

Stadt Heidelberg

Drucksache:
0377/2013/BV

Datum:
30.09.2013

Federführung:
Dezernat IV, Bürgeramt

Beteiligung:
Dezernat I, Rechtsamt

Betreff:

Veranstaltungsplakatierung

1. Städtebauliches Konzept (Standorte)
2. Plakatierungssatzung
3. Zuteilung von Kontingenten
4. Aufhebung der Richtlinien für das Plakatieren auf öffentlicher Verkehrsfläche
5. Änderung der Sondernutzungsgebührensatzung
6. Genehmigung außerplanmäßiger Mittel in Höhe von 178.100 €

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 Bau- und Umweltausschuss, der Ausschuss für Kultur und Bildung empfehlen dem Haupt- und Finanzausschuss folgenden Beschluss:

Der Haupt- und Finanzausschuss bewilligt für die Plakatierungseinrichtungen außerplanmäßige Mittel in Höhe von 178.100 € vorbehaltlich der Zustimmung des Gemeinderats zum städtebaulichen Konzept für die Plakatträger für Veranstaltungsplakate, zur Satzung über die Benutzung der städtischen Plakatträger für Veranstaltungswerbung, zur Aufhebung der Richtlinien für das Plakatieren auf öffentlicher Verkehrsfläche sowie zur 3. Satzung zur Änderung der Sondernutzungsgebührensatzung. Die Deckung erfolgt durch Mehrerträge aus aktivierten Eigenleistungen in Höhe von insgesamt 148.100 € sowie Minderaufwand in Höhe von 30.000 € bei Zinsaufwendungen an Kreditinstitute (PSP 1.61.20.01.20.01, Kto. 4517 0000)

Der Bau- und Umweltausschuss, 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 die Plakatträger für Veranstaltungsplakate in der Größe DIN A1 zu. Die einzelnen Plakatstandorte ergeben sich aus den Stadtteilplänen und den Visualisierungen (Anlage 1). Die festgelegten Standorte dürfen einer Umgestaltung des jeweiligen Ortes nicht entgegenstehen. Bei Veränderungen am Standort sind gegebenenfalls Ersatzstandorte bereit zu stellen.*
- 2. Der Gemeinderat beschließt die als Anlage 2 beigefügte „Satzung über die Benutzung der städtischen Plakatträger für Veranstaltungswerbung“. Die als Anlage 3 beigefügte Gebührenkalkulation ist Bestandteil des Beschlusses.*
- 3. Den in der Anlage 4 genannten Einrichtungen werden Nutzungserlaubnisse für die dort genannten Kontingente an Netzen nach Maßgabe der dargestellten Bedingungen erteilt.*
- 4. Die „Richtlinien für das Plakatieren auf öffentlicher Verkehrsfläche“ vom 14. März 2002 werden aufgehoben.*
- 5. Der Gemeinderat beschließt die als Anlage 5 beigefügte „3. Satzung zur Änderung der Sondernutzungsgebührensatzung“.*

Finanzielle Auswirkungen:

Bezeichnung:	Betrag:
Ausgaben / Gesamtkosten:	178.100
Einnahmen:	
Finanzierung:	
• Über- / Außerplanmäßiger Mittelbedarf laufendes Jahr	178.100
• Deckung bei Mehrerträgen aus aktivierten Eigenleistungen (148.100 €) und Minderaufwendungen bei Zinsaufwendungen an Kreditinstitute (30.000 €)	178.100

Zusammenfassung der Begründung:

Ziel der Neuordnung ist es, das Plakatieren von Kleinplakaten im öffentlichen Straßenraum neu zu ordnen und dabei Beeinträchtigungen der Verkehrssicherheit des öffentlichen Straßenverkehrs grundsätzlich zu vermeiden.

Begründung:

Der Gemeinderat hat am 15.04.2010 eine Neuordnung der Veranstaltungsplakatierung beschlossen. Ziel ist es, das Plakatieren von Kleinplakaten im öffentlichen Straßenraum neu zu ordnen sowie zu begrenzen und dabei die negativen Auswirkungen auf das Stadtbild und die Beeinträchtigungen der Verkehrssicherheit des öffentlichen Straßenverkehrs grundsätzlich zu vermeiden. Gleichzeitig soll auch die bislang wenig ansprechende Art der Präsentation der Plakate verbessert werden. Dabei soll es allen Veranstaltern weiterhin möglich sein, bei angemessenen Preisen mit dem Medium Plakat zu werben.

