2018 geltende zeitliche Befristung der Geltungsdauer der Satzung in eine zeitlich unbegrenzte Geltungsdauer umzuwandeln. Folgt der Stadtrat in seiner Sitzung am 14.03.2018 dieser Empfehlung, so kann durch eine entsprechende öffentliche Bekanntmachung im Amtsblatt am 23.03.2018 die unbegrenzte Geltungsdauer ab dem 24.03.2018 in Kraft treten. Damit wäre auch eine Gleichbehandlung der Geschäftsleute im Satzungsgebiet „A 270 S“ mit denen im benachbarten Satzungsgebiet ("A 263 S") beiderseits der Flachmarktstraße und Schusterstraße hergestellt. Im Übrigen kann auch eine rechtskräftige Satzung, falls erforderlich, jederzeit geändert und somit an sich ändernde Anforderungen angepasst werden.

6. Analyse und Bewertung geschlechtsspezifischer Folgen

Geschlechtsspezifische Belange werden nicht berührt.

7. Alternative

Stimmt der Stadtrat nicht zu, endet die Rechtskraft der Werbeanlagensatzung „A 270 S“ am 27.03.2018. Für das Satzungsgebiet entfielen dann die Möglichkeit gegen stadtgestalterisch störende Werbeanlagen vorzugehen.

8. Kosten

Durch die unbegrenzte Geltungsdauer der Satzung entstehen keine Kosten für die Stadt Mainz.

Anlagen: Geltungsbereich "A 270 S", Satzungstext "A 270 S"

