

# Stadt Mainz

## Begründung

zum Bebauungsplanentwurf "Große Langgasse - Steuerung der Zulässigkeit von Vergnügungsstätten (A 267)"



Stand: Planstufe II

## Begründung zum Bebauungsplanentwurf "Große Langgasse - Steuerung der Zulässigkeit von Vergnügungsstätten (A 267)"

1.	Vergnügungsstätten.....	3
2.	Situation im Plangebiet.....	5
2.1.	Lage .....	5
2.2	Bestehendes Bauplanungsrecht .....	5
2.3	Bestandsaufnahme .....	6
3.	Planerfordernis .....	8
4.	Planungsziele .....	9
5.	Räumlicher Geltungsbereich .....	10
6.	Festsetzungen .....	10
6.1	Art der baulichen Nutzung .....	10
6.2	Gestaltung baulicher Anlagen, Werbeanlagen und Automaten im Bereich des "A 267" .....	13
6.2.1	Aufgabe und Funktion von Werbeanlagen .....	13
6.2.2	Bestehende Rechtslage / Rechtsprechung .....	14
6.2.3	Besonderheiten des Plangebietes.....	15
6.2.3.1	Gestaltung des öffentlichen Raumes.....	15
6.2.3.2	City-Meile .....	15
6.2.3.3	Sondernutzungsrichtlinie.....	16
6.2.3.4	Bauberatung.....	17
6.2.4	Erforderlichkeit / Gründe .....	18
6.2.5	Ziele der Gestaltungssatzung.....	18
6.2.6	Bestehende Gestaltungssatzungen.....	18
6.2.7	Geltungsbereich der Gestaltungssatzung.....	19
6.2.8	Abwägung .....	19
7.	Statistik.....	20
8.	Kosten .....	20

## 1. Vergnügungsstätten

"In den letzten Jahren ist ein rasanter Anstieg der Antragszahlen auf Errichtung von Vergnügungsstätten, wie Spielhallen, Wettbüros und Entertainmentcentern, in den zentralen Einzelhandelsstandorten der Innenstädte sowie in verkehrsgünstig gelegenen Gewerbegebieten zu verzeichnen gewesen, nachdem lange Zeit diese Anlagen in der Praxis der Stadtplanungs- und Bauaufsichtsämter kaum eine Rolle gespielt haben. Als Folge der verstärkten Ansiedlung von Vergnügungsstätten ist eine zunehmende Verdrängung traditioneller Einzelhandels- und Dienstleistungsunternehmen aus den Innenstädten und anderen zentralen Versorgungsbereichen zu verzeichnen, was sich zunehmend negativ auf die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung auswirkt. Eine fußläufige Erreichbarkeit der Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten zur Deckung des kurzfristigen Bedarfs ist aber gerade für die nichtmotorisierte Bevölkerung, hier insbesondere für ältere Menschen, nahezu unverzichtbar. Daneben bedeuten eine steigende Zunahme von Vergnügungsstätten in den Zentren auch eine Verringerung der Attraktivität der Innenstädte, was sich negativ auf die Zentren als Einzelhandelsstandorte auswirken kann.

Auf der anderen Seite handelt es sich bei Vergnügungsstätten, wie ein Blick in die Nutzungskataloge der einzelnen Baugebiete nach der Baunutzungsverordnung (BauNVO) zeigt, um bauplanungsrechtlich anerkannte und somit grundsätzlich vom Gesetzgeber auch gewollte Nutzungen."<sup>1</sup>

Definition der Rechtsprechung:

Vergnügungsstätten sind gewerbliche Nutzungen, die sich in unterschiedlicher Ausprägung unter Ansprache oder Ausnutzung des Sexual-, Spiel- und/oder Geselligkeitstriebes einer bestimmten gewinnbringenden Freizeitunterhaltung widmen.

<sup>1</sup> Frau Oberrechtsrätin Marianne Tarner, Köln; in Zeitschrift: BauR 8 2011

	Art	Vergnügungsstätte	Gewerbe (Verein)	
<b>Spiel</b>	Spielhallen	✓		
	Casinos			
	Wettbüros	✓		
<b>Freizeit / "Kultur"</b>	Diskotheken	✓		
	Multiplexkinos	✓		
	Bowlingcenter	✓	(✓)	
	Billardclubs	✓	(✓)	
	Nachtlokale	✓	(✓)	
	Varietés	✓	(✓)	
	Nacht/Tanzbars	✓		
	Hochzeitssäle	✓		
	<b>Erotik</b>	Stripteaselokale	✓	
		Videoshows	✓	
Sexkinos		✓		
Swingerclubs		✓		
Bordelle			✓	
Sexshops			✓	

Tabelle 1<sup>2</sup>

### Zulässigkeit von Vergnügungsstätten gem. BauNVO (1990)

Der Verordnungsgeber unterscheidet kerngebietstypische und nicht-kerngebietstypische Vergnügungsstätten (VS). Kerngebietstypische Vergnügungsstätten sind nach der Rechtsprechung zentrale Dienstleistungsbetriebe mit einem größeren Einzugsbereich und für ein größeres Publikum erreichbar. Nicht-kerngebietstypische Vergnügungsstätten sind kleiner, haben einen geringeren Einzugsbereich und sind vom Störgrad mischgebietsverträglich. Für Spielhallen kann als aus der Rechtsprechung abgeleiteter Anhaltspunkt die Größe der Nutzfläche von 100 m<sup>2</sup> als Schwellenwert herangezogen werden (vgl. BVerwG, Beschluss vom 28.07.1988 - 4B 119.88)

<sup>2</sup> Quelle: Dr.-Ing. Michael Frehn, Planersozietät Dortmund, Vortrag im Kurs 11/12 - 2 des Instituts für Städtebau Berlin am 05.04.2011 in Frankfurt am Main

