

Entwurf der 2. Nachtragsatzung zur Sondernutzungssatzung der Stadt Hilden:

Anregungen aus der Öffentlichkeitsbeteiligung sowie der Beteiligung der Behörden und sonstigen TÖB

	Anregung	Vorschlag zur Abwägung:
1.	<p>zu § 2 Abs. 3 Satz 1: Bei Nutzungen auf baulich abgegrenzten Gehwegen soll eine Verkehrsfläche von mindestens 1,80 m und nicht nur 1,30 m freigehalten werden.</p> <p>Kreis Mettmann: Als „Regelbreite“ ergibt sich eine Mindestbreite für Seitenraum-Gehwege von 2,50 m: 1,80 m für das Nebeneinander von zwei Personen (Begegnungsverkehr) 0,5 m Abstand zu Fahrbahn oder Längs-Parkstreifen 0,2 m Abstand zu einer Einfriedung oder einem Gebäude</p> <p>Hinsichtlich der Barrierefreiheit sollte die Mindestbreite auf 2,70 m erhöht werden.</p>	<p>Gemäß der Richtlinie für die Anlagen von Stadtstraßen (Ausgabe 2006 – RSt 06) beträgt das Grundmaß für Verkehrsräume des Fußgängerverkehrs 1,80 m zuzüglich von Sicherheitsräumen (z.B. Abstand vom Fahrbahnrand).</p> <p>Der Städte- und Gemeindebund NRW hat im Jahr 2008 sein in Abstimmung mit dem NRW-Ministerium für Bauen und Verkehr sowie dem NRW-Innenministerium erstelltes Muster einer Sondernutzungssatzung veröffentlicht. In dieser Mustersatzung wird – trotz der Empfehlung der RSt 06 – nur eine Mindestbreite von 1,30 m gefordert.</p> <p>Beschlussvorschlag: In § 2 Abs. 3 Satz 1 wird nach „in einer Breite von“ eingefügt: ... 2,70 m, bei beengten Platzverhältnissen von 1,80 m und nur in begründeten Einzelfällen von ...</p>
2.	<p>zu § 5 Abs. 2, § 7a Abs. 2 u. § 7b: Filialisten (= Großbetriebe) sollten restriktiver als Kleinbetriebe (= Inhaber geführt) behandelt werden.</p>	<p>Beschlussvorschlag: Aus Gründen der Gleichbehandlung kann dieser Anregung nicht nachgekommen werden.</p>

