Airport Nürnberg

Flughafen Nürnberg GmbH · Flughafenstraße 100 · D-90411 Nürnberg

Stadt Nürnberg
Amt für Wirtschaft
Harald Preußner
Theresienstraße 9
90403 Nürnberg

Flughafen Nürnberg GmbH
Postfach 990145
90268 Nürnberg
airport-nuernberg.de

Ihr Zeichen:
Ihre Nachricht vom:
Ihr Ansprechpartner:
Achim Gutermuth
Unser Zeichen: TGG-ag/hö
Tel +49 911-9 37 15 16
Fax +49 911-9 37 10 20 13
gutermuth-achim@
airport-nuernberg.de

04. Juni 2012

Werbeanlagen Satzung 1. Änderung

Sehr geehrter Herr Preußner,

vielen Dank für die Übermittlung des Entwurfs der oben genannten Satzungsänderung.

Der Flughafen Nürnberg liegt gemäß Bebauungsplansatzung in einem Sondergebiet. Werbeanlagen in diesem Sondergebiet sollten von der Satzung generell ausgenommen werden.

Der Flughafen muss in Zukunft einen wesentlichen Teil seiner Einnahmen aus nicht direkt dem Flugverkehr zuzuordnenden Bereichen erzielen. Die Optimierung der Erlöse aus der Werbung ist ein Teil des Konsolidierungspaketes der Flughafen Nürnberg GmbH. Formale und bauliche Einschränkungen der Werbeeinrichtung werden sich daher direkt auf den wirtschaftlichen Erfolg auswirken.

Sollten Auflagen dennoch unabdingbar sein, müssen wenigstens Anlagen bis zu der im Bebauungsplan vorgesehenen Bauhöhe ohne Auflagen errichtet werden können.

Auch die Beschränkungen für temporäre Werbeanlagen nach § 1 Absatz 3 sind für den Flughafen untauglich. Die Statthaftigkeit von jetzt nur noch 2 Ereignissen im Jahr und die Angabe der Dauer des erkennbaren Zwecks mit von/bis auf der Werbeanlage ist inakzeptabel, da diese Angabe bei der Bewerbung von Aktionsangeboten, die länger als 2 Monate dauern irreführend ist. Die Dauer der Werbeanlage muss nicht mit dem Angebotszeitraum identisch sein. Ebenso ist die Beschränkung auf 2 Ereignisse pro Jahr am Flughafen (Ort der Leistung) nicht hinnehmbar, da durch die Vielfalt der Werbenden (Autovermieter, Reisebüros, Fluglinien, Gastronomie etc.) ein erheblicher Bedarf an Aktionswerbung am gesamten Flughafen besteht.

Wir beantragen daher die generelle Befreiung des Flughafens von der Werbeanlagensatzung, da werbliche Anlagen am Flughafen nur innerhalb des Sondergebietes auf die dortigen Kunden aus-

Airport Nürnberg

gerichtet sind und eine eventuelle Wirkung nach Außen bei den vorhandenen Abständen zur städtischen Bebauung nicht gegeben ist.

Bei Fragen steht Ihnen Herr Hessenauer Telefon 0911-9371272 oder Herr Gutermuth Telefon 0911-9371516 gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

Flughafen Nürnberg GmbH

Karl-Heinz Krüger
Geschäftsführer

i. V.
René Hessenauer
Leiter Technik

IHK Nürnberg für Mittelfranken | 90331 Nürnberg

Stadt Nürnberg
Bauordnungsbehörde
Herrn Daniel F. Ulrich
Bauhof 5
90402 Nürnberg

Ihre Zeichen/Nachricht vom

Ihr Ansprechpartner
Dr. Udo Raab / krbs

Tel.
0911 1335-383

Fax
0911 1335-333

e-mail
udo.raab@nuernberg.ihk.de

03. Juli 2012

Ihr Entwurf der Werbeanlagensatzung

Sehr geehrter Herr Ulrich,
sehr geehrte Damen und Herren,

vielen Dank für die Einbeziehung unserer Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken in die Diskussion des Entwurfs der Werbeanlagensatzung am 8. Juni 2012 und für Ihre Bitte um Stellungnahme dazu. Wir kommen dieser Bitte gerne nach und haben uns hierzu auch mit der Handwerkskammer für Mittelfranken auf eine grundsätzlich übereinstimmende Bewertung verständigt.