Gebiet	kerngebietstyp. VS	nicht-kerngebietstyp. VS
Kerngebiet (MK)	<i>zulässig</i>	<i>zulässig</i>
Mischgebiet (MI), überw. gewerbl. ge- prägt	<i>unzulässig</i>	<i>zulässig</i>
allgemeines Wohn- gebiet (WA)	<i>unzulässig</i>	<i>unzulässig</i>
reines Wohngebiet (WR)	<i>unzulässig</i>	<i>unzulässig</i>
Kleinsiedlungsgebiet (WS)	<i>unzulässig</i>	<i>unzulässig</i>
besonderes Wohn- gebiet (WB)	<i>unzulässig</i>	<i>ausnahmsweise zulässig</i>
Dorfgebiet (MD)	<i>unzulässig</i>	<i>ausnahmsweise zulässig</i>
Gewerbegebiet (GE)	<i>ausnahmsweise zulässig</i>	<i>ausnahmsweise zulässig</i>
Industriegebiet (GI)	<i>unzulässig</i>	<i>unzulässig</i>

Tabelle 2<sup>3</sup>

## 2. Situation im Plangebiet

### 2.1. Lage

Das Plangebiet ist: (vgl. Karten S. 13,14 und 15)

- Bestandteil des Versorgungsschwerpunktes Innenstadt und City.
- Teilweise (Umbach, Schillerstraße, Schillerplatz und Ludwigsstraße) Bestandteil der "Citymeile".
- Eine 1-b-Lage gem. der Kategorisierung der Immobilienbranche.

### 2.2 Bestehendes Bauplanungsrecht

#### Flächennutzungsplan:

Im wirksamen Flächennutzungsplan der Stadt Mainz sind die Flächen des "A 267" als Wohnbauflächen (Liegenschaften entlang der Großen Langgasse zwischen Emmeransstraße und Steingasse), gemischte Bauflächen und Flächen für Gemeinbedarf/öffentliche Verwaltung (Erthaler Hof) dargestellt; Umbach und Große Langgasse als überörtliche/örtliche Hauptverkehrsstraßen.

<sup>3</sup> Quelle: Dr.-Ing. Michael Frehn, Planersozietät Dortmund, Vortrag im Kurs 11/12 - 2 des Instituts für Städtebau Berlin am 05.04.2011 in Frankfurt am Main

Der "A 267" wird ein Kerngebiet festsetzen. Bis auf die Wohnbauflächen zwischen Steingasse und Emmeransstraße entspricht diese Festsetzung dem Flächennutzungsplan. Die Entwicklung eines Kerngebietes aus dargestellten Wohnbauflächen ist gering, untergeordnet und irrelevant für die Grundzüge des Flächennutzungsplanes.

Eine Flächennutzungsplanänderung wird nicht durchgeführt. Insgesamt ist der "A 267" aus dem Flächennutzungsplan entwickelt.

### **Bebauungspläne:**

Für die Liegenschaften Inselstraße 7 und 9 sowie Große Langgasse 1b besteht der Bebauungsplan "Inselstraße - Große Langgasse (A 120)". Als Art der baulichen Nutzung setzt dieser Bebauungsplan für diesen Bereich ein Kerngebiet fest. Der "A 267" überlagert diesen Bebauungsplan komplett. Der "A 120" bleibt weiterhin rechtskräftig und ist zu beachten. Aus dem Spektrum der an sich in einem Kerngebiet zulässigen Nutzung werden mit dem "A 267" jedoch künftig diejenigen Nutzungen unzulässig sein, die der "A 267" ausschließt.

Für alle anderen Bereiche des "A 267" besteht kein Bebauungsplan. Die Zulässigkeit für bauliche Nutzungen in diesem Bereich richtet sich aktuell nach § 34 BauGB.

### **Gestaltungs- und Werbeanlagensatzungen:**

Für die Liegenschaft Schillerplatz 2, Ludwigsstraße 1, 3, 7, 9 und 11 sowie Flachmarktstraße 13 greift die "Satzung über die Gestaltung von baulichen Anlagen, Werbeanlagen und Warenautomaten nördlich der Ludwigsstraße".

Für die Fassaden der Liegenschaften Schillerplatz 2 bis 18 gilt 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 (A 12 S/2. Ä)".

## **2.3 Bestandsaufnahme**

Im Plangebiet befinden sich drei Sexshops und zwei Night-Clubs; alle anderen Ladenlokale sind mit normalen innenstadttypischen Einzelhandelsnutzungen, Dienstleistungen und Schank- und Speisewirtschaften belegt.

### **Leerstandsanalyse**

Das Amt für Stadtentwicklung, Statistik und Wahlen kartiert seit 1995 die Ladengeschäfte (inkl. der Leerstände) in der Stadt Mainz. Die Begehungen erfolgen in unregelmäßigen Abständen und spiegeln jeweils die Situation zu diesem Zeitpunkt wieder.

Es können keine konkreten Aussagen darüber getroffen werden, welcher Laden wie oft von Leerstand betroffen war oder wie lange ein Laden dauerhaft leer gestanden hat. Es ist durchaus möglich, dass ein Leerstand direkt nach der Kartierung wieder besetzt wurde bzw. der Laden erst kurz vor der Kartierung von Leerstand betroffen war. Ebenso könnten Läden mehrmals im Jahr also zwischen den Begehungen leer gestanden haben; diese tauchen nicht in der Analyse als Leerstände auf.