	Anregung	Vorschlag zur Abwägung:
3.	<p>zu § 5 Abs. 2a Satz 2: Nur eine gemeinsame mobile Werbeanlage vor den Eingängen von Ladenpassagen ist nicht ausreichend und nicht umsetzbar, weil sich die Einzelhändler und Gewerbetreibenden nicht einigen werden können,</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. welche juristische oder natürliche Person die Verantwortung für Organisation, Genehmigung sowie Auf- und Abbau übernimmt und die Kosten zunächst trägt sowie 2. wer welchen Platz auf der Werbeanlage erhält. 	<p>Insbesondere die ungeordnete Aneinanderreihung von diversen Werbeanlagen (insbesondere Klapptafeln) vor den Eingängen zu Ladenpassagen in der Mittelstraße sowie an Straßenabzweigungen von der Mittelstraße war Anlass der Kritik und Auslöser der Forderung nach einer Ordnung durch die Stadt.</p> <p>Die Einzelhändler und Gewerbetreibende werden durch die verbindliche Entscheidung des Rates, dass nur eine gemeinsame Werbeanlage genehmigt wird, sich – ggfs. mit Unterstützung der Stadtmarketing Hilden GmbH bzw. der IHK Düsseldorf – in der Regel einigen. Hierfür kann die Übergangszeit bis zum 01.01.2019 genutzt werden, die gemäß Anregung Nr. 15 eingeführt wird. Weiterhin ist zu berücksichtigen, dass in der Satzung nur die Größe der zulässigen Präsentationsfläche festgelegt wird. Es sind durchaus dynamische Anzeigen – z.B. eines akku-betriebenen TFT-Displays mit wechselnden Inhalten – zulässig, solange diese <u>nicht</u> die Wirkung eines „Schildes mit Wechsellicht“ besitzen.</p> <p>Beschlussvorschlag: Der Anregung wird nicht gefolgt.</p> <p>Die Stadtmarketing Hilden GmbH wird gebeten, mit den Eigentümern und Mietern der Ladenpassagen Gespräche zu führen, um eine Einigung für eine gemeinsame Werbeanlage zu ermöglichen.</p>
4.	<p>zu § 5 Abs. 2a Satz 2: Vor Ladenpassagen sollen fest installierte Werbeanlagen errichtet werden.</p> <p>IHK Düsseldorf: Eigentümer und Mieter der Lokale einer Passage sollen auf die Möglichkeit eines Gestattungsvertrags hingewiesen werden.</p>	<p>Die Sondernutzungsatzung trifft nur Regelungen zu mobile Werbeanlagen. Aufgrund der neuen Regeln werden keine fest installierten Werbeanlagen verhindert. Jedoch müssen fest installierte Anlagen im Rahmen von Gestattungsverträgen durch die Stadt genehmigt werden. Die Genehmigung kann erteilt werden, wenn die geplanten Anlagen die sonstigen Anforderungen, die an Gestattungen zu stellen sind (wie z.B. keine Einschränkung des Gemeingebrauchs, Verkehrssicherheit, Auf- und Rückbau, kein Hindernis, Freihalten von Rettungswegen), einhalten.</p> <p>Beschlussvorschlag: Die Stadtmarketing Hilden GmbH wird gebeten, mit den Eigentümern und Mietern der Ladenpassagen Gespräche zu führen, um eine Einigung für eine gemeinsame Werbeanlage zu ermöglichen.</p>

	Anregung	Vorschlag zur Abwägung:
5.	<p>zu § 7a Abs. 3: Statt der für Warenauslagen vorgesehenen maximalen Höhe von 1,50 m soll die Grenze bei 1,70 bis 1,80 m liegen.</p>	<p>Die Warenauslagen sollen maximal so hoch sein, dass ein „normaler“ in Deutschland wohnender Erwachsener über diese hinweg sehen kann. Die Din 33 402 Teil 2 (Dezember 2005) enthält für die Augenhöhe der 18- bis 65-jährigen in Deutschland wohnenden Erwachsene folgende Werte: 90% der Männer besitzen eine Augenhöhe zwischen 153,0 cm und 173,5 cm, wobei der Mittelwert bei 163,0 cm liegt. 90% der Frauen besitzen eine Augenhöhe zwischen 143,0 cm und 160,5 cm, wobei der Mittelwert bei 151,5 cm liegt.¹ Da die maximale Höhe auch die Schilder auf den Ständern umfasst, die in der Regel nicht so massiv sind und kein Sichthindernis darstellen, kann die vorgeschlagene Höhe um 10 cm erhöht werden.</p> <p>Beschlussvorschlag: In § 7a Abs. 3 wird die zulässige maximale Höhe von Warenauslagen um 10 cm auf 1,60 m erhöht.</p>

¹ Quelle: Kleine Ergonomische Datensammlung, TÜV Media; Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin, 13. aktualisierte Auflage (Internet: www.tuev-media.info/leseprob/lp_91244.pdf am 26.09.2017)