Die wesentlichen Maßnahmen zur Zielerreichung sind:

1. Festlegung von 1.200 Standorten mit jeweils 1 bis 3 Plakaten für rund 2.400 Plakate
2. Anbringen von geeigneten Plakatträgersystemen an den Plakatstandorten
3. Festlegung von festen Kontingenten für Veranstalter, die regelmäßig und über das gesamte Kalenderjahr hinweg Veranstaltungen durchführen.

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

Für das Plakatieren im öffentlichen Straßenraum bedarf es einer straßenrechtlichen Sondernutzungserlaubnis. Ohne eine aktive städtische Steuerung kann jeder im Wege der Einzelgenehmigung auf öffentlichen Flächen im Stadtgebiet plakatieren. Das Ergebnis ist in jeder Hinsicht ungeordnetes Stadtbild und ein hoher Verwaltungsaufwand durch die Bearbeitung von zahlreichen unterschiedlichen Anträgen.

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 Plakatierungssatzung soll dieses Konzept umsetzen.

a) Ausgangslage

Plakate prägen wegen ihrer Häufigkeit und Vielfalt das äußere Erscheinungsbild des Stadtgebietes wesentlich. Die Plakate sind Bestandteil des öffentlichen Straßenraumes und haben einen unmittelbaren Bezug zu diesem, dessen Aussehen und damit zum Aussehen des Stadtbildes insgesamt. Das Ergebnis ist bekannt. Plakate sind vor allem in den innenstadtnahen Stadtteilen an nahezu jeder werbewirksamen Stelle zu finden. Plakate sind dicht an dicht an Geländern angebracht oder es stehen selbst gezimmerte Holzständer um Lampen und Verkehrsschilder. Plakate sind an Lampenmasten ebenso zu finden wie an Baumschutzgittern.

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

b) Standortüberlegungen

Die hinter dem Standortkonzept stehenden grundsätzlichen Überlegungen sehen vor, dass nur noch an konkret festgelegten Standorten plakatiert werden kann. Aufgrund des Gemeinderatsbeschlusses waren 1.200 Standorte gefordert. An den Standorten werden Plakatträger installiert, beispielsweise Plakaträhmen, die an einem vorhandenen Geländer, einem Zaun oder einer vorhandenen Mauer angebracht werden. Dreiecksständer um Masten wurden ausgeschlossen, um so mehr Bewegungsraum für Fußgänger sicherzustellen und die Gehwege übersichtlicher auszugestalten. Die Begrenzung auf ein System hat den Vorteil, dass gegebenenfalls andere, illegale Befestigungen auf diese Art und Weise schnell identifiziert werden können.

Pro Standort können je nach Art des dort vorgesehenen Plakatträgers ein, zwei oder drei Plakate in der Größe DIN A 1 platziert werden. Daher wurde bei der Standortsuche ein mittlerer Wert von zwei Plakaten rechnerisch zugrunde gelegt, sodass sich eine Gesamtzahl von 2.400 Plakaten (= 1.200 Standorte x 2) ergibt.

Da stadtbildverträgliche Plakatstandorte für rund 2.400 Plakate im öffentlichen Straßenraum nicht vorhanden sind, wurden Plakatstandorte für eine Teilmenge der Plakate, insgesamt 222 Plakate, auf 10 Kultursäulen ausgewiesen. Bereits im Zuge des Abschlusses des Werbeanlagenvertrages wurde zu Jahresanfang 2011 die Anzahl der Kultursäulen von ehemals 14 auf 46 erhöht. Damit wurde nicht nur dem erhöhten Bedarf an kostenlosen Plakatierungsflächen für kulturelle und stadtteilbezogene Veranstaltungen Rechnung getragen, sondern die Erhöhung hatte auch zum Ziel, im Zuge der Neuordnung der Veranstaltungsplakatierung den öffentlichen Straßenraum von Plakaten zu entlasten.