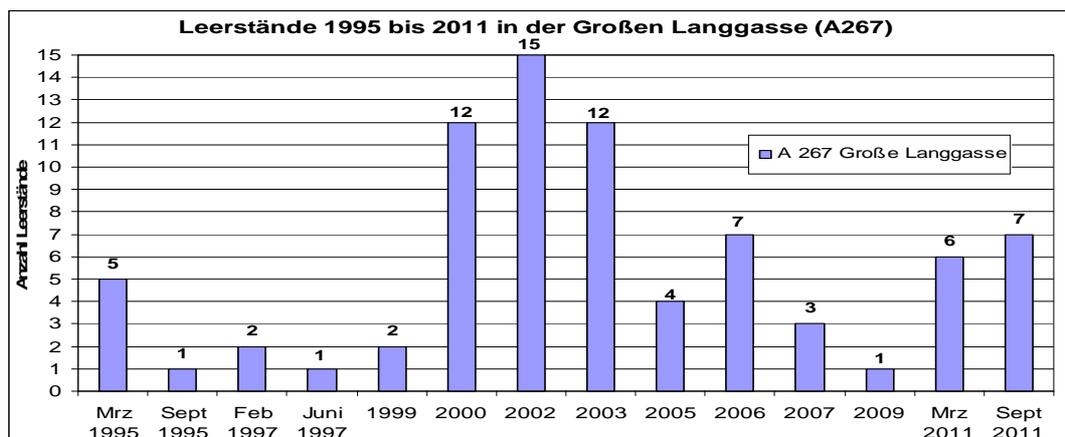
Seit 1995 wurden im Untersuchungsgebiet (A267) 122 Ladenlokale kartiert, 37 Läden davon standen mindestens einmal zum Zeitpunkt einer Begehung leer. Etwa 46 % der gezählten Läden standen nur einmal zu einem der Erhebungszeitpunkte leer, rund 27 % waren bei 2 Messzeitpunkten von Leerstand betroffen und 27 % standen 3- oder 4-mal bei der Kartierung leer. Somit scheinen 73 % der Leerstände in dem Gebiet von relativ kurzer Dauer zu sein.

Es gibt 5 Geschäfte, die 2- bis 3-mal leer standen und 4 Läden (11 %) waren 2- bis 3-mal über einen Zeitraum von 2 bis 3 aufeinanderfolgende Begehungen von Leerstand betroffen.

Die Leerstandentwicklung im Bereich „Große Langgasse“ unterliegt starken Schwankungen. Ende der 1990er Jahre kann von einer moderaten Leerstandsentwicklung gesprochen werden, im Durchschnitt standen 2 Ladenlokale leer.

In den Jahren 2000 bis 2003 gab es, jeweils zum Zeitpunkt der Erhebung zwischen 12 und 15 Leerstände in dem Gebiet. Bei acht der 12 bzw. 15 Leerstände handelte es sich offenbar um ein über einen längeren Zeitraum leerstehendes Objekt (Große Langgasse 1A und Kötherhofstraße 4), da die Läden zu drei Messzeitpunkt in Folge leer standen. Zwischen 2005 und 2009 sank die Anzahl der Leerstände stark, 2009 wurde nur ein leerstehender Laden kartiert. Die Zahl der Leerstände hat sich in letzter Zeit wieder etwas erhöht. Derzeit stehen 7 Ladenlokale von 122 erfassten Läden leer.

#### Leerstandsentwicklung Große Langgasse (A267) 1995 bis 2011



Quelle: Eigene Erhebung Amt 12

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass sich die Leerstände hauptsächlich auf eine Liegenschaft im Untersuchungsgebiet konzentrieren: Große Langgasse 1A. Dieses Gebäude stand mehrmals seit 1995 über einen längeren Zeitraum leer.

### 3. Planerfordernis

Das Augenmerk der Stadt Mainz liegt schon seit vielen Jahren auf der Großen Langgasse. Ein erstes städtebauliches Gutachten hat Prof. Kowalewsky zusammen mit dem Stadtplanungsamt 1995 erstellt.

Seitdem ist die Große Langgasse und ihre Umgebung Bestandteil oder Baustein verschiedener städtebaulicher Untersuchungen und Konzepte.

#### **Innenstadtkonzept für die Stadt Mainz**

Die Stadt Mainz ist Landeshauptstadt und mit rund 200.000 Einwohnern größte Stadt von Rheinland-Pfalz. Um dieser Bedeutung gerecht zu werden und sich im Standortwettbewerb um Investoren, Arbeitskräfte und Bewohner behaupten zu können, ist die funktionale und gestalterische Qualität der Innenstadt als lebendige Mitte und Imageträger für die Gesamtstadt von hoher Relevanz.

Es besteht großer Handlungsbedarf Schwachpunkte der innerstädtischen Entwicklung sowie städtebauliche Missstände auszuräumen. Hierzu zählen unter anderem die stellenweise mangelhafte bauliche und gestalterische Qualität des Stadtraumes.

Um für die zukünftige Entwicklung der Innenstadt einen verbindlichen Orientierungsrahmen zu schaffen, soll ein Innenstadtkonzept für die Stadt Mainz entwickelt werden. Ein "vorläufiges Untersuchungsgebiet" (ca. 50 ha) wurde 2009 bereits abgegrenzt. Wenn auch das umfassende Konzept mangels Finanzierung derzeit nicht erarbeitet werden kann, so gibt es doch schon eine Reihe von Einzelmaßnahmen, die in das Entwicklungskonzept integriert werden können und sollen.

Hohe Priorität liegt dabei u. a. auf dem Projekt der städtebaulichen Aufwertung der innerstädtischen Verkehrsstraße "Große Langgasse". Durch die Korrektur von städtebaulichen, bzw. gestalterischen sowie funktionalen Defiziten, soll der öffentliche Raum aufgewertet und Anreiz für private Investitionen in diesem Bereich geschaffen werden. Einem Trading-Down-Effekt ist hier in jedem Falle entgegenzuwirken.

Zur Finanzierung eines Innenstadtkonzeptes sowie insbesondere zur Umsetzung der notwendigen Projekte hat sich die Stadt Mainz um die Aufnahme in das Förderprogramm "Aktive Stadt- und Oberzentren" beworben. Entsprechende Förderanträge wurden jedoch 2009 und 2010 seitens der ADD und des Landes nicht befürwortet.

## **Gestaltungskonzept "Bahnhofsstraße, Münsterplatz, Große Langgasse":**

Dem Stadtplanungsamt liegt der Planungsauftrag "Gestaltungskonzepte Bahnhofsstraße, Münsterplatz, Große Langgasse" vor. Erste Ergebnisse wurden 2009 in den Gremien diskutiert und zustimmend zur Kenntnis genommen.