	Anregung	Vorschlag zur Abwägung:
6.	<p>zu § 7a Abs. 3: IHK Düsseldorf: Es erschließt sich nicht, warum sich die Kommune bei der Festschreibung der maximalen Tiefe und Höhe für Warenauslagen für 1,50 Meter und für 2,0 Meter für Warenauslagen mit einer Grundfläche bis zu 0,25 m² entschieden hat. Es entsteht der Eindruck als seien diese Werte „willkürlich“ gewählt. Hält die Kommune an den von ihr gewählten Werten fest, sollte sie im Sinne einer rechtssicheren Satzung hier die Entscheidungsgrundlage transparent darstellen.</p>	<p>Die Warenauslagen sollen maximal so hoch sein, dass ein „normaler“ in Deutschland wohnender Erwachsener über diese hinweg sehen kann. Die Din 33 402 Teil 2 (Dezember 2005) enthält für die Augenhöhe der 18- bis 65-jährigen in Deutschland wohnenden Erwachsene folgende Werte: 90% der Männer besitzen eine Augenhöhe zwischen 153,0 cm und 173,5 cm, wobei der Mittelwert bei 163,0 cm liegt. 90% der Frauen besitzen eine Augenhöhe zwischen 143,0 cm und 160,5 cm, wobei der Mittelwert bei 151,5 cm liegt. Da die maximale Höhe auch die Schilder auf den Ständern umfasst, die in der Regel nicht so massiv sind und kein Sichthindernis darstellen, wird die Höhe auf 1,60 m festgelegt.</p> <p>Ebenso sollen Warenauslagen so tief sein, dass ein „normaler“ in Deutschland wohnender Erwachsener von vorne und hinten mindestens bis zur Hälfte der Warenauslagen hineingreifen kann. Die Din 33 402 Teil 2 enthält für die Reichweite nach vorn der 18- bis 65-jährigen in Deutschland wohnenden Erwachsene folgende Werte: 90% der Männer besitzen eine Reichweite zwischen 68,5 cm und 81,5 cm, wobei der Mittelwert bei 74,0 cm liegt. 90% der Frauen besitzen eine Reichweite zwischen 62,5 cm und 75,0 cm, wobei der Mittelwert bei 69,0 cm liegt.</p> <p>Da Warenauslagen mit einer Grundfläche von 0,25 m² die Sichtbeziehungen zu den Werbeanlagen und Warenauslagen der benachbarten Einzelhändler und Gewerbetreibende sowie auf Eingänge, Schaufenster und vor allem die Gebäude nicht verstellen, ist diese Regel-Ausnahme in die Satzung aufgenommen worden.</p> <p>Im Übrigen enthält die Satzung auch eine individuell zu entscheidende Ausnahmemöglichkeit.</p> <p>Beschlussvorschlag: Entsprechend der Anregung wird diese Ausführung in die Begründung der Satzung aufgenommen.</p>

	Anregung	Vorschlag zur Abwägung:
7.	Zu § 7a Abs. 5 Kreis Mettmann: „Ggf. zu ergänzen wäre, dass die Aufstellung von Werbeträgern auch unter dem Aspekt der Sichtbehinderung für den motorisierten und nicht motorisierten/fußläufigen Verkehr zu erfolgen hat.“	In § 5 Abs. 3 ist in Bezug auf Werbeanlagen bereits ein entsprechender Hinweis auf die Verkehrssicherheit enthalten, jedoch nicht in § 7a in Bezug zu Warenauslagen. Deshalb sollte dieser Hinweis ergänzt werden. Beschlussvorschlag: In § 7a Abs. 5 wird analog zu § 5 Abs. 3 vor Satz 1 neu eingefügt: Warenauslagen, die die Verkehrssicherheit gefährden, sind unzulässig.
8.	zu § 7b: Die Größe der Flächen für außergastronomische Nutzungen soll auch geregelt werden und in einem gerechten Verhältnis zu den Flächen für Warenauslagen stehen.	Bei der Festlegung des räumlichen Umfangs der Außergastronomie werden bereits entsprechend den geltenden Regeln der Sondernutzungsatzung die in § 2 Abs. 3 definierten Freihaltbereiche sowie die Feuerwehrbewegungsflächen berücksichtigt. Außerdem kommt der Außergastronomie eine wichtige Funktion zu: Sie dokumentiert den öffentlichen Straßenraum – insbesondere die Fußgängerzone – als Aufenthaltsbereich und belebt die Straßen. Beschlussvorschlag: Der Anregung wird nicht entsprochen.