Für die Standortauswahl wurde das Architekturbüro Joest, Walther & Partner (Heidelberg) und der Landschaftsarchitekt Holger Lulay (Edingen) hinzugezogen. Vor der Ausarbeitung eines Konzeptes hat die Planungsbürogemeinschaft folgende allgemeine Regeln zur Gestaltung formuliert:

„Im Gegensatz zu den Inhalten der Großflächen-Webetafeln und der City-Light-Boards, die im Normalfall gängige, massenkompatible Werbung vermitteln, sind die Plakate der örtlichen Kulturveranstalter auf einen viel kleineren und örtlich begrenzten Kreis an Betrachtern zugeschnitten. Dies hat zur Folge, dass die Plakate in der Regel origineller und anspruchsvoller gestaltet sind und unter dem Aspekt des Werbeauftrages höherwertige Standards erfüllen. Zudem sind die beworbenen Veranstaltungen für die Heidelberger Bürger identitätsstiftend, d.h. der Veranstaltungsplakatierung ist somit auch ein wesentlicher stadtkultureller Auftrag zuzuschreiben. Durch ein einheitliches Rahmensystem wird eine allgemeine Aufwertung des Erscheinungsbildes erreicht. Die oftmals beschädigten oder verwitterten, immer nach Provisorium aussehenden bisherigen Träger unterstützen die oft vorhandene überdurchschnittliche graphische Qualität der Plakatinhalte nicht.“

c) Stadtbild

Hauptgrund für die aktive Steuerung der Plakatierung ist die Stadtbildpflege. Es soll erreicht werden, dass mit den Plakaten im öffentlichen Raum ein ästhetisches Stadtbild gewahrt bleibt und dass die Anzahl der Plakate auf ein verträgliches Maß begrenzt wird.

In Abstimmung mit dem Stadtplanungsamt wurden die Standorte nach bestimmten Kriterien ausgesucht: Sie sind einerseits stadtbildverträglich, aber andererseits berücksichtigen sie auch die Belange des Verkehrs. Zudem liegen die Standorte in der Regel in öffentlichkeitswirksamen und gut wahrnehmbaren Bereichen. Diese Bereiche zeichnen sich beispielsweise durch eine hohe Fußgängerfrequenz aus. Bei Plakatstandorten, die vom motorisierten Verkehr wahrgenommen werden können, ist der Betrachtungsabstand zu den Plakaten oder die Fahrgeschwindigkeit gering.

Aus stadtgestalterischer Sicht und aus Sicht des Verkehrs wurden folgende Ausschlusskriterien festgelegt:

- Orte, die mit Informationen im öffentlichen Bereich bereits überfrachtet sind
- Orte, an denen eine größere Anzahl von Plakaten Blickachsen zu stadtbildprägenden Objekten verstellen
- Kulturdenkmale, insbesondere Kulturdenkmale mit zugehörigem Umgebungsschutz und denkmalgeschütztem Ensemble
- gestaltete Plätze, an denen eine nachträgliche Anbringung von Plakaten zu einer Aufweichung der Planungsintensität führen würde (z. B. Friedrich-Ebert-Platz, Rohrbach Markt)
- Friedhöfe
- gestaltete Grünanlagen
- Kinderspielplätze und Schulhöfe
- Orte mit Sichtbeziehungen in die freie Landschaft
- Stadteingangsbegrünungen
- Orte, an denen der Verkehr (Kraftfahrzeuge, Fahrräder und Fußgänger) behindert oder die Verkehrssicherheit gefährdet wird
- an Fußgängerüberwegen
- im Bereich von Gleisanlagen
- auf dem Bismarckplatz
- an Verkehrsampeln und öffentlichen Verkehrszeichen
- an Hauswänden, Tunnels, Wartehäuschen und Verteilerkästen
- Vorrichtung an Pflanzen und Bäumen (z. B. Baumschutzgitter und Pflanzkübel)
- Masten von Leuchten: Der Beleuchtung im öffentlichen Straßenraum liegt häufig ein ausgereiftes Design zugrunde, dazu gehört das Wechselspiel von Mast und Leuchtkopf. Das Design von Straßenbeleuchtungen ist in der Regel nicht dafür konzipiert, zusätzliche Elemente aufzunehmen. Würde dies geschehen, ist mit einer Verunstaltung der Leuchte zu rechnen.
- die Bereiche der Gesamtanlagenschutzsatzungen Weststadt und Altstadt: Der Aspekt der Stadtbildpflege spielt auch mit Blick auf die historische Heidelberger Altstadt und die Weststadt eine besondere Rolle. Die Altstadt wird von den zahlreichen Touristen besonders stark besucht und liegt teilweise als sog. "reiner Fußgängerbereich" im Geltungsgebiet der Sondernutzungssatzung Fußgängerbereich Altstadt. Sie ist straßenrechtlich damit besonders aufgewertet und geschützt, u. a. deshalb, weil es für das Heidelberger Stadtbild positiv ist, wenn es in diesen Bereichen keinen motorisierten Verkehr sondern nur Fußgängerverkehr gibt. Die Altstadt ist darüber hinaus wesentlicher Bestandteil des Gebiets, das über die Gesamtanlagenschutzsatzung geschützt ist. Eine solche Gesamtanlagenschutzsatzung gibt es auch im Stadtteil Weststadt. Dieses besonders schützenswerte Stadtbild soll für die Veranstaltungswerbung berücksichtigt werden. Deshalb sind innerhalb dieser Bereiche nur sehr wenige hochfrequentierte Plakatträgerstandorte vorgesehen.

d) Effektive Verwaltung

Mit der Neuordnung der Veranstaltungsplakatierung ist auch vorgesehen, dass den Veranstaltern, die häufig und über das ganze Jahr hinweg regelmäßig über ihre Veranstaltungen im öffentlichen Straßenraum informieren, eine feste Anzahl an Plakatflächen zur individuellen Nutzung zur Verfügung gestellt wird. Insgesamt werden ihnen rund zwei Drittel der Plakatflächen überlassen. Der bislang erhebliche Verwaltungsaufwand kann dadurch deutlich vermindert werden, da nur noch eine geringe Anzahl an Einzelgenehmigungen erteilt werden müssen.

e) Gestaltungsvorgaben

Um zu gewährleisten, dass sich die Plakatträger in das Stadtbild einfügen, wurden bereits beim Abschluss des Werbeanlagenvertrages, in dem eine Lieferverpflichtung mit dem Vertragspartner für die Plakatträger vereinbart wurde, Gestaltungsvorgaben für die Plakatträger festgelegt. Zur Ausführung sollen pulverbeschichtete Metallrahmen in der Farbe DB 703 kommen. Grelle und kontrastierende Farben sind nicht zulässig. Die Plakatträger müssen so gestaltet sein, dass das Plakat von oben oder von der Seite eingeschoben werden kann. Der Einschub ist durch eine Verschlussvorrichtung gegen unberechtigtes Entfernen des Plakates zu sichern. Die Rückseite von einseitig nutzbaren Plakatträgern ist geschlossen oder gelocht im Material des Trägers auszuführen.

f) Ablehnung anderer Anträge

Jede Plakatierung 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).

2. Öffentliche Einrichtung

Die Neuordnung der Veranstaltungsplakatierung bedarf einer Umstellung auf einen anderen rechtlichen Rahmen. Bislang wurden straßenrechtliche Sondernutzungserlaubnisse für das Plakatieren erteilt. Dabei hat sich jeder Veranstalter einen Standort seiner Wahl ausgesucht und auch das Plakat selbst gewählt. Dagegen darf die Plakatierung zukünftig nur noch auf von der Stadt bereitgestellten Plakatträgern an 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 Plakatträger nebst Benutzungsbedingungen sind in der als Anlage 2 beigefügten Plakatierungssatzung niedergelegt. Die Eckpunkte der Satzung sind:

- nur Plakate der Größe DIN A1 möglich (§ 5 Absatz 1).
- Zusammenfassung von Plakatstandorten zu Netzen mit jeweils 30 Plakaten (§ 5 Absatz 2). Der Nutzer bekommt jeweils ein Netz zugeteilt, keine Zuteilung von einzelnen Standorten.
- 14-tägiger Nutzungszeitraum (§ 5 Absatz 3).
- Grundsätzlich nur Werbung für Veranstaltungen, die im Stadtgebiet Heidelberg stattfinden.
- Werbung für bestimmte Veranstaltungsbereiche (Politik, Wissenschaft, Bildung, Kultur, Musik, Gesundheit, Sport, Brauchtumpflege, etc.) oder für Veranstaltungen, die im Kongresshaus Stadthalle, dem Messplatz oder der Thingstätte stattfinden (§ 4 Absatz 2).
- Priorisierung von politischen Veranstaltungen (§ 6 Absatz 1 Satz 3 Nr. 1)
- Kosten: 57,00 € Gebühr pro Netz im Zwei-Wochen-Zeitraum (§ 10)

Im Übrigen wird in enger Zusammenarbeit mit dem Vermessungsamt ein Online-Antragssystem für die Plakatflächen erstellt. Das Antragssystem ermöglicht es dem Veranstalter, ein Netz für festgelegte Plakatierungszeiträume zu beantragen.

Bisher wurden für die Veranstaltungsplakate 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 Zwei-Wochen-Zeitraum erhoben. Hinzu kommen Gebühren, wenn der Nutzer das Netz nach Ablauf der Nutzungszeit nicht ordnungsgemäß räumt, weil dadurch der Verwaltung ein Aufwand entsteht, der vom Verursacher selbst getragen werden soll. Die Einzelheiten zur Höhe der Gebühr ergeben sich aus der beigefügten Gebührenkalkulation (vgl. Anlage 3).

3. Kontingente

An bestimmte Veranstalter sollen feste Jahres-Kontingente an Netzen zur privilegierten Nutzung erteilt werden.

Neben den ganzjährigen Kontingenten können Veranstalter, die auch zur Großflächenplakatierung berechtigt sind (insbesondere Kultur-Festivals), ein Wochen-Kontingent erhalten, sofern Sie nicht bereits über ein ganzjähriges Kontingent verfügen. Ein Wochen-Kontingent besteht aus bis zu vier Netzen. Der Nutzungszeitraum beginnt jeweils am dritten Mittwoch vor Veranstaltungsbeginn und endet am Dienstag nach Ende der Veranstaltung.

Die Netze, die als Kontingent vergeben sind, stehen den übrigen Nutzern dann nicht mehr zur Verfügung.

Die sogenannten Kontingentveranstalter können für ihre Veranstaltungen werben, ohne die sonst geltenden Nutzungszeiträume und die Beschränkung auf ein Netz zu beachten, also beispielsweise bei ganzjährigen Kontingenten eine Veranstaltung Wochen im Voraus mit beliebig vielen Plakaten bewerben. Auch sind mehrere Plakatierungsperioden für eine Veranstaltung möglich. Plakatiert werden kann z. B. auch ein Vorverkaufsstart. Möglich ist auch eine Imagewerbung für den Veranstaltungsort. Diese Möglichkeiten sind den übrigen Nutzern nach der Plakatierungssatzung nicht gestattet.

Die Kontingente sind für Heidelberger Einrichtungen gedacht, die aufgrund der Häufigkeit ihrer Veranstaltungen Dauernutzer der Plakatträger sein werden. Um diesen Nutzern mehr Freiraum bei der Nutzung der Plakatträger zu gewähren und um den Aufwand auf Seiten der Veranstalter (permanente Antragstellungen) und auf Seiten der Verwaltung (permanente Erteilung von Einzelerlaubnissen) zu reduzieren, sollen Kontingente vergeben werden.

Die Nutzungserlaubnisse für Kontingente werden zukünftig jährlich durch Gemeinderatsbeschluss neu zugeteilt, spätestens im November eines Jahres. Heidelberger Einrichtungen können sich dafür immer bis zum 30. Juni eines Jahres bewerben.

