

Stadt Heidelberg

Drucksache:
0368/2013/BV

Datum:
30.09.2013

Federführung:
Dezernat IV, Bürgeramt

Beteiligung:
Dezernat II, Stadtplanungsamt
Dezernat III, Kulturamt
Dezernat IV, Landschafts- und Forstamt

Betreff:

Großflächenplakatierung
1. Städtebauliches Konzept (Standorte)
2. Großflächensatzung

Beschlussvorlage

Beratungsfolge:

Gremium:	Sitzungstermin:	Behandlung:	Zustimmung zur Beschlussempfehlung:	Handzeichen:
Bau- und Umweltausschuss	15.10.2013	Ö	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/> ohne	
Ausschuss für Bildung und Kultur	17.10.2013	Ö	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/> ohne	
Haupt- und Finanzausschuss	13.11.2013	Ö	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/> ohne	
Gemeinderat	21.11.2013	Ö	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/> ohne	

Beschlussvorschlag der Verwaltung:

Der Bauausschuss, der Ausschuss für Kultur und Bildung und der Haupt- und Finanzausschuss empfehlen dem Gemeinderat folgenden Beschluss:

- 1. Der Gemeinderat stimmt dem dargestellten städtebaulichen Konzept für Großflächenplakate im Stadtgebiet bis maximal der Größe des Formats 18/1 zu (Anlage 1)*
- 2. Der Gemeinderat beschließt die als Anlage 2 beigefügte „Satzung über die Nutzung von öffentlichen Grünflächen für Großflächenplakate“. Die als Anlage 3 beigefügte Gebührenkalkulation ist Bestandteil des Beschlusses.*

Finanzielle Auswirkungen:

Gebührenmindererträge in Höhe von rd. 3.600 € / Jahr.

Zusammenfassung der Begründung:

Ziel der Regelung ist es, das Plakatieren von Großflächenplakaten im öffentlichen Straßenraum neu zu ordnen und mit der Begrenzung dieser Werbeart auf bestimmte Veranstaltungen negative Auswirkungen auf das Stadtbild zu vermeiden.

Begründung:

1. Städtebauliches Konzept für die Neuordnung der Veranstaltungsplakatierung (vorgegebene Standorte)

a) Entwicklung in den letzten Jahren

Werbung im Stadtgebiet mit temporären Großflächenplakaten im 18/1-Format (= 356 cm x 252 cm) wurde ursprünglich nur den Parteien oder Einzelbewerbern im Wahlkampf gestattet. Vor einigen Jahren haben die großen Kulturfestivals angefragt, ob sie zusätzlich zu der Plakatierung mit DIN A 1 Plakaten in den Grünanlagen (Straßenbegleitgrün) mit temporären Großflächenplakaten werben können. Um das den großen auch in die Region ausstrahlenden Festivals der Festivalregion Rhein-Neckar, die in Heidelberg stattfinden (Schlossfestspiele, Stückemarkt, Heidelberger Frühling, Literaturtage, Internationales Filmfestival, Enjoy Jazz, Fotofestival Mannheim-Ludwigshafen-Heidelberg (zweijährig), zu ermöglichen, wurden solche Plakatierungen an ausgewählten, schon im Zusammenhang mit den Wahlplakatierungen bzgl. der Verkehrssicherheit geprüften Standorten in Form einer Sondernutzungserlaubnis nach dem Straßengesetz oder einer Ausnahme nach der Straßen- und Anlagenpolizeiverordnung erlaubt. Daneben wurde die Großflächenplakatierung damals auch für die Verkaufsveranstaltungen zur Förderung des Einzelhandelsstandortes Heidelberg erlaubt, weil sie einen wichtigen Beitrag zum Einzelhandelsstandort leisten.