So halten wir die Einteilung in verschiedene Zonen für gut geeignet, um eine differenzierte Behandlung von Werbeanlagen in Abhängigkeit von der Schutzwürdigkeit der Stadtgebiete zu regeln. Wir sehen die hohe Schutzbedürftigkeit der stark touristisch geprägten Teile der Altstadt in Zone A als hinreichenden Grund, relativ stark regulierend in die Werbeanlagengestaltung einzugreifen und damit dem Gesamtinteresse der Wirtschaft einen Vorrang gegenüber den Interessen von einzelnen Gewerbetreibenden an einer - wie auch immer gestalteten - Werbung einzuräumen. Wir begrüßen auch, dass Sie diesen sehr engen Handlungsrahmen mit dem neuen Entwurf nicht undifferenziert auf das komplette Stadtgebiet übertragen wollen. Der in Ihrem Entwurf vorgesehenen Abgrenzung in Zonen A bis F mit jeweils weniger stark regulierenden Eingriffen stimmen wir ebenfalls zu. Wir behalten uns aber vor, nach den ersten Erfahrungen mit der Neuregelung eventuelle Änderungswünsche einer größeren Anzahl von ansässigen Gewerbetreibenden in einer Zone (zum Beispiel im Fall der Südstadt) geltend zu machen.

Besonderen Wert legen wir auf die künftige Praxis in Ihrem Hause, die im Einzelfall möglichen Abweichungen mit Betroffenen zu diskutieren und im Sinne der Unternehmen davon Gebrauch zu machen.

Als entscheidend für die Akzeptanz der neuen Werbeanlagensatzung sehen wir die Kommunikation der Zoneneinteilung und der jeweils erlaubten Werbemaßnahmen. Daher bitten wir Sie um Ihr besonderes Augenmerk auf Verständlichkeit (auch durch mehrsprachige Angebote) und Praxisorientierung. In diesem Zusammenhang freuen wir uns über die von Ihnen angebotenen regelmäßigen Beratungstage und den E-Mail-Service und begrüßen Ihr Angebot, praxisorientierte Informationsveranstaltungen durchzuführen. Hierbei bieten wir Ihnen für unsere Nürnberger Mitgliedsbetriebe gerne unsere Kooperation an.

Freundliche Grüße

Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken
Geschäftsbereich Standortpolitik und Unternehmensförderung

Dr. Udo Raab

Ulrich, Daniel

Von: Sven Lamle [Sven.Lamle@nuernbergmesse.de]
Gesendet: Mittwoch, 27. Juni 2012 14:56
An: Ulrich, Daniel; Preußner, Harald
Cc: Gerald Weiss; Hilke Hartmann; Jana Sittig; Michaela Griep; Rolf Keller; Sarah Schaeffauer-Koers; Thomas Hacker; tiede@waldmann-kohler.de
Betreff: WaS, 1. Änderung - Stellungnahme der NürnbergMesse

Guten Tag sehr geehrter Herr Ulrich,
sehr geehrter Herr Preußner,

nochmals bedanken wir uns sehr herzlich für das erläuternde Gespräch zur 1. Änderung der WaS am 13. Juni in unserem Hause.

Nachdem sich die vorgelegten Änderungen faktisch nicht auf das Messegelände auswirken werden, haben wir keine Einwände dagegen.

Wir wären Ihnen sehr dankbar, wenn Sie uns bei Gelegenheit die mit den Änderungen final verabschiedete Neufassung der WaS zukommen lassen würden.

Für Fragen können Sie sich jederzeit gerne an mich wenden.

Mit freundlichen Grüßen aus dem Messezentrum
Sven Lamlé

Senior Referent MesseService
Bereich Marketing / Hotels

Senior Manager Exhibition Services
Marketing / Hotels

NürnbergMesse GmbH
Messezentrum
D-90471 Nuernberg

Tel: +49 (0) 9 11. 86 06-84 49
Fax:+49 (0) 9 11. 86 06-84 47
Mob:+49 (0) 160. 717 69 38
sven.lamle@nuernbergmesse.de

