

CSU-Stadtratsfraktion Rathausplatz 2 90403 Nürnberg

Herrn Oberbürgermeister
Dr. Ulrich Maly
Rathausplatz 2

90403 Nürnberg

Wolff'scher Bau des Rathauses
Zimmer 58
Rathausplatz 2, 90403 Nürnberg
Telefon: 09 11 / 231 – 2907
Telefax: 09 11 / 231 – 4051
E-Mail: csu@stadt.nuernberg.de
www.csu-stadtratsfraktion.nuernberg.de

mm/ 18.05.2011
Thiel / Brückner / Böhm

Änderung der Werbeanlagensatzung

Sehr geehrter Herr Oberbürgermeister,

für die CSU-Stadtratsfraktion stelle ich zur Behandlung im zuständigen Ausschuss folgenden

Antrag:

Die Webeanlagensatzung wird nach folgender Maßgabe überarbeitet:

1. Das Stadtgebiet wird hinsichtlich der Zulässigkeit von Werbeanlagen in Zonen eingeteilt:

Zone 1:

- a) Altstadt mit Stadtmauer und Stadtgraben, ausgenommen City-Bereiche, die den historischen Bezug weitgehend eingebüßt haben
- b) Ausgewählte erhaltene Dorf- und Siedlungskerne mit historischer Substanz

Zone 2:

Weitere Stadtbereiche in Bereichen von Denkmal- und Ensembleschutz oder im unmittelbaren Umfeld von wertvollen Einzeldenkmälern.

Zone 3:

Sonstige bebaute Stadtbereiche.

Zone 4:

- a) Ausgewählte städtische Areale, die im Charakter von Leuchtwerbung stark geprägt sind: z. B. Plärrer, Rathenauplatz, Landgraben-/Wölckernstraße.
- b) Messe
- c) Flughafen
- d) Gewerbe- und Industriegebiete, soweit kein Sichtbezug nach außen gegeben ist

Die Zonen sind nach sorgfältiger Analyse der städtebaulichen Situationen durch die Verwaltung abzugrenzen und in einer Kartenanlage zur Werbeanlagensatzung darzustellen.

2. Die Festlegungen der Werbeanlagensatzung in § 2 Ziffern 3 und 4 sind entsprechend der Zonen zu differenzieren:

- In Zone 1 und 2 sind nur wertige Werbeanlagen zulässig, insbesondere ist Leuchtwerbung nur am Ort der Leistung und in Einzelbuchstaben zuzulassen.
- In Zone 3 sollen Erleichterungen greifen: z. B. Zulässigkeit von Auslegern und Nasenschildern und -kästen in maßvoller Größe, auch über mehrere Geschosse, Leuchtwerbung bis zur Brüstung des 2. Obergeschosses.
- In Zone 4 sollen keine Beschränkungen für Leuchtwerbung gelten.

3. Die Ausnahmebestimmungen der Werbeanlagensatzung in § 3 Ziffern 1 und 3 sollen von "Kann"- in "Soll"-Bestimmungen geändert werden.

4. Für Ausfallstraßen sind hinsichtlich der Mastwerbeanlagen besondere Regelungen zu treffen.

Begründung:

Nach zwei Jahren liegen nunmehr Erfahrungen mit dem Vollzug der Werbeanlagensatzung vor. Insbesondere außerhalb der Altstadt häufen sich Beschwerden wegen Überreglementierung und praxisfermem Vollzug.

Trotzdem ist der Grundgedanke der Werbeanlagensatzung, die Verhinderung von stadtbildunverträglichen Werbeanlagen, richtig.

Eine undifferenzierte Behandlung des Stadtgebietes ist nicht zielführend, da nicht hinreichend hinsichtlich der Schutzwürdigkeit unterschiedlicher Stadtbereiche unterschieden wird.

Während die Regeln in einigen historisch besonders sensiblen Gebieten längst nicht ausreichend sind, erscheinen sie für viele andere Bereiche deutlich überzogen.

Andere Städte wie Fürth, Heidelberg oder Regensburg agieren erfolgreich mit Satzungen, die auf unterschiedliche Situationen und städtebauliche Schutzwürdigkeiten differenziert durch eine Zonenregelung reagieren.

Mit freundlichen Grüßen

Sebastian Brehm
Fraktionsvorsitzender