Im Nachgang, insbesondere in den Jahren 2011 und 2012 haben andere Interessenten aus den Bereichen Kultur, Sport, Wissenschaft, Soziales und Stadtmarketing für Ihre Zwecke ebenfalls temporäre Großflächenplakatierungen beantragt. Da weder nach dem Straßengesetz noch nach der Straßen- und Anlagenpolizeiverordnung eine Ablehnung aufgrund der Art der Veranstaltung rechtswirksam umgesetzt werden konnte, wurde den Anträgen entsprochen.

Dies hatte zur Folge, dass zuletzt neben den oben genannten Veranstaltungen temporäre Großflächenplakate für 24 weitere Veranstaltungen bewilligt werden mussten. Die daraus resultierende massive örtliche und zeitliche Häufung wirkte einerseits störend auf das Stadtbild und andererseits gingen die Plakate für die Festivals und die Verkaufsveranstaltungen in der Masse der anderen Plakate immer mehr unter. Außerdem wurde die Pflege der Grünflächen durch die faktische Dauerbelegung zunehmend erschwert.

Deshalb beauftragte Herr Oberbürgermeister Dr. Würzner die Verwaltung Ende 2012, die temporäre Großflächenplakatierung wieder auf die ursprünglich dafür vorgesehenen Veranstaltungen zu begrenzen und dem Gemeinderat eine Neuordnung zur Beschlussfassung vorzulegen. Ziel der Neuordnung ist es, durch den temporären Charakter der Plakatierung das Stadtbild vor Beeinträchtigungen zu schützen, die Pflege der Grünflächen zu gewährleisten und nur herausragenden, für die Stadt Heidelberg besonders bedeutsamen Veranstaltungen eine zusätzliche, kostengünstige Werbeplattform zu bieten.

Um Einfluss auf die Art und Weise und auf die Anzahl der im Stadtgebiet aufgestellten Plakate zu haben, bedarf es eines vom Gemeinderat zu verabschiedenden städtischen Gesamtkonzeptes. Ein solches Konzept wird im Folgenden vorgestellt. Die als Anlage 2 beigefügte Großflächensatzung soll dieses Konzept umsetzen.

b) Ausgangslage

Großflächenplakate prägen wegen ihrer herausgehobenen visuellen Wahrnehmbarkeit das äußere Erscheinungsbild des Stadtgebietes wesentlich. Die Plakate sind entweder Bestandteil des öffentlichen Straßenraumes oder befinden sich in unmittelbar angrenzenden Grünflächen und haben einen unmittelbaren Bezug zu diesem, dessen Aussehen und damit zum Aussehen des Stadtbildes insgesamt.

Der Stadt steht das Recht zu, über die Aufstellorte und -häufigkeit selbst zu entscheiden und das Aussehen des Straßenbildes und damit das äußere Gepräge des Stadtbildes mitzugestalten. Mit der Großflächensatzung soll diese Werbeform nicht dem freien Markt überlassen werden, sondern soll positiv auf dieses Gepräge eingewirkt und die Ausübung der Großflächenplakatierung aktiv im Stadtgebiet gesteuert werden. Die Verteilungs- und Ausgleichsfunktion des Erlaubnisvorbehalts in § 16 Abs. 1 Satz 2 Straßengesetz soll dadurch ihren Ausdruck finden.

c) Stadtbildpflege

Hauptgrund für die aktive Steuerung der Großflächenplakatierung ist die Stadtbildpflege. Es soll erreicht werden, dass Großflächenplakate nur temporär und in einem für das Stadtbild noch verträglichen Umfang aufgestellt werden, sodass im öffentlichen Raum ein ästhetisches Stadtbild gewahrt bleibt. Die bisher schon genutzten Standorte wurden hinsichtlich der Stadtbildverträglichkeit überprüft. Die Kriterien für die Standorte sind in der Anlage 1 auf Seite 3 dargestellt.