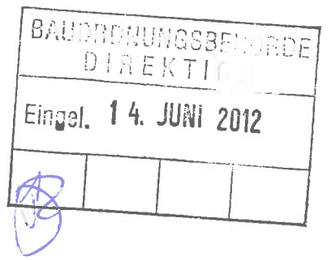
www.nuernbergmesse.de
www.standkonfigurator.de

Geschäftsführer: Dr. Roland Fleck, Peter Ottmann
Registergericht: HRB 761 Nürnberg
Vorsitzender des Aufsichtsrats:
Dr. Ulrich Maly
Oberbürgermeister der Stadt Nürnberg

Managing Director: Dr. Roland Fleck, Peter Ottmann
Registration Number: HRB 761 Nürnberg

BauLust
Initiative für Architektur & Öffentlichkeit e.V.

BauLust e.V. Untere Kreuzgasse 31, 90403 Nürnberg



Bauordnungsbehörde
Herrn Daniel Ulrich
Bauhof 5
90402 Nürnberg

Änderung der Werbeanlagensatzung
Infoveranstaltung am 08.06.2012

Nürnberg, 11. Juni 2012

Sehr geehrter Herr Ulrich,

herzlichen Dank für die Aufforderung, uns zur geplanten Änderung der WAS zu äußern und für die ausführlichen Erläuterungen am 08.06.2012.

Wir begrüßen eine realistische Aufteilung des Stadtgebietes in verschiedene Zonen.

Allerdings erscheint die Definition der „Großstadtplätze“ in der Zone C willkürlich. Es wäre zu überlegen, ob man nur den Plärrer als Großstadtplatz definiert, oder ob man bei mehreren Plätzen alle möglichen auf die Eignung hin untersucht und dann mit aufnimmt (z. B. Friedrich-Ebert-Platz, Stresemannplatz u. a.).

Die vorgeschlagene Zone Rathenauplatz ist eigentlich ein Teil des Altstadtringes, man müsste dann konsequenterweise auch die anderen Altstadtringbereiche bis zum Plärrer mit aufnehmen.

Die Aufzählung der unzulässigen Werbeanlagen erscheint unübersichtlich und schwer zu handhaben – inhaltlich ist diese Differenzierung begrüßenswert.

So begrüßenswert die WAS und ihre Durchsetzung für das Stadtbild ist – die zahllosen verunstaltenden Werbeanlagen im öffentlichen Raum werden von ihr nicht erfasst. Wie am 08.06. angesprochen, muss dieser gesamte Komplex über die Sondernutzungen geregelt werden. Die bereits jetzt erfreulichen Erfolge bei der WAS laufen ins Leere, wenn der öffentlichen Raum im Anschluss an die jeweiligen Gebäude weiterhin ohne Konzept und Beschränkung hemmungslos mit Werbeanlagen und ähnlichen Einrichtungen zugestellt wird.

Die Stadt Nürnberg sollte sich hier den gleichen strengen Kriterien unterziehen, die den privaten Bauherren auferlegt sind.

Mit freundlichen Grüßen

Brigitte Jupitz

BauLust e.V.
1. Vorsitzende

BauLust e.V.
Initiative für Architektur und Öffentlichkeit
Geschäftsstelle
Untere Kreuzgasse 31 • 90403 Nürnberg

fon 0911.3606765
fax 0911.2388720
info@baulust.de
www.baulust.de

Dr. Claudia Maué

An die Bauordnungsbehörde der Stadt Nürnberg

z.Hd. Herrn Ulrich

Stellungnahme zur ersten Änderung der Werbeanlagensatzung

Hiermit nehme ich Stellung zu der in der Informationsveranstaltung am 8. Juni 2012 vorgestellten ersten Änderung der Werbeanlagensatzung.

Die Gliederung des Stadtgebiets in Zonen mit deutlicher Abgrenzung scheint zur schnellen Orientierung gut geeignet. Dazu trägt auch die namentliche Nennung von Straßen und Brücken bei.

Eine entsprechende Auflistung der denkmalrechtlichen Ensembles (§ 2 Abs. 2 Buchstabe a) wäre ebenfalls zu wünschen. Deren Abgrenzungen im Internet unter www.blfd.bayern.de abzurufen, dürfte technisch nicht allen Nutzern der Werbeanlagensatzung möglich sein oder einigen zu kompliziert erscheinen. Zur Vereinfachung der Suche sollte zusätzlich der Hinweis auf die Internetseite des Baureferats gegeben werden, die künftig Karten aller Ensembles mit passender Verlinkung zur Satzung enthalten sollte.