Diese Gestaltungskonzepte basieren auf zwei Bausteinen - Bahnhofsstraße/Münsterplatz und Große Langgasse. Eine Umsetzung dieser Gestaltungskonzepte scheitert derzeit jedoch an der bestehenden Haushaltslage.

### **Anträge/Anfragen**

Mehrere Anträge und Anfragen zum Thema "Aufwertung der Großen Langgasse" aus dem Ortsbeirat Mainz-Altstadt wurden gestellt.

### **Fazit:**

Nutzungen, wie Vergnügungsstätten, dienen eher als Katalysator für städtebauliche Trading-Down-Effekte und sind gegenüber der Intention einer Aufwertung und Attraktivierung kontraproduktiv und konterkarieren den Einsatz von Steuermitteln in Form von öffentlichen Fördergeldern und Haushaltsmitteln der Stadt Mainz. Kleine, nicht-kerngebietstypische Vergnügungsstätten fördern einen Trading-Down-Effekt in weitaus geringerem Ausmaß und können weiterhin toleriert werden.

Diese Planungen der Stadt Mainz haben insbesondere den öffentlichen Raum im Fokus. Zur Attraktivierung der Innenstadt und insbesondere der Großen Langgasse und ihrer Umgebung bedarf es jedoch zusätzlich auch Maßnahmen in der angrenzenden privaten Bausubstanz. Von Bedeutung ist hier besonders:

1. Die Art der Nutzung in den einzelnen Ladenlokalen und
2. die Gestaltung und Präsentation der einzelnen Geschäftsbetriebe.

Dies soll der "A 267" leisten. Er ist somit ein ergänzender Baustein zu den Maßnahmen der öffentlichen Hand im öffentlichen Raum und ist auch sinnvoll, wenn die Umsetzung der Maßnahmen im öffentlichen Raum derzeit nicht gefördert, bzw. finanziert werden können.

## **4. Planungsziele**

Der "A 267" verfolgt folgende Planungsziele:

- Attraktivierung und städtebauliche Aufwertung der Großen Langgasse/Umbach
- Reglementierung von Vergnügungsstätten

## 5. Räumlicher Geltungsbereich

Der räumliche Geltungsbereich des Bebauungsplanes "Große Langgasse - Steuerung der Zulässigkeit von Spielhallen (A 267)" umfasst:

Südöstlich der Umbach/Großen Langgasse

- Alle Baublöcke, die von den Straßenzügen Umbach, Große Langgasse, Ludwigstraße, Schillerplatz, Schillerstraße und Großer Bleiche begrenzt werden.

Nordwestlich der Umbach/Großen Langgasse folgende Flurstücke:

- 195/1, 202/3, 202/4, 211/2, 212/2, 212/3, 228/3, 228/4, 372/9, 232/2, 232/3, 233/4, 257/1, 258, 260/6, 263/1, 263/2, 264/1, 264/2, 269/1, 269/2, 270/1, 270/2, 271, 272, 273, 274, 275, 276, 277/1, 277/2, 278, 279, 280, 281/5, 281/6, 281/8, 282/5, 283/1

Alle genannten Flurstücke liegen in der Gemarkung Mainz, Flur 4.

Die Liegenschaften auf der Nordwestseite der Umbach im Abschnitt zwischen Großer Bleiche und Steingasse liegen im Geltungsbereich des Bebauungsplanes "Baublock Lotharstraße - Steingasse - Große Bleiche (A 240)" - Rechtskraft: 09.11.1995. Dieser Bebauungsplan schließt Vergnügungstätten und Spielhallen sowie Sexshops und Videotheken aus. Weitere Regelungen für diesen Bereich sind nicht erforderlich.

## 6. Festsetzungen

### 6.1 Art der baulichen Nutzung

Als Art der baulichen Nutzung (Baugebiet) ist ein Kerngebiet gem. § 7 BauNVO festgesetzt.

Dies entspricht der bestehenden Situation und bedeutet keine Änderung der bestehenden Rechtslage bzgl. der Zulässigkeit von baulichen Anlagen.

Während somit Wohnungen für Aufsichts- und Bereitschaftspersonal sowie für Betriebsinhaber und Betriebsleiter hiermit allgemein zulässig sind, verlangt § 7 Absatz 2 Nr. 7 für die Zulässigkeit sonstiger Wohnungen Maßgaben und Festsetzungen im Bebauungsplan.

Dies erfolgt durch die Festsetzung, dass Wohnungen in den MK-Gebieten allgemein zulässig sind. Die Sicherung und Entwicklung der Wohnnutzung ist auch in der Innenstadt und in den Versorgungsschwerpunkten grundsätzliches Ziel der Stadt Mainz.

## Vergnügungsstätten:

Im "A 267" sind kerngebietstypische Vergnügungsstätten ausgeschlossen.

## Gründe:

### 1. Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche:

Das Plangebiet ist Bestandteil der Mainzer Innenstadt, der City und der "Citymeile". Dieser Bereich dient sowohl der oberzentralen Versorgung von Stadt und Region, mit einem vielfältigen, breit- und tiefgestaffelten Einzelhandelsangebot von Waren des aperiodischen Bedarfs bei vielfältiger Konkurrenz, aber auch als Stadtteil-/ Quartierszentrum der Nahversorgung der Wohnbevölkerung der Innenstadt mit Waren des kurzfristigen und periodischen Bedarfs. Vergnügungsstätten belegen Flächen, die eigentlich diesen Versorgungsfunktionen zur Verfügung stehen sollten. Durch die Einschränkung von Vergnügungsstätten dient der "A 267" der Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche, auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Gemeinde im Sinne von § 9 Absatz 2a BauGB.

### 2. Trading-Down-Effekt:

Mit der Einschränkung von Vergnügungsstätten soll im Plangebiet präventiv einem Trading-Down-Effekt entgegengesteuert werden.