	Anregung	Vorschlag zur Abwägung:
9.	<p>zu § 7b Abs. 1: Das Verbot von Werbefiguren in der Fußgängerzone (§ 7b Abs. 1) soll entfallen.</p>	<p>Groß-Werbefiguren aus Glasfaserkunststoff werden in der Fußgängerzone zwar seltener als Werbetafeln und Werbefahnen aufgestellt. Sie sind aber in der Regel größer, raumgreifender und dadurch dominanter als andere mobile Werbeanlagen. Da die Werbefiguren auch in der Regel nicht so mobil sind, stehen einige der Werbefiguren ständig in der Fußgängerzone (z.B. vor dem Gebäude Mittelstraße 9).</p> <p>Das Ziel, den Wettbewerb der Einzelhändler und Gewerbetreibende, sich gegenseitig zu überbieten, einen Rahmen zu setzen, betrifft somit auch Werbefiguren. Das Ziel, auf sich aufmerksam zu machen, ist mit den alternativen mobilen Werbeanlagen (z.B.: Klapptafel, Beach-Flag) gut zu erreichen.</p> <p>Um Werbefiguren mit den alternativen mobilen Werbeanlagen, die zulässig sind, in Bezug auf ihre städtebauliche Auswirkung – insbesondere als Sichthindernis – vergleichbar zu behandeln, wird die Größe der Figur in Vergleich zu Klapptafeln und Beach-Flags sowie zu der zulässigen Höhe von Warenauslagen beschränkt.</p> <p>Beschlussvorschlag: In § 7b Abs. 1 Satz 1 wird „, Werbefiguren jeglicher Art“ gestrichen. Hinter Satz 1 wird folgender Satz neu eingefügt: Werbefiguren jeglicher Art sind nur zulässig, wenn sie eine Grundfläche (=Projektion der maximalen äußeren Abmessungen der Werbefigur auf den Boden) von 0,5 m x 0,5 m und eine Höhe von 1,60 m nicht überschreiten.</p>

	Anregung	Vorschlag zur Abwägung:
10.	<p>zu § 7b Abs. 3: Die Vorgabe, dass Werbeanlagen nur in unmittelbarer Nähe des zugeordneten Geschäfts zulässig sind, soll für Geschäfte in Nebenlagen aufgeweicht werden, damit sie auf den Kreuzungen an der Mittelstraße auf sich aufmerksam machen können.</p>	<p>Insbesondere die ungeordnete Aneinanderreihung von diversen Werbeanlagen (insbesondere Klapptafeln) vor den Eingängen zu Ladenpassagen in der Mittelstraße sowie an Straßenabzweigungen von der Mittelstraße war Anlass der Kritik und Auslöser der Forderung nach einer Ordnung durch die Stadt.</p> <p>Zurzeit wird insbesondere an der Einmündung Schwanenstraße, Schulstraße und Mühlenstraße / Am Rathaus sowie der Heiligenstraße auf Einzelhandelsgeschäfte und Gewerbebetriebe hingewiesen, die nicht unmittelbar an der Mittelstraße liegen.</p> <p>Da im Gegensatz zu Geschäftslokalen in Ladenpassagen, deren Ein- bzw. Ausgang sich in der Regel an der Mittelstraße befindet, der Umfang der „hintenliegenden“ Einzelhandelsgeschäfte und Gewerbebetriebe nicht definiert werden kann, die – wie bei Ladenpassagen – eine gemeinsame Werbeanlage zu betreiben hätten, bestehen nur die Alternativen entweder gar keine Werbeanlagen zuzulassen oder zu erlauben, dass alle Einzelhandelsgeschäfte und Gewerbebetriebe Werbeanlagen aufstellen dürfen. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass „alle“ auch Geschäfte umfasst, die nicht in der Fußgängerzone angesiedelt sind.</p> <p>Um den heutigen störenden Status Quo zu ändern, muss die Forderung nach der unmittelbaren Nähe und Zuordnung aufrecht erhalten bleiben.</p> <p>Beschlussvorschlag: Der Anregung wird nicht gefolgt.</p>

