

**Antragstext:**

Die SPD-Fraktion beantragt, dass zusätzlich zu den stationären Werbetafeln für die Ladenpassagen entsprechende Tafeln in der Mittelstraße mit Werbung für Geschäfte in den Seitenstraßen aufgestellt werden können. Pro Seitenstraße (z.B. Heiligenstr., Schulstr., usw.) soll eine Tafel auf die Geschäfte/Angebote in den jeweiligen Straßen hinweisen; das gilt auch für den Warrington-Platz. Insgesamt ist der Gültigkeitsbereich der Tafeln auf Geschäfte in der Fußgängerzone beschränkt.

**Erläuterungen zum Antrag:**

Die SPD sieht darin eine Unterstützung und Stärkung der Geschäfte, die im Umfeld der Mittelstraße angesiedelt sind.

Jürgen Scholz

Anabela Barata

**Finanzielle Auswirkungen**

Produktnummer / -bezeichnung				
Investitions-Nr./ -bezeichnung:				
<b>Pflichtaufgabe oder freiwillige Leistung/Maßnahme</b>	Pflicht- aufgabe	(hier ankreuzen)	freiwillige Leistung	(hier ankreuzen)

**Folgende Mittel sind im Ergebnis- / Finanzplan veranschlagt:  
(Ertrag und Aufwand im Ergebnishaushalt / Einzahlungen und Auszahlungen bei Investitionen)**

Haushaltsjahr	Kostenträger/ Investitions-Nr.	Konto	Bezeichnung	Betrag €

**Aus der Sitzungsvorlage ergeben sich folgende neue Ansätze:  
(Ertrag und Aufwand im Ergebnishaushalt / Einzahlungen und Auszahlungen bei Investitionen)**

Haushaltsjahr	Kostenträger/ Investitions-Nr.	Konto	Bezeichnung	Betrag €

**Bei über-/außerplanmäßigem Aufwand oder investiver Auszahlung ist die Deckung gewährleistet durch:**

Haushaltsjahr	Kostenträger/ Investitions-Nr.	Konto	Bezeichnung	Betrag €

Stehen Mittel aus entsprechenden Programmen des Landes, Bundes oder der EU zur Verfügung? (ja/nein)

ja (hier ankreuzen)	nein (hier ankreuzen)
------------------------	--------------------------

Freiwillige wiederkehrende Maßnahmen sind auf drei Jahre befristet.  
Die Befristung endet am: (Monat/Jahr)

Wurde die Zuschussgewährung Dritter durch den Antragsteller geprüft – siehe SV?

ja (hier ankreuzen)	nein (hier ankreuzen)
------------------------	--------------------------

Finanzierung/Vermerk Kämmerer  
**Gesehen Klausgrete**

**Stellungnahme der Verwaltung:**

Mit eMail vom 15.11.2017 hat die SPD-Fraktion den als Anlage beigefügten Antrag übersandt. Anlass dieses Antrags ist die Beratung der 2. Nachtragssatzung zur Sondernutzungssatzung (Sitzungsvorlage WP 14-20 SV 61/158), mit der unter anderem neue Regeln zur Zulässigkeit, Anzahl und Aufstellungsort mobiler Werbeanlagen und Warenauslagen – unter anderem für die Fußgängerzone – beschlossen werden sollen.

**Ausgangslage:**

Um das „Störpotential“ der mobilen Werbeanlagen und Warenauslagen für Passanten zu reduzieren, ist es Ziel des Gestaltungskonzepts Innenstadt und somit dieser neuen Regeln die Anzahl der Werbeanlagen zu reduzieren und dem zwischenzeitlich immer wieder überbordenden Wettstreit der Werbeanlagen und Warenauslagen einen einheitlichen Rahmen zu setzen.

Hierbei ist zu berücksichtigen, dass alle Betreiber eines Geschäftslokals die Möglichkeit behalten, für ihr Geschäft oder ihre gewerbliche Nutzung werben zu können. Unzweifelhaft bildet die Mittelstraße – insbesondere der Abschnitt zwischen C&A und der Einmündung Schulstraße – den Kern der Hildener Fußgängerzone mit den meisten Passanten und möglichen Kunden.