Unter dem "Trading-Down-Effekt" versteht man den Qualitätsverlust von Einkaufsstraßen und -zonen durch Verdrängung des traditionellen, gehobenen Einzelhandels und den Rückgang der gewachsenen Angebots- und Nutzungsvielfalt. Hervorgerufen wird dieser Effekt durch die Konzentration von z.B. Spielhallen. Wissenschaftliche Untersuchungen seit Beginn der 80-er Jahre - z. B. "Innerstädtische Strukturveränderungen durch Vergnügungsstätten", Deutsches Institut für Urbanistik (DiFU), 1986, Werner, Heinz u. a. - zeigen die Relevanz der Symbiose zwischen Stadtraum, dessen Gestaltung und Nutzung und der Einzelhandelsentwicklung auf. Damit sind auch die direkten Auswirkungen von bestimmten Betriebsarten auf die Attraktivität der Innenstädte für die Bevölkerung ablesbar. Phänomene wie Leerstand und Umnutzungen, bzw. Ansiedlung z.B. von Spielhallen und anderen imagemindernden Betrieben ist verbunden mit der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung.

Verstärkt wird dieser "Trading-Down-Effekt" noch durch die Tatsache, dass Vergnügungsstätten nicht an Ladenöffnungszeiten gebunden sind, dadurch ein Störpotential für angrenzende Wohnnutzungen bis in die späten Abendstunden bilden und somit aufgrund der relativ hohen Renditen in der Lage sind, erhöhte Mieten zu bezahlen. Der traditionelle Einzelhandel, der diese Mieten nicht mehr aufbringen kann, wird verdrängt. Ein Imageverlust für das ganze Quartier, auch für den Wohnungsmarkt entsteht, der sich mit laufendem Fortschritt dieses Prozesses und mit weiterer Agglomeration von Vergnügungsstätten weiter vergrößert.

Trotzdem sind Vergnügungsstätten vom Gesetzgeber anerkannte Nutzungen insbesondere für Innenstadtbereiche. Im Falle des "A 267" wird diesem Willen des Gesetzgebers dadurch Rechnung getragen, dass zwar im "A 267" kerngebietstypische Vergnügungsstätten ausgeschlossen werden, aber nicht-kerngebietstypische Vergnügungsstätten zulässig sind.

Für kerngebietstypische Vergnügungsstätten ist in weiten Teilen der Mainzer Innenstadt, die überwiegend nach wie vor nach § 34 BauGB zu beurteilen ist, ausreichend Platz.

Eine Ansiedlung von kerngebietstypischen Vergnügungsstätten widerspricht den Zielen der Planungen den Bereich der Großen Langgasse und der Schillerstraße, weshalb im "A 267" Vergnügungsstätten planungsrechtlich reglementiert sind.

### 3. Zulässigkeit nicht kerngebietstypischer Vergnügungsstätten

Nicht-kerngebietstypische Vergnügungsstätten sind weiterhin zulässig. Damit wird/soll der vom Gesetzgeber anerkannten Daseinsberechtigung von Vergnügungsstätten Rechnung getragen werden. Aufgrund ihres Betriebstypes und ihrer Größe besitzt dieser Anlagentyp ein geringeres Störpotential und ist auch für die ausdrücklich anerkannte Wohnnutzung im Plangebiet in der Innenstadt akzeptabel. Der Flächenentzug für Versorgungsnutzungen, sowie das Potential für einen "Trading-Down-Effekt" sind zwar immer noch vorhanden, jedoch aufgrund der geringeren Flächengrößen im Rahmen der Abwägung aller Belange hinnehmbar.

#### **Abwägung:**

Betroffen ist das Interesse von vorhandenen Betreibern von Vergnügungsstätten. Es ist davon auszugehen, dass sie an einer möglichst uneingeschränkten weiteren Ausübung des Betriebes und an einer Betriebsausweitung interessiert sind.

Aufgrund des auch nach Inkrafttreten des "A 267" weiterhin bestehenden Bestandsschutzes ist besonders das Interesse von Bedeutung, die Nutzung auch über den Bestandsschutz hinaus weiter entwickeln zu können. Dem setzt der "A 267" Grenzen. Eine Entwicklung ist danach grundsätzlich nur noch möglich, sofern dies vom Bestandsschutz gedeckt ist.

Beachtlich ist aber auch, dass die Nutzung baulicher Anlagen für andere, in einem Kerngebiet zulässige Nutzungen, nicht eingeschränkt wird. Der Bebauungsplan steht somit einer wirtschaftlichen Nutzung der bestehenden baulichen Anlagen grundsätzlich nicht im Wege. Die Option, vorhandene Vergnügungsstätten auszubauen, bzw. neue kerngebietstypische Vergnügungsstätten im Plangebiet anzusiedeln, ist dem Interesse zur Erhaltung und Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches und dem Interesse einem Trading-Down-Effekt entgegenzuwirken nachgeordnet und wird hingenommen.

Das Interesse der Grundstückseigentümer an der Beibehaltung der ohne die Festsetzung bestehenden Rechtslage ist ebenfalls berührt. Die Festsetzung schränkt die bisher bestehenden Möglichkeiten zur Nutzung, zur Verwertung und zum Verkauf der Grundstücke ein. Die Einschränkung bezieht sich allerdings ausschließlich auf die Möglichkeit zur Nutzung, bzw. Verwertung für die Ansiedlung kerngebietstypischer Vergnügungsstätten, die bisher planungsrechtlich zulässig waren, bislang aber nicht ausgeschöpft wurden. Die Nutzung oder Verwertung für andere Zwecke wird nicht eingeschränkt - der Bebauungsplan steht somit einer wirtschaftlichen Nutzung oder Verwertung der Grundstücke nicht im Wege.

Ferner sind die Belange derjenigen Vergnügungsstättenbetreiber berührt, die bestrebt sind, sich im Plangebiet anzusiedeln. Betroffen ist aber lediglich das Interesse, bestehende Markt- und Erwerbschancen im Rahmen des allgemeinen wirtschaftlichen Wettbewerbes, auch innerhalb des Plangebietes, nutzen zu können. Geschützte Rechtspositionen bestehen diesbezüglich nicht.