Die Herstellung einer kundenfreundlichen Broschüre erscheint unabdingbar. Die dort verwendete Sprache sollte zwar klar sein, aber nach Möglichkeit drakonisches Amtsdeutsch vermeiden.

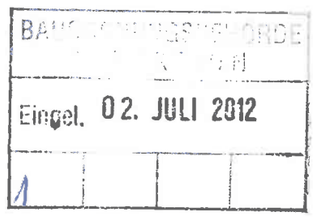
Nürnberg, den 23. Juni 2012

Dr. Claudia Maué

Handwerkskammer
für Mittelfranken

Handwerkskammer für Mittelfranken
Hauptverwaltung · Sulzbacher Str. 11-15 · 90489 Nürnberg

Stadt Nürnberg
Bauordnungsbehörde
Herr Daniel F. Ulrich
Bauhof 5
90402 Nürnberg



Wirtschaftsförderung

Entwurf der Werbeanlagensatzung der Stadt Nürnberg

29. Juni 2012

Ihr Zeichen:
Unser Zeichen: Pf

Ansprechpartner/in:
Klaus Pfattheicher
Telefon 0911 5309-241
Telefax 0911 5309-181
klaus_pfattheicher@
hwk-mittelfranken.de

Handwerkskammer
für Mittelfranken
Sulzbacher Straße 11-15
90489 Nürnberg

info@hwk-mittelfranken.de
www.hwk-mittelfranken.de

Präsident:
Heinrich Mosler

Hauptgeschäftsführer:
Prof. Dr. jur. Elmar Forster

Sparkasse Nürnberg
BLZ 760 501 01
Konto 1 163 001
IBAN DE52 7605 0101 0001 1630 01
BIC (Swift-Code) SSKNDE77

Volksbank Raiffeisenbank
Nürnberg eG
BLZ 760 606 18
Konto 2 519 402
IBAN DE40 7606 0618 0002 5194 02
BIC (Swift-Code) GENODEF1N 02

Zertifiziert nach
DIN EN ISO 9001:2008

DAS HANDWERK
DIE WIRTSCHAFTSMACHT VON NEBENAN

Sehr geehrter Herr Ulrich, sehr geehrte Damen und Herren,

gerne nehmen wir vereinbarungsgemäß Stellung zum bereits im Rahmen Ihrer Verbändegespräche vorgestellten und diskutierten Entwurf der Werbeanlagensatzung.

Wir halten die neue Einteilung in verschiedene Zonen für den richtigen Weg, die die Behandlung von Werbeanlagen in Abhängigkeit der Schutzwürdigkeit der Stadtgebiete regelt. Selbstverständlich sind auch wir der Überzeugung, dass vor allem in der Altstadt die Genehmigung von Werbeanlagen zum Schutz vor Häufung und Wildwuchs restriktiv zu handhaben ist. Dieser sehr enge Handlungsrahmen ist jedoch – wie es auch im Entwurf zum Ausdruck kommt – nicht auf das komplette Stadtgebiet gleichermaßen zu übertragen.

Von den im Einzelfall möglichen Abweichungen sollte möglichst großzügig und „unternehmerfreundlich" Gebrauch gemacht werden.

Insbesondere was die Einteilung der Zonen und die jeweils erlaubten Werbemaßnahmen anbelangt, legen wir großen Wert auf eine verständliche und praxisorientierte Kommunikation der Werbeanlagensatzung.

Wir nehmen auch die von Dienstleistungszentraum Bau angebotenen regelmäßigen Beratungstage und den E-Mail-Service positiv wahr. Diese Praxis ist beizubehalten und bei Bedarf zu intensivieren.

Vor dem Hintergrund der starken Erklärungsbedürftigkeit des Themas begrüßen wir Ihr Angebot, praxisorientierte Informationsveranstaltungen durchzuführen. In diesem Zusammenhang halten wir (auch) zentrale Veranstaltungen für zweckmäßig, zu denen wir unsere Nürnberger Mitgliedsbetriebe gerne einladen werden.

Gerne stehen wir Ihnen bei Fragen zur Verfügung.

