

Der Bürgermeister

Hilden, den 15.08.2007
AZ.: IV/61.1 Groll-STEP



Hilden

WP 04-09 SV 61/172

Mitteilungsvorlage

öffentlich

**Räumliche Ausweitung der Gestaltungssatzung Werbeanlagen; Hier:
Anfrage der SPD-Fraktion vom 08.08.2007**

Beratungsfolge:	Sitzung am:	Bemerkungen
Stadtentwicklungsausschuss	12.09.2007	
Stadtentwicklungsausschuss	16.01.2008	
Stadtentwicklungsausschuss	06.02.2008	
Stadtentwicklungsausschuss	12.03.2008	

Beschlussvorschlag:

~~„Der Stadtentwicklungsausschuss nimmt den Bericht der Verwaltung zu den Möglichkeiten einer Ausweitung der Gestaltungssatzung Werbeanlagen zur Kenntnis.“~~

Neuer Beschlussvorschlag siehe zusätzliche Erläuterungen.

Finanzielle Auswirkungen	je nach Beschlusslage
--------------------------	------------------------------

Personelle Auswirkungen	je nach Beschlusslage
-------------------------	------------------------------

Erläuterungen und Begründungen:

II.1

Planungs- und Vermessungsamt
-Stadtplanung-
IV/61.1 Groll

20.02.2008

Zusätzliche Erläuterungen und Begründungen:

In der Sitzung des Stadtentwicklungsausschusses am 16. Januar 2008 erhielt die Verwaltung den Auftrag, vor einer möglichen Vergabe des Auftrages an einen Architekten aus Köln zunächst zu prüfen, ob es möglich sei, über die ARGE ME-aktiv bzw. die Arbeitsagentur einen „arbeitslosen Experten“ (möglichst aus Hilden) zu finden, dessen Arbeit dann weniger kosten würde.

Dementsprechend wurde umgehend das aus der Aufgabe resultierende Anforderungsprofil an die Agentur für Arbeit weitergegeben, die wiederum das Stellenangebot wenig später in ihr Stelleninformationssystem eingegeben hat. Dort stand es seit Ende Januar/ Anfang Februar 2008 zur Einsicht für Interessierte bereit (siehe Anlage).

Das Ergebnis ist bescheiden.

Insgesamt hat es fünf Nachfragen bzw. Bewerbungen gegeben, davon keine aus Hilden. Angesichts des Projekt-Charakters und der inhaltlichen Komplexität der Aufgabe ist es nicht verwunderlich, dass sich auch von fachlicher Sicht her kein Bewerber aufgedrängt.

Geographisch betrachtet kommen die Bewerber aus Frankfurt, Weimar, Stuttgart, Kassel und Oberhausen. Vom Berufsbild her handelt es sich um einen Wirtschaftsingenieur, einen Geographen und drei Architekten. Es handelt sich meist um Berufsanfänger.

Aus Sicht der Verwaltung kommen für die zur Diskussion stehenden Arbeit zwei der Bewerber/-innen vielleicht in Frage (aus Kassel bzw. Stuttgart), einschlägige Erfahrungen im Zusammenhang mit dem Satzungsrecht des Baugesetzbuches (besonders Gestaltungssatzungen), mit der Aufbereitung in Form von Gestaltungshandbüchern oder mit einem Satzungsaufstellungsverfahren hat keiner der Bewerber.

Insofern kann nicht davon ausgegangen werden, dass die Arbeit innerhalb der veranschlagten vier Monate erledigt werden könnte. Vielmehr ist von einem Einarbeitungszeitraum aus fachlicher, thematischer und örtlicher Hinsicht von gut zwei Monaten auszugehen, der aufzuschlagen ist. Es muss daher von einer Arbeitszeit von mindestens sechs Monaten ausgegangen werden.

Darüber hinaus kann auch dann nicht davon ausgegangen werden, dass auf eine umfassende Betreuung durch die Verwaltung verzichtet werden könnte, da das Thema sehr speziell und komplex ist.

Außerdem ist nicht zu vergessen, dass es den Bewerbern, die ja von Hilden weit entfernt wohnen, kaum zugemutet werden kann, für lediglich sechs Monate in den Kreis Mettmann/ nach Hilden zu ziehen.