## **6.2 Gestaltung baulicher Anlagen, Werbeanlagen und Automaten im Bereich des "A 267"**

In den "A 267" ist eine Satzung über die Gestaltung baulicher Anlagen, Werbeanlagen und Automaten (Werbeanlagensatzung) integriert. Diese Satzung ist inhaltlich identisch mit der bereits bestehenden Werbeanlagensatzung "Satzung über die Gestaltung baulicher Anlagen, Werbeanlagen und Automaten nördlich der Ludwigsstraße".

Die Fassaden entlang des Schillerplatzes (Schillerplatz 2-18) liegen im Geltungsbereich der bestehenden "Satzung über die Gestaltung baulicher Anlagen, Werbeanlagen und Automaten im Bereich der Straßen und Plätze des Altstadtgebietes, des Domes, des Fischtorplatzes und des Schillerplatzes (A 12 S/2.Ä)".

### **6.2.1 Aufgabe und Funktion von Werbeanlagen**

Bevor Werbeanlagen ihre Information und Botschaft vermitteln können, müssen sie zunächst Blicke fangen und die Aufmerksamkeit auf sich lenken. Dies geschieht in der Regel durch den Anbringungsort, die Größe, die Anzahl und die Gestaltung von Werbeanlagen. Adjektive wie: Untergeordnet, dezent, harmonisch, eingefügt in das Umfeld u. ä. sind dabei den Aufgaben und dem Wesen von Werbeanlagen grundsätzlich fremd.

Sie stehen in einem Konfliktfeld mit den Aufgaben der Stadtgestaltung und der Stadtbildpflege. Sie stehen aber auch untereinander im Kampf um die Gunst der Aufmerksamkeit. Innerhalb von Kernbereichen, Fußgängerzonen und Einkaufslagen müssen sie sich in einem reizüberfluteten Umfeld gegen ein immer stärkeres Konkurrenzfeld durchsetzen.

Dieser Prozess eskaliert rasch und gleitet ins Unübersichtliche zu Lasten der eigentlich beabsichtigten Information und Werbebotschaft und zu Lasten sowohl des einzelnen Geschäftsbetriebes als auch der Einzelhandelsgemeinschaft.

## 6.2.2 Bestehende Rechtslage / 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 Baugestaltung 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.

### **6.2.3 Besonderheiten des Plangebietes**

Initiiert durch die Kritik am Erscheinungsbild und der Gestaltung der Mainzer Innenstadt und insbesondere an der Großen Langgasse - auch durch den Einzelhandel - hat die Stadt, in Zusammenarbeit mit dem City-Management, in den letzten Jahren große Anstrengungen unternommen, die Innenstadt von Mainz und insbesondere die Kernzonen des Einzelhandels besser zu gestalten, um die Attraktivität im Konkurrenzkampf mit anderen Innenstädten im Rhein-Main Gebiet zu stärken.

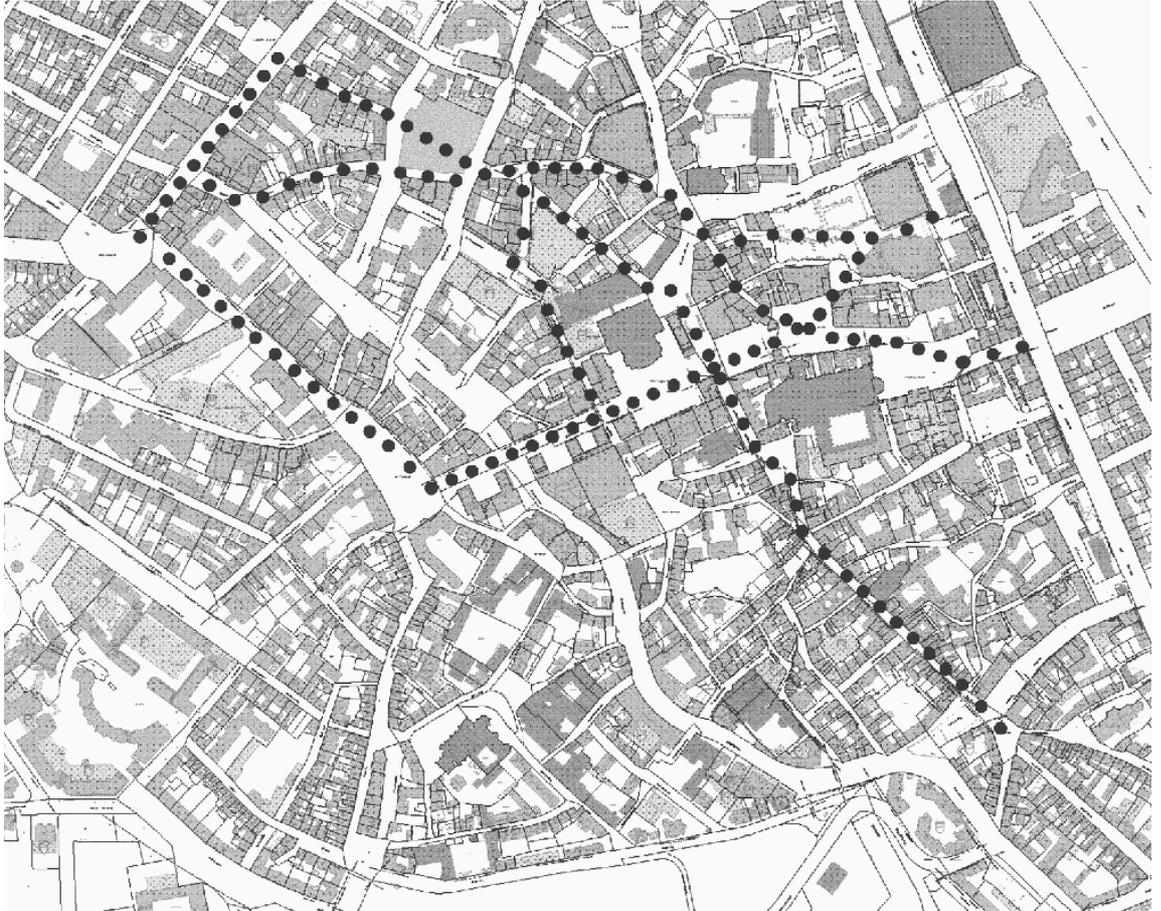
#### **6.2.3.1 Gestaltung des öffentlichen Raumes**

Trotz permanent angespannter Haushaltssituation ist es der Stadt Mainz gelungen, zentrale Abschnitte der Mainzer Fußgängerzone neu zu gestalten. Ein Gestaltungskonzept für die Große Langgasse liegt vor, Anstrengungen zur Entwicklung eines Innenstadtkonzeptes wurden gemacht und die Aufnahme in entsprechende Förderprogramme beantragt.