Die Verteilung der Kontingente für die Startphase bis zum 31. Dezember 2014 ergibt sich aus Anlage 4. Darin werden die Vorgaben des Gemeinderatsbeschlusses vom 15. April 2010 berücksichtigt, wonach an Heidelberger Veranstalter, die regelmäßig und über das ganze Jahr hinweg veranstalten, eine Teilmenge der Plakatstandorte fest vergeben wird. Entsprechend dem seinerzeitigen Gemeinderatsbeschluss waren zwei weitere Veranstalter (das Unterwegs Theater und der Kunstverein) bei der Vergabe der Kontingente zu berücksichtigen. Dies hatte zur Folge, dass die Kontingente gegenüber dem ursprünglichen Vorschlag neu aufgeteilt werden mussten. Über diese neue Aufteilung wurden die betroffenen Veranstalter im März d. J. informiert.

4. Aufhebung der bisherigen Richtlinien

Bisher gelten noch die vom Gemeinderat am 14. März 2002 beschlossenen „Richtlinien für das Plakatieren auf öffentlicher Verkehrsfläche“. Durch die nun zu beschließende Umstellung auf feste Plakatträgerstandorte werden diese Richtlinien überflüssig und können aufgehoben werden.

5. Änderung der Sondernutzungsgebührensatzung

Durch die Umstellung auf Benutzungsgebühren nach dem Kommunalabgabengesetz (s. o. Nr. 2) können die bisherigen Tatbestände für Veranstaltungsplakate in der Sondernutzungsgebührensatzung entfallen. Von der Regelung bleiben nur noch die Gebühren für Banner an Brückengeländern übrig. Die dafür zu beschließende Änderungssatzung ist als Anlage 5 beigefügt.

6. Plakatträger

Die Lieferung von insgesamt 1.200 Plakatträgern zuzüglich einer Reserve von 10 % für den Ersatz defekter Träger wurde in dem mit der Deutschen Städtemarketing GmbH abgeschlossenen Werbevertrag, der seit 01.01.2012 gilt, vereinbart. Die konkrete Menge, Art und Ausführung der Plakatträger wird noch mit der Deutschen Städtemarketing GmbH abgestimmt.

Für das Anbringen der Plakatträger sind im Haushalt 2013/2014 keine Mittel veranschlagt. Es ist vorgesehen, dass das Amt für Abfallwirtschaft und Stadtreinigung die Plakatträger installiert. Da die Plakatträger in das städtische Eigentum übergehen sind alle mit der Planung der Standorte und der Installation der Träger verbundenen Ausgaben und Aufwendungen vermögenswirksam und als Herstellungsaufwand im Finanzhaushalt zu verausgaben. Insgesamt fallen hierfür Ausgaben in Höhe von 178.100 € an, die außerplanmäßig bereit zu stellen sind. Die Deckung erfolgt durch Mehrerträge bei aktivierten Eigenleistungen in Höhe von 148.100 € sowie Minderaufwendungen beim Zinsaufwand an Kreditinstitute in Höhe von 30.000 €.

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	+	Straßen und Plätze als Lebensraum zurückgewinnen, Aufenthaltsqualität verbessern Begründung: Mit der Neuordnung der Plakatierung und der Festlegung der Standorte wird eine stadtbildverträglichere Art der Plakatierung entstehen Ziel/e:
KU 2	+	Kulturelle Vielfalt unterstützen
KU 7	+	Zugangsmöglichkeiten zum kulturellen Leben verbessern Begründung: Durch die Festlegung von Kontingenten wird die kulturelle Vielfalt gefördert und einer breiten Öffentlichkeit die gesamte kulturelle Angebotsvielfalt präsentiert.

2. Kritische Abwägung / Erläuterungen zu Zielkonflikten:

keine

gezeichnet

Bernd Stadel

Anlagen zur Drucksache:

Nummer:	Bezeichnung
A 01	Stadtteilpläne und Visualisierungen der Plakatstandorte
A 02	Satzung über die Benutzung der städtischen Plakatträger für Veranstaltungswerbung
A 03	Gebührenkalkulation (Vertraulich – nur zur Beratung in den Gremien!)
A 04	Nutzungserlaubnisse für Kontingente
A 05	3. Satzung zur Änderung der Sondernutzungsgebührensatzung