Hinsichtlich der Kosten für eine solche Lösung kann folgende Aussage gemacht werden: bei einer Zeitdauer von sechs Monaten fallen für die Stadt Hilden Personal-Kosten in Höhe von ca. 20.000 € an, dazu kommen die „Gemeinkosten“ für Stelleneinrichtung, Arbeitsplatz etc. sowie die „Betreuungskosten“ (also die Zeit, die vom Stammpersonal nicht für die Arbeit an anderen Projekten und Inhalten verwendet werden kann und die somit zu Verzögerungen hierbei führt). Insbesondere die „Betreuungskosten“ sind dabei nicht vorhersehbar, da weder das Arbeitsverhalten des jeweiligen Bewerbers noch dessen Arbeitsqualität einschätzbar sind, aufgrund der Be-

grenztheit des Projektes aber kaum „Puffer-Zeiten“ bestehen.

II.2

Insgesamt kommt daher die Verwaltung zu dem Ergebnis, dass die Verwendung eines „arbeitslosen Experten“ für das Projekt der räumlichen Ausweitung der Gestaltungssatzung Werbeanlagen nicht in Frage kommt.

Es lassen sich weder Zeitaufwand noch Arbeitsqualität näher bestimmen. Es ist ohne weiteres möglich, dass der Bewerber während der Laufzeit des Projektes eine andere, längerfristige Stelle findet, das Projekt in Hilden verlässt und dann hier wieder neu begonnen werden muss. Während des sich anschließenden Satzungsverfahrens stünde der Bewerber zudem nicht mehr zur Verfügung.

Unter der Annahme, dass ein Verfahren zur Ausweitung des Geltungsbereiches der Gestaltungssatzung Werbeanlagen über die unmittelbaren Fußgängerzonenbereiche hinaus inhaltlich adäquat und zeitlich zügig durchgeführt werden soll, handelt es sich bei dem Projekt um eine klassische Vergabe an einen entsprechenden Experten.

Für die Bestandsaufnahme und die Beurteilung der Situation sowie die Formulierung des Satzungstextes sind bauhistorische und bautechnische Kenntnisse erforderlich, die in der benötigten Form so nicht in der Verwaltung vorhanden sind bzw. erst wieder aufbereitet werden müssten. Auch im „Arbeitslosen-Pool“ sind solche Ressourcen nicht greifbar.

Zusammenfassend kann daher seitens der Verwaltung nur den Beschlussvorschlag aus dem Januar 2008 wiederholen:

Dieser **Beschlussvorschlag der Verwaltung** beinhaltet in Anlehnung an die Diskussion des Stadtentwicklungsausschusses im September 2007 und Januar 2008 folgende Elemente:

1. den grundsätzlichen Auftrag, den Geltungsbereich der Gestaltungssatzung Werbeanlagen auf die genannten Straßen/ Plätze auszuweiten;
2. den Auftrag anschließend wie oben erläutert zu vergeben und
3. dem Stadtentwicklungsausschuss zum nächstmöglichen Zeitpunkt den „Aufstellungsbeschluss“ für eine Satzungsausweitung zur Beschlussfassung vorzulegen.

Günter Scheib

I.1

Planungs- und Vermessungsamt
-Stadtplanung-
IV/61.1 Groll-STEP

04.12.2007

Zusätzliche Erläuterungen und Begründungen:

Als Resultat der Beratung dieses Themas in der Sitzung des Stadtentwicklungsausschusses am 12.09.2007 wurde die Verwaltung beauftragt, das Thema soweit aufzubereiten, dass man über Sachkosten und eventuell zukünftig zu erwartende Personalkosten konkretere Aussagen machen könne.

Diesem Arbeitsauftrag ist die Verwaltung nachgekommen, die Ergebnisse werden nun vorgelegt.

Zum Thema Sachkosten:

Um im Falle einer Erweiterung des Geltungsbereiches der Gestaltungssatzung Werbeanlagen Aussagen in gleicher Qualität wie bisher machen zu können, ist die Einschaltung eines Fachbüros erforderlich. Hierbei sollte es sich möglichst um das gleiche Büro handeln, welches schon die bisherige Satzung ausgearbeitet hat.