Mit der vorliegenden Satzung sollen die Investitionen und Initiativen der Stadt Mainz durch weitere gestalterische Maßnahme auf privater Seite ergänzt werden, um so den effizienten Einsatz öffentlicher Mittel zu steigern.

#### **6.2.3.2 City-Meile**

Die City-Meile wurde vom City-Management initiiert und zusammen mit der Stadt Mainz entwickelt. Sie soll einer räumlichen Zersplitterung des Stadtgebietes entgegen wirken, indem sie mit neuen Gestaltungselementen und einheitlichem Erscheinungsbild eine attraktivere Verknüpfung verschiedener Bereiche (Platzsysteme, Fußgängerzonen) schafft und als Orientierungssystem für die Kunden/Besucher des Mainzer Einzelhandels dient.



Der Geltungsbereich der vorliegenden Satzung ist Bestandteil der City-Meile. Die wichtigsten Abschnitte der City-Meile wurden 2004 neu gestaltet, liegen allerdings außerhalb des Geltungsbereiches der vorliegenden Satzung.

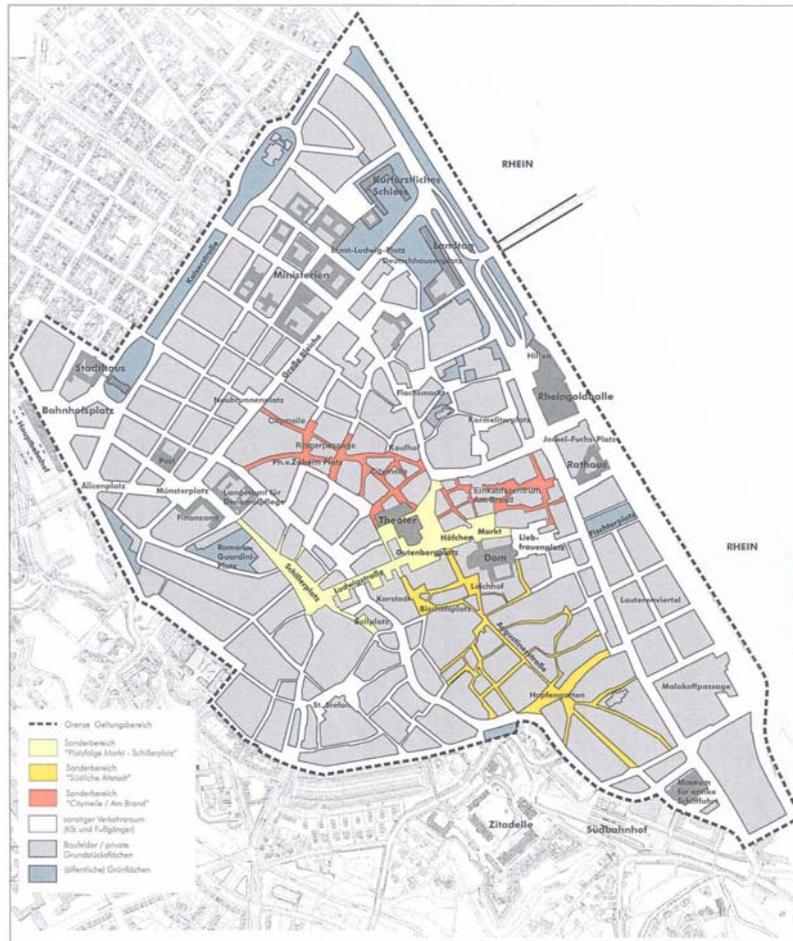
### 6.2.3.3 Sondernutzungsrichtlinie

Das Stadtplanungsamt hat eine Richtlinie zur Gestaltung von Sondernutzungen im öffentlichen Raum erstellt - neueste Fassung: 12.11.2009. Die Richtlinie wendet sich in erster Linie an die Verwaltung und soll Hilfestellung geben bei der Vergabe von Sondernutzungserlaubnissen. Sie dient aber auch Bürgern, Gewerbetreibenden und Antragstellern zur Orientierung. Konkret soll mit der Richtlinie die Vielzahl der (privaten) Möblierungselemente reduziert und ihre gestalterische Qualität erhöht werden.

Sie regelt die Gestaltung von Objekten, die für die "dauerhafte" Inanspruchnahme der öffentlichen Straßen durch private und gewerbliche Nutzer vorgesehen sind und den Gemeingebrauch überschreiten (Sondernutzungen).

Innerhalb des Geltungsbereiches der Sondernutzungsrichtlinie werden nochmals für drei Sonderbereiche aus stadträumlichen und funktionalen Überlegungen besondere Festsetzungen getroffen. Diese Bereiche zeichnen sich durch spezifische Charakteristika aus, die im Innenstadtgefüge von Mainz eine herausgehobene Stellung haben.

Diese Sonderbereiche wurden/werden mit hohem finanziellen Einsatz saniert und neu gestaltet. Sie prägen durch ihre städtebauliche und touristische Bedeutung in hohem Maße das Stadtbild von Mainz und sind zudem von besonders vielen Sondernutzungen geprägt.



Die vorliegende Gestaltungssatzung beinhaltet einen zentralen Abschnitt von einer der hier definierten Sonderbereiche: "Platzfolge Markt - Schillerplatz".