Einzelne Betreiber von Geschäften in den Seitenstraßen zur Mittelstraße versuchen deshalb bisher, durch mobile Werbeanlagen, die sie in die Mittelstraße an den Straßeneinmündungen aufstellen, auf ihr Geschäft, das nicht an der Mittelstraße liegt, zusätzlich aufmerksam zu machen. Diese Geschäfte liegen teils in der Fußgängerzone, aber auch in Bereichen, die nicht als Fußgängerzone gewidmet sind – wie z.B. an der Straße Am Rathaus/Mühlenstraße oder an der Schwanenstraße. An den Straßeneinmündungen – insbesondere Am Rathaus / Vorplatz des Am Rathaus-Centers, aber auch an der Heiligenstraße und Schwanenstraße – entstehen dadurch Ansammlungen von unterschiedlichen Werbeanlagen, die in ihrer ungeordneter Häufung ein zunehmendes Problem im Straßenraum darstellen. Insbesondere im Bereich des Platzes vor dem Am Rathaus-Center behindert die Ansammlung der Werbeanlagen die Fußgängerströme und nötigen Passanten in zu „Slalomläufen“. Ihre Vielgestaltigkeit und die ungeordnete Aufstellung wirken störend auf die Wahrnehmung des öffentlichen Raums.

Im Gegensatz zu den Geschäftslokalen in Ladenpassagen, die mit ihrem Ein-/Ausgang unmittelbar an die Mittelstraße angrenzen, sind diese Geschäftslokale keine Anlieger der Mittelstraße und haben somit kein „Anrecht“ als Anlieger zur Nutzung der Mittelstraße.

**Diskussion zu der Zulässigkeit mobiler Werbeanlagen von „Hinterliegern“:**

Die Erstellung der 2. Nachtragssatzung für die neuen Regeln für mobile Werbeanlagen und Warenauslagen wurde von einem verwaltungsinternen Arbeitskreis begleitet, der aus Vertreterinnen und Vertretern des Ordnungsamtes, des Planungs- und Vermessungsamtes, des Team Wirtschaftsförderung und der Stadtmarketing Hilden GmbH sowie den zuständigen Dezernenten bestand.

In diesem Arbeitskreis wurde intensiv über technisch und rechtlich mögliche Lösungen diskutiert, ob und wenn ja, wie Betreibern von Geschäftslokalen in den Seitenstraßen in der Mittelstraße künftig werben können.

Im Gegensatz zu den Betreibern von Geschäftslokalen in Ladenpassagen ist die Festlegung, wer betroffen ist (= wer Hinterlieger zur Mittelstraße ist), leider nicht nach gerichtsfesten Kriterien definierbar. Auch ist nach objektiv nachvollziehbaren Kriterien nicht begründbar, wo eine Grenze gezogen werden kann, wer noch eventuell werben darf und wer nicht. Dadurch würde eine Abgren-

zung immer willkürlich sein und damit einer gerichtlichen Überprüfung nicht standhalten.

Anhand eines Beispiels soll dies erläutert werden:

Wenn man das Kriterium „Lage des Geschäftslokals in der Fußgängerzone“ heranzieht, könnten zwar die Geschäfte in der nördlichen Heiligenstraße, aber auch die Geschäfte die am Warrington-Platz liegen, (weiterhin) in der Mittelstraße werben. Aber z.B. die Geschäfte, die an den Straßen Am Rathaus (z.B. im Am Rathaus-Center) und an der Mühlenstraße sowie an der Schwanenstraße liegen, dürften es nicht mehr, obwohl sie räumlich viel näher zur Mittelstraße liegen.

Neben dieser Abgrenzungsproblematik ist bei einer Erstellung einer Satzung auch zu werten, ob und mit welchem Aufwand eine vorgeschlagene Lösung technisch und organisatorisch von den Betroffenen umsetzbar wäre.

Um das Ziel der Reduktion der Werbeanlagen zu erreichen, müssten die von einer Regelung Betroffenen – wie bei den Ladenpassagen – „gezwungen“ werden, eine gemeinsame Lösung zu finden, um auf einer Werbeanlage zu werben. Bereits in der Öffentlichkeitsbeteiligung wurden Zweifel laut, dass im Kreis der fest definierbaren Betreiber von Geschäftslokalen in Ladenpassagen keine gemeinsame Lösung gefunden werden kann, obwohl diese doch eine „Schicksalsgemeinschaft“ bilden, die organisatorisch zu „fassen“ ist. Die Hinterlieger sind nicht abgrenzbar und bilden in der Regel keine organisatorische Gemeinschaft, die den Anspruch erheben kann, für alle Betroffenen / benachbarten Geschäfte sprechen zu können. Daher ist eine gemeinsame, für alle Betroffene gültige Lösung, die eine Verringerung der Anzahl an Werbeanlagen zur Folge hätte, nicht zu erwarten und kann im Gegensatz zu Ladenpassagen nicht in der Satzung festgeschrieben werden.

Um durch die Problematik der Festlegung und Abgrenzung nicht die Rechtswirkung der 2. Nachtragsatzung zu gefährden und das Ziel der Reduktion des „Störpotentials“ zu erhalten, blieb daher leider nur die rechtlich zulässige und gerichtsfest begründbare Möglichkeit, allen Hinterliegern nicht mehr zu erlauben, auf der Mittelstraße mit mobilen Werbeanlagen zu werben.