Nach Aussage des Rechnungsprüfungsamtes ist dies möglich, da es sich um eine sehr spezielle und aufeinander aufbauende Aufgabenstellung handelt. Die Vorkenntnisse (etwa der Örtlichkeiten sowie der Beteiligten) und die Vorarbeiten (aus dem Vorgängerverfahren) lassen sich – da aus dem Jahr 2003/2004 – noch mitnutzen.

Aufgrund der guten Resonanz der Satzung liegt es also nahe, das gleiche Büro zu beauftragen.

Daher ist von diesem Büro, Hamann Architekten + Stadtplaner, Köln, ein Angebot erbeten worden, um die Erstellungs- Kosten für die Ausweitung der Gestaltungssatzung Werbeanlagen genauer beziffern zu können.

Dieses Angebot ist der Sitzungsvorlage als Anlage beigefügt. **Die Angebotssumme liegt bei 31.535 € (brutto).**

Dies liegt innerhalb der von der Verwaltung ursprünglich geschätzten Größenordnung. Im Falle eines positiven Beschlusses zum Thema Ausweitung wäre daher ein solcher Betrag im Haushalt für das Jahr 2008 bereitzustellen.

Im Rahmen der Arbeiten würden folgende Straßen in der Innenstadt jeweils beidseitig untersucht:

Benrather Straße/ Fritz-Gressard-Platz; Schulstraße (von Robert-Gies-Straße bis Hagelkreuz); Warrington-Platz (von Schulstraße bis Heiligenstraße); Am Kronengarten; Hochdahler Straße/ Kirchhofstraße (von Berliner Straße bis Am Kronengarten); Gabelung/ An der Gabelung/ Walder Straße (bis zur Berliner Straße); Mühlenstraße/ Am Rathaus; Bismarckstraße (von Berliner Straße bis Kurt-Kappel-Straße); Kurt-Kappel-Straße; Schwanenstraße (von Berliner Straße bis Zufahrt Nove-Mesto-Platz).

Die Berliner Straße wird als deutliche Zäsur nach Norden hin empfunden, so dass die Verwaltung der Auffassung ist, Bereiche nördlich der Berliner Straße nicht in den Geltungsbereich einer erweiterten Gestaltungssatzung Werbeanlagen mit einzubeziehen.

Andernfalls wäre eine Begrenzung insgesamt sehr schwer und auch die Handhabbarkeit der Satzung inklusive ihrer städtebaulichen Begründung würde stark verkompliziert und erschwert.

Damit fiel aber auch der Eckbereich Berliner Straße/ Gerresheimer Straße aus dem Untersuchungsgebiet heraus, der ursprünglich ein Anlass für die Diskussion über die Erweiterung des Geltungsbereiches gewesen ist.

I.2

Zum Thema Personalkosten:

Die annähernde Verdopplung des Geltungsbereiches der Satzung führt nicht auch zu einer Verdopplung der Fallzahlen neuer Werbeanlagen.

Dazu sind die betroffenen Bereiche nicht annähernd so dicht mit Ladenlokalen besetzt wie die Straßen im bisherigen Geltungsbereich.

Jedoch muss davon ausgegangen werden, dass es zu zusätzlichen Fällen kommt (mit den dazugehörigen Beratungs- und Abstimmungsgesprächen sowie den eigentlichen Antrags-, Beteiligungs- und Genehmigungsvorgängen).

Nach den bisherigen Erfahrungen wird von etwa 20 zusätzlichen Verfahren für Werbeanlagen pro Jahr ausgegangen. Dies entspricht einer Mehrarbeit von ca. 60 h/ Jahr.

Das bedeutet, die Ausweitung der Gestaltungssatzung Werbeanlagen über den derzeitigen räumlichen Geltungsbereich hinaus führt zu einem jährlichen personellen Mehraufwand von ca. 3,1 % (bei einer Jahresarbeitszeit von 1925 h für einen nach dem TVöD Beschäftigten). Das entspricht etwa 0,05 VZK (Vollzeitkapazität).