Als Ergebnis wurden 34 in der Anlage 1 dargestellte Standorte beibehalten, die in beide Blickrichtungen die Aufstellung jeweils eines Plakates ermöglichen. Um den temporären Charakter der Großflächenplakatierung zu gewährleisten und das Stadtbild zu schützen, ist es notwendig, die Großflächenplakatierung nur mit den in der Satzung genannten Beschränkungen bezüglich der zulässigen Veranstaltungen, der maximalen Zahl an Plakaten pro Veranstaltung und der Dauer der Aufstellung zu ermöglichen. Die bisher schon bestehende Nummerierung der Standorte wurde beibehalten. Die fehlenden Nummern betreffen Standorte, die nur zur Wahlplakatierung zur Verfügung stehen. Auf eine Änderung der Nummerierung wurde verzichtet, weil den Plakatierern die jetzigen Standortnummern geläufig sind und eine Änderung zu Missverständnissen bzw. zur Verwirrung führen könnte.

Gegenüber der früheren Praxis, nur die Festivals und die Verkaufsveranstaltungen zur Förderung des Einzelhandelsstandortes einzubeziehen, wurden auch mehrtägige Großveranstaltungen zu sozialen Themen einbezogen, um auch diesem Bereich für seine besonderen Veranstaltungen eine zusätzliche Werbepattform zu bieten. Als Beispiel kann hier die jährlich stattfindende Armutswoche genannt werden. Um auch für nicht vorhersehbare Großveranstaltungen mit überregionaler Ausstrahlung und nicht unerheblicher Besucherzahl diese Werbeform zu eröffnen, wird für zwei solcher Veranstaltungen die Großflächenplakatierung ermöglicht. Beispiele für solche Großveranstaltungen aus diesem Jahr sind das Internationale Deutsche Turnfest oder „The Wedding“.

d) Gestaltungsvorgaben

Die farblichen Vorgaben des Rahmens sowie die Verpflichtung, zwei Plakate am gleichen Standort wenn möglich auf einen Träger, oder, falls dies nicht möglich ist, Rücken an Rücken aufzustellen, dient dem Schutz des Stadtbildes. Die Stadt behält sich vor, die Gestaltung des Plakatträgers und der Rückseiten mit den Veranstaltern und Plakatierungsfirmen abzustimmen.

Vorrichtungen zur Aufstellung müssen nicht geschaffen werden, weil die Plakatierung nur temporär stattfindet und die Plakatträger mittels entsprechender Stützen in der Grünfläche verankert werden können.

e) Ablehnung anderer Anträge

Jede Großflächenplakatierung im öffentlichen Straßenraum bedarf einer straßenrechtlichen Sondernutzungserlaubnis. Zur konsequenten Umsetzung des vorliegenden Konzeptes gehört es, dass im Falle eines Antrages auf eine solche Sondernutzungserlaubnis dieser abgelehnt wird, weil er außerhalb des bestehenden Konzeptes liegt. Die Verwaltung ist gehalten, die nach § 16 Abs. 1 Satz 2 Straßengesetz notwendige Ermessensentscheidung in dieser Weise auszuüben.

Ausnahmen können nur zugelassen werden, wo ein Anspruch (etwa aus den Grundrechten) besteht oder wenn übergeordnete Interessen vorliegen. Dies ist beispielsweise der Fall für das Plakatieren zu den allgemeinen Wahlen (vgl. hierzu die Richtlinien zur Wahlplakatierung).

f) Pflege der Grünflächen

Die oben genannten Begrenzungen sind auch notwendig, um die Pflege der Grünflächen zu ermöglichen. Zukünftig sollen außerhalb der öffentlichen Einrichtung keine Befreiungen mehr nach § 17 der Straßen- und Anlagenpolizeiverordnung zugelassen werden. Das öffentliche Interesse steht einer Befreiung regelmäßig entgegen. Die Verwaltung ist auch hier gehalten, die notwendige Ermessensentscheidung in dieser Weise auszuüben.