	Anregung	Vorschlag zur Abwägung:
11.	<p>zu § 7b Abs. 4 und 5: Die Warenauslagen sollen nicht nur in der Baumflucht zulässig sein, sondern auch an den Gebäudefassaden.</p>	<p>Gemäß § 3 Abs. 1 b) Sondernutzungsatzung sind Werbeanlagen und Warenauslagen, die nicht mehr als 0,50 m in den Straßenraum hineinragen, ohne Erlaubnis immer zulässig. Laut Handbuch zum Gestaltungskonzept der Innenstadt sind „in den Teilbereichen 1 und 3 der Mittelstraße und in den anderen Straßen und Plätzen der Innenstadt ... Klapptafeln zulässig, wenn der Abstand zwischen der Fassade und ihrem Außenrand einen Abstand von 60 cm nicht überschreitet.“ Die Din 33 402 Teil 2 (Dezember 2005) enthält für die Reichweite nach vorn der 18- bis 65-jährigen in Deutschland wohnenden Erwachsene folgende Werte: 90% der Männer besitzen eine Reichweite zwischen 68,5 cm und 81,5 cm, wobei der Mittelwert bei 74,0 cm liegt. 90% der Frauen besitzen eine Reichweite zwischen 62,5 cm und 75,0 cm, wobei der Mittelwert bei 69,0 cm liegt. Um dieser Reichweite Rechnung zu tragen, sollen Warenauslagen zulässig werden, die vor der Gebäudefront bis maximal 0,80 m in den Straßenraum hineinragen. Durch die Forderung der Aufstellung in der Flucht Baumreihen liegen zwischen den mobilen Werbeanlagen und Warenauslagen vor den Gebäudefronten und denen in der Baumflucht regelmäßig beengte Platzverhältnisse vor, so dass für Passanten ein Bereich von 1,80 m zwischen den Warenauslagen an den Gebäudefronten und in der Baum-Flucht freizuhalten ist. Schmäler darf der Freihaltebereich aber nicht werden, da aufgrund der beengten Platzverhältnisse die in der RAS 06 enthaltenen „Sicherheitsräume“ nicht aufgenommen werden. Bei der Festlegung der notwendigen Freihaltebereiche (z.B. Rettungswege, etc.) wird auf § 2 Abs. 3 Bezug genommen.</p> <p>Beschlussvorschlag: § 7b Abs. 4 wird ergänzt: ... oder unmittelbar vor der Gebäudefassade, wenn der Abstand der vom Gebäude entferntesten Seite maximal 0,80 m ausgehend von der Gebäudefassade beträgt. Zwischen der Sondernutzung an den Gebäudefassaden und in der Flucht der Bäume muss ein Gehbereich von mindestens 1,80 m freigehalten werden.</p>

	Anregung	Vorschlag zur Abwägung:
12.	<p>zu § 7b Abs. 4: Der Bereich der Mittelstraße von Benrather Straße bis Markt soll im Vergleich zur übrigen Mittelstraße – insbesondere im Bezug zu Warenauslagen – nicht so stark reglementiert werden.</p>	<p>Durch den Vorschlag zur Anregung Nr. 11 wird ermöglicht, dass zusätzliche Flächen der öffentlichen Straßen für Werbeanlagen und Warenauslagen genutzt werden können. Der Bereich der Mittelstraße zwischen Benrather Straße und Markt wird gegenüber den sonstigen Straßen in der Fußgängerzone nur dadurch mehr eingeschränkt, dass die Warenauslagen in der Flucht der Straßenbäume aufgestellt werden dürfen. Bei einer Straßenraumbreite von 16 m bis 20 m ist dies keine wirkliche Einschränkung.</p> <p>Beschlussvorschlag: Der Anregung wird nicht entsprochen.</p>
13.	<p>Neu: Es wird angeregt, auch die Höhe und die Größe von Sonnenschirmen zu begrenzen sowie die Aufstellmöglichkeiten von Sonnenschirmen auf die Breite der dahinter liegenden Ladenfrontbreiten zu beschränken.</p>	<p>Mobile Regen- und Sonnenschutzeinrichtungen – wie z.B. Sonnenschirme oder Pavillons – stellen in der Regel ein Sichthindernis dar, wenn sie nicht die Vorgaben der Werbeanlagensatzungen von festinstallierten Markisen und Vordächern einhalten. Gemäß den Satzungen der Stadt Hilden über Werbeanlagen, Vordächer und Sonnenschutzdächer (Werbeanlagensatzung I und II) muss die lichte Höhe der Vorderkante von Vordächern mindestens 2,5m betragen. Die Din 33 402 Teil 2 (Dezember 2005) enthält für die Reichweite nach oben (beidarmig) der 18- bis 65-jährigen in Deutschland wohnenden Erwachsene folgende Werte: 90% der Männer besitzen eine Reichweite zwischen 197,5 cm und 220,5 cm, wobei der Mittelwert bei 207,5 cm liegt. 90% der Frauen besitzen eine Reichweite zwischen 184,0 cm und 202,5 cm, wobei der Mittelwert bei 194,5 cm liegt.</p> <p>Beschlussvorschlag: § 7b Abs. 6 wird neu eingefügt: Die Aufstellung eines mobilen Sonnenschirms oder von alternativen Regen- und Sonnenschutzeinrichtungen sind nur in Verbindung mit einer Sondernutzung zulässig. Die äußeren Kanten der Bespannung müssen eine lichte Höhe von 2,50 m besitzen. Die Kanten dürfen die äußere Begrenzung der Fläche, für die eine Sondernutzungserlaubnis erteilt wurde, nur unwesentlich überkragen.</p>