Abschließend noch einige Ausführungen zu einem möglichen weiteren Verfahren:

Im Falle einer positiven Beschlussfassung und der Bereitstellung der benötigten Haushaltsmittel für das Jahr 2008 könnte im Frühjahr der Auftrag vergeben und mit der Bestandsaufnahme begonnen werden.

Ebenso wäre es möglich, im Stadtentwicklungsausschuss einen entsprechenden „Aufstellungsbeschluss“ zu fassen und diesen bekannt zu machen.

Dem würden sich später die entsprechenden Beteiligungen (der betroffenen Eigentümer, des Stadtmarketings und der Gewerbetreibenden) anschließen, so dass bei einem guten Verlauf im III.Quartal 2008 mit einer abschließenden Beschlussfassung der (neuen) Satzung gerechnet werden könnte.

Der **Beschlussvorschlag der Verwaltung** beinhaltet daher in Anlehnung an die Diskussion des Stadtentwicklungsausschusses im September 2007 folgende Elemente:

1. ~~den grundsätzlichen Auftrag, den Geltungsbereich der Gestaltungssatzung Werbeanlagen auf die genannten Straßen/ Plätze auszuweiten;~~
2. ~~die Haushaltsmittel in Höhe von 31.535 € (= 32.000 €) für das Jahr 2008 im Rahmen der Haushaltsplanberatungen bereitzustellen;~~
3. ~~den Auftrag anschließend wie oben erläutert zu vergeben und~~
4. ~~dem Stadtentwicklungsausschuss zum nächstmöglichen Zeitpunkt den „Aufstellungsbeschluss“ für eine Satzungsausweitung zur Beschlussfassung vorzulegen.~~

Neuer Beschlussvorschlag siehe zusätzliche Erläuterungen vom 20.02.2008.

(Günter Scheib)

Erläuterungen und Begründungen:

In der Sitzung des Stadtentwicklungsausschusses am 08. August 2007 stellte Frau Hebestreit für ihre Fraktion und als Mitglied im Stadtmarketing-Beirat die Frage, welche Möglichkeiten die Verwaltung sieht, die Gestaltungssatzung Werbeanlagen auf die Eingangsbereiche der Innenstadt auszudehnen.

Um hierzu eine Aussage machen zu können, ist zunächst ein Blick in die Vergangenheit erforderlich.

Die „Satzung der Stadt Hilden über Werbeanlagen, Vordächer und Sonnenschutzdächer zum Schutz der Mittelstraße und ihrer Seitenstraße (Gestaltungssatzung Werbeanlagen)“ ist vom Rat der Stadt Hilden am 08.10.2003 beschlossen worden. Seitdem wird die Satzung angewendet, wenn es Bauanträge zum Neubau oder zur Veränderung von Werbeanlagen an den Gebäuden der Mittelstraße und ihrer Seitenstraßen gibt.

Der textlichen Ausformulierung der Satzung ist jedoch ein ausführlicher mehrmonatiger Prozess der Bestandsaufnahme vorausgegangen. Die Mittelstraße und die anderen betroffenen Straßen sind nicht einheitlich gestaltet, verfügen nicht über die gleichen architektonischen Einzelheiten und Qualitäten. Um aber eine Satzung möglichst wirksam (also nachvollziehbar, fallbezogen und in sich stimmig) zu gestalten, ist die Basis einer städtebaulichen und architektonischen Bestandsaufnahme unbedingt erforderlich.

Im vorliegenden Fall wurden Bestandsaufnahme und Formulierung der Inhalte im wesentlichen durch das Architekturbüro U. Hamann, Köln, vorgenommen.

Neben der Bestandsaufnahme galt es, die notwendigen Verfahrensschritte bei der Aufstellung einer städtischen Satzung nach § 86 BauO NRW einzuhalten. Hierzu gehörten ein entsprechender Einleitungsbeschluss zu Beginn des Verfahrens, eine Beteiligungsphase und eine abschließende Beschlussfassung durch den Rat der Stadt sowie eine öffentliche Bekanntmachung im Amtsblatt der Stadt Hilden.

