

Beschlussvorlage



Landeshauptstadt
Mainz

öffentlich		Drucksache Nr. 0949/2011
Amt/Aktenzeichen Dezernat VI/61 26 A 12 S / 2. Ä	Datum 23.05.2011	TOP

Behandlung im Stadtvorstand gem. § 58 (3) S. 2 i. V. m. 47 (1) S. 2 Nr. 1 GemO am 31.05.2011

Beratungsfolge Gremium	Zuständigkeit	Datum	Status
Ortsbeirat Mainz-Altstadt	Anhörung	01.06.2011	Ö
Bau- und Sanierungsausschuss	Vorberatung	15.06.2011	Ö
Stadtrat	Entscheidung	15.06.2011	Ö

Betreff:

2. Änderung der Werbeanlagensatzung A 12 S
Satzung über die Gestaltung baulicher Anlagen, Werbeanlagen und Automaten im
Bereich der Straßen und Plätze des Altstadtgebietes, des Domes, des Fischtorplatzes
und des Schillerplatzes - 2. Änderung (A 12 S/2. Ä)
hier: Satzungsbeschluss gemäß § 88 Absatz 1 Nr. 1 und Nr. 2 LBauO in Verbindung
mit § 24 GemO

Dem Oberbürgermeister und dem Stadtvorstand vorzulegen

Mainz, 25.05.2011

gez.

Marianne Grosse
Beigeordnete

Mainz,

Jens Beutel
Oberbürgermeister

Beschlussvorschlag:

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

unter Abwägung der privaten und öffentlichen Belange den o. a. Satzungsentwurf gemäß §
88 Abs. 1 Nr. 1 und Nr. 2 LBauO i. V. m. § 24 GemO als Satzung.

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:

- Investitionen in die Neu- und Umgestaltung des öffentlichen Raumes,
- Einführung einer "Citymeile",
- Beauftragung von Gutachten (Standort- und Markanalyse),
- Entwicklung und Stärkung eines "Tripol-Konzeptes", wie es in den Gutachten entwickelt und empfohlen wurde,
- Gestaltungssatzungen,
- Richtlinie zur Gestaltung von Sondernutzungen im öffentlichen Raum,
- Bauberatung.

Satzungen über die Gestaltung baulicher Anlagen, Werbeanlagen und Automaten sind ein Baustein innerhalb eines ganzen Maßnahmenbündels. Die einzelnen Bausteine betreffen sowohl Maßnahmen der öffentlichen Hand, als auch Maßnahmen auf privater Seite. Die einzelnen Bausteine sollen sich gegenseitig stützen und ergänzen. Die Effizienz von bereits erfolgten und auch künftigen Anstrengungen - egal ob private oder kommunale - soll gestärkt und der Einsatz gestalterisch wirksamer Investitionen muss so aufeinander abgestimmt sein, dass sich konkrete Maßnahme nicht gegenseitig neutralisieren.

Hierzu bedarf es gewisser Regelungen und gestaltungswirksamer Vorgaben. Für den Bereich der Werbeanlagen in der südlichen Altstadt leistet dies bisher die "Satzung über die Gestaltung baulicher Anlagen, Werbeanlagen und Automaten im Bereich der Straßen und Plätze des Altstadtgebietes, des Domes, des Fischtorplatzes und des Schillerplatzes vom 05.06.1981 (A 12 S)".

Am 07.10.2009 hat das Verwaltungsgericht Mainz die Anwendbarkeit der Satzung "A 12 S" für Wand- und Fassadenabschnitte negiert, die zum einen auf der Grenze des Geltungsbereiches der "A 12 S" stehen, aber andererseits zu einem Grundstück gehören, welches außerhalb des Geltungsbereiches liegt. Die Satzung wurde daraufhin entsprechend überarbeitet und durch einen klarstellenden Passus ergänzt. Der Stadtrat hat am 12.11.2009 die geänderte Satzung als "A 12 S /1.Ä" beschlossen. Mit Veröffentlichung am 23.11.2009 wurde die Änderung rechtskräftig.

2. Aktueller Anlass / Problemstellung

Am 04.05.2011 wurde ein Antrag auf Genehmigung von ca. 12 qm großen Fensterfolien in der Holzstraße bei der Bauaufsicht eingereicht. Hintergrund ist die bundesweit einheitliche Umgestaltung aller entsprechenden Märkte. Die zum Einsatz kommenden signalroten Fensterfolien mit zusätzlich eingestreuten überdimensional vergrößerten Abbildungen von Lebensmitteln (Brot, Obst, Gemüse, Käse) nehmen auf die speziellen gestalterischen Anforderungen des konkreten Standortes keinerlei Rücksicht.

Die zahlreichen Bemühungen der Stadt Mainz zur Attraktivierung der Innenstadt wurden eingangs schon angeführt. Im unmittelbaren Umfeld des Standortes Holzstraße befindet sich mit der Augustinerstraße das Tor zur südlichen Altstadt. Der öffentliche Bereich "Graben" wurde vor Jahren mit viel Aufwand und hochwertigen Materialien umgestaltet. Die Umgestaltung des Hopfengartens steht noch bevor.

All die genannten Anstrengungen würden durch die Verwirklichung der beantragten Werbefolien gestalterisch nachhaltig beeinträchtigt und hätten darüber hinaus negativen Vorbildcharakter für weitere Aktionen dieser Art. Rechtlich belastbare Versagungsgründe liegen nicht vor, weil das Anwesen Holzstraße nicht im Geltungsbereich der unter Kapitel 1 beschriebenen Satzung liegt.

3. Problemlösung

Zur Problemlösung und als Rechtsgrundlage zur Versagung der beantragten Werbeanlage schlägt die Verwaltung die Erweiterung des räumlichen Geltungsbereiches der bestehenden Werbeanlagensatzung "A 12 S /1.Ä" vor. Die erweiterte Satzung, dann "A 12 S /2.Ä", wird dann zukünftig zwischen Fischtorplatz und Einmündung Dagobertstraße die gesamte südliche Altstadt abdecken und somit auch die Bebauung beiderseits der Holzstraße.

Inhaltlich bleibt die Satzung unverändert; sie enthält bereits Regelungen zum Umgang mit Schaufensterbeklebungen und zwar bezüglich Größe, Anzahl und Abstand der einzelnen Werbetransparente untereinander. Notwendig werden lediglich einzelne redaktionelle Änderungen:

- in der Präambel in Folge von Änderungen der Rechtsgrundlage,
- Geltungsbereich,
- in § 11 bezüglich des Inkrafttretens.

Diese neue Satzung trägt den Titel "Satzung über die Gestaltung baulicher Anlagen, Werbeanlagen und Automaten im Bereich der Straßen und Plätze des Altstadtgebietes, des Domes, des Fischtorplatzes und des Schillerplatzes – 2. Änderung (A 12 S/2.Ä). Diese Satzung ersetzt mit Satzungsbeschluss die "A 12 S/ 1.Ä".

4. Analyse und Auswertung geschlechtsspezifischer Folgen

Durch die 2. Änderung der bestehenden Werbeanlagensatzung "A 12 S " werden keine geschlechtsspezifischen Belange berührt.

Finanzielle Auswirkungen:

- ja, Stellungnahme des Amtes 20 (Anlage 1)
 nein

Nur im Einvernehmen mit der Finanzverwaltung auszufüllen!