2. Öffentliche Einrichtung

Die Neuordnung der Großflächenplakatierung bedarf einer Umstellung auf einen anderen rechtlichen Rahmen. Bislang wurden straßenrechtliche Sondernutzungserlaubnisse oder Ausnahmen nach der Straßen- und Polizeianlagenverordnung für das Plakatieren erteilt. Dagegen darf die Plakatierung zukünftig nur noch auf von der Stadt vorgegebenen Standorten stattfinden. Dafür bietet sich eine öffentliche Einrichtung nach § 10 Absatz 2 GemO an. Das Straßenrecht lässt solche Vorgaben nicht zu.

Die für eine öffentliche Einrichtung notwendige Widmung der Standorte nebst Benutzungsbedingungen ist in der als Anlage 2 beigefügten Großflächensatzung niedergelegt. Die Eckpunkte der Satzung sind:

- nur Plakate bis zum Format Größe 18/1 möglich (§ 1 Absatz 4).
- Nutzungszeitraum: frühestens 2 Wochen vor und für die Dauer der Veranstaltung (§ 2 Absatz 2)
- Werbung nur für vier Arten von Veranstaltungen (§ 4):
 - (1) Veranstaltungen zur Förderung des Einzelhandelsstandorts Heidelberg
 - (2) mehrtägige Großveranstaltungen zu sozialen Themen
 - (3) zwei Großveranstaltungen pro Kalenderjahr zu sonstigen Themen
 - (4) Kulturveranstaltungen
- Begrenzung auf 34 Standorte und maximale Nutzungszeit der Standorte von 140 bzw. 315 Tagen pro Jahr (§ 5)
- Kosten: 0,29 € Gebühr pro Kalendertag und Plakat (§ 10)

Bei der Berechnung der maximalen Nutzungszeit nach § 5 der Satzung wurden folgende Annahmen zugrundegelegt:

Für die unter § 4 Nr. 1 bis 3 genannten Veranstaltungen ist pro Jahr insgesamt mit folgenden Nutzungszeiten (jeweils inklusive 2 Wochen Vorlaufzeit) zu rechnen:

- 4 Veranstaltungen zur Förderung des Einzelhandelsstandortes; Plakatierungszeit jeweils 15 Tage = 60 Tage
- 1 Großveranstaltung zu sozialen Themen, Plakatierungszeit 21 Tage
- 2 Großveranstaltungen zu sonstigen Themen, Plakatierungszeit jeweils 21 Tage = 42 Tage

In der Summe benötigen Veranstaltungen nach Nr. 1 bis 3 somit voraussichtlich 123 Tage. Um eine gewisse Flexibilität zu erhalten für den Fall, dass es mehr als die oben angenommene Zahl an Veranstaltungen nach Nr. 1 und 2 gibt oder diese länger dauern, werden insgesamt 140 Tage zur Verfügung gestellt.

Für die oben unter Nr. 1 a) genannten Kulturfestivals ist pro Jahr insgesamt mit folgenden Nutzungszeiten (jeweils inklusive 2 Wochen Vorlaufzeit) zu rechnen:

- Schlossfestspiele = 64 Tage
- Stückemarkt = 24 Tage
- Heidelberger Frühling = 50 Tage
- Literaturtage = 19 Tage
- Internationales Filmfestival = 25 Tage
- Enjoy Jazz = 52 Tage
- Fotofestival Mannheim-Ludwigshafen-Heidelberg (zweijährig)= 72 Tage

In der Summe benötigen die Festivals 306 Tage. Um bei kalenderbedingt geringfügigen Änderungen in der Dauer der Festivals flexibel reagieren zu können, werden 315 Tage zur Verfügung gestellt.

Im Kulturbereich sollen die Festivals der Festivalregion Rhein-Necker bei Nutzung der Großflächen gegenüber anderen Kulturveranstaltern vorrangig berücksichtigt werden. Aufgrund ihrer großen Ausstrahlung haben diese eine herausgehobene Bedeutung für die Stadt Heidelberg. Soweit die für Kulturveranstaltungen vorgesehenen Angebote von den genannten Festivals nicht ausgeschöpft werden, können auch andere Heidelberger Kulturveranstalter zur Großflächenplakatierung zugelassen werden. Deren Anträge werden in der Reihenfolge ihres Eingangs beim Bürgeramt berücksichtigt.