Im Resultat hat die Anwendung der Gestaltungssatzung Werbeanlagen in den knapp vier Jahren ihrer Anwendung zu einer deutlichen Steigerung der Gestaltqualität im Bereich der Fußgängerzonen geführt. Die Werbeanlagen sind dezenter geworden, ihr Erscheinungsbild harmonischer, die architektonische Qualität von Gebäuden tritt wieder mehr in den Vordergrund. Nur noch Alt-Werbeanlagen stören in vereinzelt Fällen.

Dieser Prozess der gestalterischen Aufwertung der Fußgängerzone, der durch die Gestaltungssatzung Werbeanlagen in 2003 angestoßen wurde, hat sich – auch aufgrund der wirtschaftlichen Dynamik – schneller vollzogen als zum damaligen Zeitpunkt erwartet. Insofern hat sich diese Satzung als wichtiges und erfolgreiches Instrument der Hildener Innenstadtentwicklung erwiesen; es lassen sich bereits heute deutliche Unterschiede gegenüber solchen Städten feststellen, deren Fußgängerzonen weiterhin von unkontrollierten und uneingeschränkten Werbeanlagen optisch „vermüllt“ werden.

Eine räumliche Ausdehnung des Geltungsbereiches der Satzung ist daher grundsätzlich inhaltlich zu begrüßen. Dies gilt nicht nur für die „Eingangsbereiche“, sondern auch für solche Teile der Fußgängerzone, die heute noch nicht einbezogen sind.

Folgende Bereiche sind insgesamt hinsichtlich einer räumlichen Ausweitung bedenkenswert:

1. Hochdahler Straße von Berliner Straße bis Gabelung (einschließlich)
2. Kirchhofstraße von Gabelung bis Kolpingstraße
3. Straße Am Kronengarten
4. Robert-Gies-Straße
5. Warrington-Platz von R.-Gies-Straße bis Heiligenstraße
6. Schulstraße von R.-Gies-Straße bis Hagelkreuz
7. Fritz-Gressard-Platz
8. Schwanenstraße/ Nove-Mesto-Platz
9. Bismarckstraße von Berliner Straße bis Itterbrücke
10. Straße Am Rathaus/ Mühlenstraße

Mit den hier aufgezählten Bereichen wäre praktisch die gesamte Hildener Innenstadt abgedeckt. Zusätzlich könnte über Bereiche wie die Einmündung Berliner Straße/ Gerresheimer Straße und Hofstraße/ Klotzstraße nachgedacht werden.

Um aber eine räumliche Ausdehnung der Gestaltungssatzung zu erreichen, sind verschiedene Aspekte zu berücksichtigen:

- um im Falle der Erweiterung der Satzung Aussagen und Zuordnungen gleicher Qualität wie bisher machen zu können, ist wiederum die Einschaltung eines Fachbüros (möglichst des gleichen) erforderlich.
Dies führt aber zu bisher im Haushalt der Stadt Hilden nicht berücksichtigten Kosten in einer Größenordnung von mindestens 30.000 – 35.000 €;
- es ist ein vergleichbares Verfahren durchzuführen;
- wenn eine räumliche Ausweitung des Geltungsbereiches der Satzung tatsächlich einmal beschlossen werden sollte, ist damit die Arbeit natürlich nicht beendet. Vielmehr ist zu berücksichtigen, dass eine annähernde Verdopplung des Geltungsbereiches auch zu einem deutlichen Anstieg der Fallzahlen neuer Werbeanlagen führen wird. Es bleibt festzuhalten, dass die Bearbeitung dieser zusätzlichen Fälle (mit den dazugehörigen Beratungs- und Abstimmungsgesprächen sowie den eigentlichen Antrags-, Beteiligungs- und Genehmigungsvorgängen) Auswirkungen auf die derzeitigen personellen Ressourcen und Standards haben.

Zusammenfassend kommt dieser Bericht der Verwaltung zu dem Ergebnis, dass eine räumliche Ausweitung des Geltungsbereiches der Gestaltungssatzung Werbeanlagen inhaltlich sinnvoll ist. Praktisch ist die Aufstellung jedoch mit finanziellem und ablauftechnischem Aufwand verbunden. Auch die spätere praktische Umsetzung ist nur mit entsprechendem Personaleinsatz machbar.

(G. Scheib)