	Anregung	Vorschlag zur Abwägung:
14.	zum Inkrafttreten der Nachtragsatzung: Es wird angeregt, die Nachtragsatzung möglichst nur für ein Jahr in Kraft zu setzen, um zu testen, ob und welche Auswirkungen die Satzung hat.	Während der Einführungsphase der neuen Regeln werden sicherlich bei der Umstellung der mobilen Werbeanlagen und Warenauslagen durch die Einzelhändler und Gewerbetreibende Probleme und Anlaufschwierigkeiten auftreten. Um diese Anlaufschwierigkeiten nicht überproportional zu gewichten und ausreichende Erfahrungswerte zu sammeln, wird mindestens ein Zeitraum von drei bis fünf Jahre benötigt. Beschlussvorschlag: Mit dem Satzungsbeschluss wird die Verwaltung beauftragt, spätestens 4 Jahre nach Inkraft-treten der 2. Nachtragssatzung dem Rat einen Erfahrungsbericht zur Umsetzung der Regeln für mobile Werbeanlage und Warenauslagen vorzulegen. Dieser Erfahrungsbericht soll auf Grundlage einer Öffentlichkeitsbeteiligung erarbeitet werden.
15.	zum Inkrafttreten der Nachtragsatzung: Es wird angeregt, die Nachtragsatzung erst mit einem zeitlichen Abstand zum Ratsbeschluss – möglichst sechs Monate – in Kraft zu setzen, damit die Sondernutzer Zeit haben, die Umsetzung zu organisieren.	Die Einzelhändler und Gewerbetreibende benötigen eine verlässliche Grundlage, bevor sie ihre mobile Werbeanlagen und Warenauslagen auf die neuen Regeln und Anforderungen umstellen. Deshalb können sie sich erst richtig auf die neuen Regeln einstellen, wenn der Rat sie abschließend beschlossen hat. Beschlussvorschlag: § 2 der Nachtragssatzung wird wie folgt geändert / ergänzt: Die Satzung tritt am 01.01.2019 in Kraft.
16.	Eine Bürgerin machte die Anregung, zur Attraktivierung der Fußgängerzone anstelle der Satzung lieber eine Stunde freies Parken einzuführen.	Die Sondernutzungssatzung trifft keine Regelung zur Höhe von Parkentgelte.
17.	Eine Bürgerin machte den Vorschlag, bei der Organisation von Veranstaltungen und Straßenfesten die westliche Mittelstraße mehr einzubeziehen.	Die Sondernutzungssatzung trifft keine Regelung zur Organisation und Umfang von Veranstaltungen und Straßenfesten. Nur der Veranstalter entscheidet, wo er feiern will bzw. seine Veranstaltung durchführt. Der Veranstalter muss nur sicherstellen, dass die Regeln der öffentlichen Sicherheit und Ordnung eingehalten werden.