#### 6.2.3.4 Bauberatung

Generell bietet das Stadtplanungsamt und das Bauaufsichtsamt eine Bauberatung im Bauantragsverfahren an. Diese Beratung kann natürlich auch außerhalb eines formellen Antragsverfahrens in Anspruch genommen werden und beschränkt sich nicht nur auf bauplanungsrechtliche und bautechnische Fragen, sondern impliziert auch eine Beratung in Gestaltungsfragen.

Gerade im Zusammenhang mit Werbeanlagen wird dieses Beratungsangebot jedoch nur sehr spärlich aufgegriffen. Viel öfter kommt es vor, dass Werbeanlagen bereits in Auftrag gegeben wurden oder sogar montiert sind bevor überhaupt ein Antrag gestellt wird.

## Zusammenfassung

Die Besonderheiten des Plangebietes liegen überwiegend in der räumlichen Lage innerhalb des Innenstadtgebietes und in der Funktion. Das Plangebiet ist:

- Bestandteil der Fußgängerzone
- Bestandteil der City-Meile
- Bestandteil des Tripol-Konzeptes
- Bestandteil eines Sondergebietes innerhalb der Richtlinie zur Gestaltung von Sondernutzungen im öffentlichen Raum
- Zielgebiet von Investitionen der öffentlichen Hand.

### 6.2.4 Erforderlichkeit / Gründe

Die Gestaltungssatzung ist Bestandteil eines ganzen Bündels von Maßnahmen und Aktivitäten der Stadt und des City-Managements zur Attraktivierung der Innenstadt, die sich alle gegenseitig stützen und ergänzen. Sie soll die Effizienz von Investitionen der öffentlichen Hand stärken und verhindern, dass sich der Einsatz von gestalterisch wirksamen Maßnahmen, auch auf privater Seite, nicht gegenseitig neutralisiert.

### 6.2.5 Ziele der Gestaltungssatzung

Wesentliche Ziele sind:

- Konzentrationen von Werbeanlagen auf dem Bereich bis zur Fensterbrüstung des ersten Obergeschosses und damit Freihalten der Obergeschossen von Werbeanlagen
- Reduzierung der Anzahl der Werbeanlagen auf zwei Stück je Geschäftsbetrieb
- Reduzierung der Größe von Werbeanlagen auf 2,0 m<sup>2</sup> Fläche
- Gestaltungsvorgaben für Werbeanlagen, Schaukästen und Warenautomaten

### 6.2.6 Bestehende Gestaltungssatzungen

Die vorliegende Gestaltungssatzung gibt einen umfeldverträglichen Rahmen vor, in dem sich künftige Werbeanlagen bewegen müssen. Sie enthält Festlegungen zum Anbringungsort, zur Anzahl und zur Gestaltung von Werbeanlagen und trifft außerdem Aussagen zu Schaukästen und Warenautomaten.

Sie ist insoweit in ihrem Inhalt und ihrem Aufbau angelehnt an die bereits seit 1981 bestehende Gestaltungssatzung für die südliche Altstadt, den Fischtorplatz und den Schillerplatz (2. Änderung: Rechtskraft: 07.07.2011) und kann als fortgeschriebener Baustein verstanden werden. Im Gegensatz zu dieser bestehenden Gestaltungssatzung wird nunmehr allerdings ein Bereich überplant, der weniger durch historische Bausubstanz geprägt ist, sondern eher einen im Krieg zerstörten und wieder aufgebauten Innenstadtteil umgreift. Die Notwendigkeit, auch hier gestalterische Vorgaben zu formulieren besteht trotzdem.

Entlang der Ludwigsstraße und Fuststraße (Ludwigsstr. 1, 3, 7, 9 und 11 sowie Fuststr. 11 und 13) überlagert die Gestaltungssatzung die bereits bestehende Gestaltungssatzung "Satzung über die Gestaltung von baulichen Anlagen, Werbeanlagen und Warenautomaten nördlich der Ludwigsstraße" - Rechtskraft: 24.05.2005. Beide Gestaltungssatzungen sind inhaltlich identisch.

### **6.2.7 Geltungsbereich der Gestaltungssatzung**

Der Geltungsbereich der Gestaltungssatzung ist identisch mit dem Geltungsbereich des "A 267". Ausgenommen sind die dem Schillerplatz zugewandten Fassaden (Schillerplatz 2 bis 18) ; hier gilt die bereits bestehende Gestaltungssatzung vom 05.06.1981 in der Fassung der 2. Änderung (A 12 S/2. Ä) vom 07.07.2011. Der Geltungsbereich ist im Plan definiert.

### **6.2.8 Abwägung**

Die Gestaltungssatzung will die oberen Geschosse von Werbeanlagen freihalten und begrenzt diese auf die unteren eineinhalb Geschosse. Sie begrenzt ferner die Anzahl und die Größe von Werbeanlagen und trifft Aussagen zu deren Gestaltung sowie zu Schaukästen und Warenautomaten. Sie verhindert weder die freie Berufsausübung (Artikel 12 Grundgesetz) noch beschränkt sie das Eigentum (Artikel 14 Grundgesetz) in unzulässiger Weise. Beide Grundrechte werden nur im Rahmen der Gesetze gewährleistet. Eine Gestaltungssatzung nach § 88 LBauO gehört zu den Gesetzen, die Inhalt und Schranken des Eigentums und der Berufsausübung bestimmen.

Die in der Gestaltungssatzung formulierten Regelungen dienen dem Interesse sowohl der Allgemeinheit als auch des Einzelhandels und der Gewerbetreibenden. Es gilt das Motto: "Wenn alle etwas leiser reden, braucht keiner zu schreien."

## **7. Statistik**

Das Plangebiet hat eine Größe von ca. 4,97 ha.

Die Größe der MK-Gebiete beträgt zusammen ca. 3,27 ha.

## **8. Kosten**

Kosten entstehen durch die Planung nicht.

Mainz,

Marianne Grosse  
*Beigeordnete*