Bisher wurden für die Großflächenplakate Gebühren nach der Sondernutzungsgebührensatzung erhoben. Die entsprechenden Tatbestände finden sich in Nr. 10 des Sondernutzungsgebührenverzeichnisses (Anlage zur Satzung Nr. 6.4 im Ortsrecht). Durch die zukünftige Nutzung der öffentlichen Einrichtung sind die bisherigen straßenrechtlichen Gebühren auf Gebühren nach dem Kommunalabgabengesetz umzustellen (Benutzungsgebühren).

Für die ordnungsgemäße Nutzung der Plakatträger wird von den Nutzern eine einheitliche Gebühr pro Kalendertag und Plakat erhoben. Die Einzelheiten zur Höhe der Gebühr ergeben sich aus der beigefügten Gebührenkalkulation (vgl. Anlage 3).

Durch die Änderung reduziert sich die zu entrichtende Gebühr erheblich, da sich die Gebührenkalkulation für Benutzungsgebühren auf die Deckung des tatsächlich mit der Aufgabenerfüllung entstehenden Aufwands bezieht. Sondernutzungsgebühren hingegen beziehen sich auf den mit der Sondernutzung verbundenen Vorteil.

Ein Veranstalter, der bisher und künftig 10 Plakate/Standorte für einen Zeitraum von 7 Wochen nutzt wird in der Folge um 587,90 € entlastet (bisherige Sondernutzungsgebühr: 730,00 €; künftige Benutzungsgebühr 142,10 €). Ein Veranstalter, der 5 Plakate/Standorte für 2 Wochen nutzt wird um 109,70 € entlastet (Gebühr bisher: 130,00 €; Gebühr künftig: 20,30 €). Durch die durch die Satzung festgelegte relativ geringe Anzahl von Standorten und Plakaten errechnen sich daraus Gebührenmindererträge in Höhe von rd. 3.600 €/Jahr.

Prüfung der Nachhaltigkeit der Maßnahme in Bezug auf die Ziele des Stadtentwicklungsplanes / der Lokalen Agenda Heidelberg

1. Betroffene Ziele des Stadtentwicklungsplanes

Nummer/n: (Codierung)	+ / - berührt:	Ziel/e:
SL 11	+	<p>Straßen und Plätze als Lebensraum zurückgewinnen, Aufenthaltsqualität verbessern</p> <p>Begründung: Mit der Neuordnung der Großflächenplakatierung und der Begrenzung der hierzu berechtigten Veranstaltungen wird eine stadtbildverträglichere Art der Plakatierung entstehen</p> <p>Ziel/e:</p>
KU 7	+	<p>Zugangsmöglichkeiten zum kulturellen Leben verbessern</p>
KU 3	+	<p>Qualitätsvolles Angebot sichern</p> <p>Begründung: Die Großflächenplakatierung ermöglicht es den herausragenden Festivals aus dem Bereich Kultur auf ihr qualitätsvolles Angebot nochmals besonders hinzuweisen.</p>
AB 5	+	<p>Erhalt der Einzelhandelsstruktur</p> <p>Begründung: Die Großflächenwerbung macht die Verkaufsveranstaltungen zur Förderung des Einzelhandelsstandortes zusätzlich bekannt und hilft dabei, den Einzelhändlern zusätzliche Kundenkreise zu erschließen</p>

2. Kritische Abwägung / Erläuterungen zu Zielkonflikten:

Keine.

gezeichnet

Wolfgang Erichson

Anlagen zur Drucksache:

Nummer:	Bezeichnung
A 01	Städtebauliches Konzept
A 02	Satzung über die Nutzung von öffentlichen Grünflächen für Großflächenplakate
A 03	Gebührenkalkulation

(Vertraulich – Nur zur Beratung in den Gremien!)