Da die Zahl der Geschäfte, die als Hinterlieger heute in der Mittelstraße werben, bisher noch überschaubar ist – auch wenn sie an den betroffenen Straßeneinmündungen durch ihr massives Vorhandensein zu den oben beschriebenen Störungen führen –, ist die Einschränkung für die Betroffenen aus Sicht der Verwaltung in Abwägung zum Allgemeininteresse der städtebaulichen Zielsetzung der 2. Nachtragsatzung hinnehmbar.

#### **Antrag der SPD-Fraktion:**

Die SPD-Fraktion greift mit Ihrem Antrag diese Problematik auf und schlägt vor, an den Straßeneinmündungen in der Mittelstraße stationäre Werbetafeln aufzustellen, an bzw. auf denen Geschäfte, die in den Seitenstraßen liegen, auf sich hinweisen können. Es wird angeregt, dies nur Geschäften zu ermöglichen, die in der Fußgängerzone liegen.

Da stationäre Werbetafeln beantragt werden, ist die 2. Nachtragsatzung zur Sondernutzung nicht betroffen, da diese nur Aussagen zur Zulässigkeit von mobilen Anlagen trifft.

Ein stationäres Wegeleitsystem für die Fußgängerzone wurde in den letzten Jahren immer wieder gewünscht. Aber leider ist bisher eine umsetzungsfähige Lösung nicht gefunden worden. Hierbei spielten unter anderem die ungeklärten Fragen eine Rolle, wer die Verantwortung hat, mit welchen Mitteln welches Ziel erreicht werden soll, was Inhalt des Wegeleitsystem sein soll, wer die Kosten für Planung, Umsetzung und Betrieb trägt und was in der bereits mit vielen, teilweise zu vielen Möblierungselementen ausgestattete Fußgängerzone unter Freihaltung der Feuerwehrbewegungsflächen und Rettungswege noch möglich ist.

Bei den beantragten stationären Werbetafeln handelt es sich um keine Wegweisung im Sinne der

Straßenverkehrsordnung und somit nicht um eine öffentliche, sondern um eine private Anlage.

Die Zulässigkeit von privaten stationären Anlagen in einer öffentlichen Verkehrsfläche richtet sich entweder, wenn sie den Gemeingebrauch nicht beeinträchtigen, nach § 23 Straßen- und Wegegesetz NRW (StrWG NW) oder sonst als „dauerhafte“ Sondernutzungen, die auf Widerruf erteilt werden, nach § 18 StrWG NW.

Stationäre, d.h. fest (ggfs. auch mit Steck-Bodenhülsen) mit dem Boden verbundene Werbeanlagen schränken den Gemeingebrauch der Straße ein.

Bei der Prüfung, ob die Aufstellung von Werbetafeln technisch möglich ist, ist unter anderem immer die Sicherheit und Leichtigkeit des Fußgänger- und des Kfz-Verkehrs und das Freihalten der Feuerwehrbewegungsflächen sowie der Rettungswege zu beachten.

Da es sich um Werbung handelt, ist bei der rechtlichen Bewertung die gleiche Fragestellung zu prüfen, die bereits der verwaltungsinterne Arbeitskreis bezüglich der mobilen Werbeanlagen für Hinterlieger diskutiert hat:

- Wer darf und wer darf nicht werben.
- Wie können die Betroffenen „gezwungen“ werden, nur auf dieser Werbeanlage zu werben und keine eigene (ggfs. kostengünstigere) Werbeanlage aufzustellen.

#### **Beschlussempfehlung:**

Da die SPD-Fraktion stationäre Werbetafeln beantragt, ist die 2. Nachtragsatzung zur Sondernutzung nicht betroffen und die Sitzungsvorlage WP 14-20 SV 61/158 zum Satzungsbeschluss dieser Satzung kann von diesem Antrag unabhängig beraten und ggfs. beschlossen werden.

Da der Zeitraum zwischen Eingang des Antrags bei der Verwaltung und der Zustellung der Sitzungsvorlage zu kurz ist, um den Antrag inhaltlich zu bewerten, wird empfohlen, die Verwaltung zu beauftragen und die Stadtmarketing GmbH zu bitten, die technische Möglichkeit von stationären Werbeanlagen beispielhaft für die Einmündung Heiligenstraße zu prüfen und anhand dieses Beispiels, die rechtliche Situation zu bewerten.

Das Ergebnis dieser beispielhaften Prüfung ist dem Stadtentwicklungsausschuss möglichst bis zur Sommerpause 2018 vorzulegen.

gez.  
B. Alkenings  
Bürgermeisterin