Freundliche Grüße

Dipl.-Kfm. Klaus Pfattheicher
Leiter Abteilung Wirtschaftsförderung

Leuchauer, Christine

Von: Leupold, Harald [H.Leupold@gvz-hafen.com]
Gesendet: Donnerstag, 31. Mai 2012 17:31
An: Preußner, Harald; krueger@airport-nuernberg.de; ceo@nuernbergmesse.de
Cc: Ulrich, Daniel; Schöttner, Georg; Schuhmann, Michaela; Braunschmidt, Jutta
Betreff: AW: WaS, 1. Änderung- Ihr Mail vom 24. 05. 2012

Sehr geehrter Herr Preussner,

vielen Dank für Ihre Information und Übersendung der diversen Unterlagen
mit Ihrem Mail vom 24. 05. 2012.
Wir haben diese, auch in Abstimmung mit dem Grundstückseigentümer Bayernhafen GmbH & Co KG, geprüft und keine uns betreffende Änderungs- oder Ergänzungswünsche festgestellt. Insofern erübrigt
sich für uns ein weiteres Abstimmungsgespräch.
Halten sie uns bitte über die abschließende Version informiert. Vielen Dank

Mit freundlichen Grüßen von Ihrer
HAFEN NÜRNBERG-ROTH GmbH

Harald Leupold

HAFEN NÜRNBERG-ROTH GmbH
Harald Leupold
Geschäftsführer
Rotterdamer Straße 2
D-90451 Nürnberg

Tel.: +49 (0) 9 11 / 6 42 94-18
Fax: +49 (0) 9 11 / 6 42 94-10
Mobil : +49 (0) 1 72 / 7 06 49 53

mailto: h.leupold@gvz-hafen.com
Internet: www.gvz-hafen.com

Hafen Nürnberg-Roth GmbH, GmbH Sitz Nürnberg
Internet: www.gvz-hafen.com - e-Mail: info@gvz-hafen.com
Amtsgericht Nürnberg - HRB 13539
Aufsichtsratsvorsitzende: Staatssekretärin Katja Hessel
Geschäftsführer: Harald Leupold

+++ Im Verbund der bayernhafen Gruppe +++

****
Offizieller Partner der Landesgartenschau Bamberg

Besuchen Sie unseren Hafenerlebnispfad
****

-----Ursprüngliche Nachricht-----
Von: Harald.Preussner@stadt.nuernberg.de [mailto:Harald.Preussner@stadt.nuernberg.de]
Gesendet: Donnerstag, 24. Mai 2012 11:06

Erfolg braucht Verbündete.

HBE
Handelsverband Bayern
Der Einzelhandel

Handelsverband Bayern – Der Einzelhandel e.V., Postfach 30 45, 90014 Nürnberg

Stadt Nürnberg
Amt für Wirtschaft
Herrn Oberverwaltungsrat Harald Preußner
Theresienstraße 9
90403 Nürnberg

Per Fax vorab: 231-2762

ABTEILUNG
Wirtschaft, Medien und Standort

Dipl.- Betriebswirt Uwe H. Werner
Telefon 0911 24433-15
E-Mail werner@hv-bayern.de

Assistenz
Andrea Prem
Telefon 0911 24433-16
Telefax 0911 208921
E-Mail prem@hv-bayern.de

Nürnberg, den 09.07.2012

Werbeanlagensatzung

Sehr geehrter Herr Preußner,

die Bemühungen der Stadt Nürnberg zur Verbesserung des Stadtbildes und Verhinderung von „Trading-Down-Effekten" durch den nunmehr vorliegenden Entwurf der Änderung zur Werbeanlagensatzung werden von Seiten des Handelsverbandes Bayern, Bezirk Mittelfranken, begrüßt.

Eine Aufteilung des Stadtgebietes in mehrere Zonen erscheint aus hiesiger Sicht sinnvoll. Um auch den Interessen von Existenzgründern oder Kleingewerbetreibenden gerecht zu werden, regen wir an die Satzung dahingehend zu ändern, dass bedruckte oder beklebte Platten und Leuchtkästen bis zwei Quadratmeter bei ansprechender Gestaltung in allen Zonen für zulässig erklärt werden. Ergänzend zur Satzung bedarf es unseres Erachtens in der Kommunikation mit den Gewerbetreibenden der Darstellung auch mit Bildbeispielen der jeweils zulässigen Werbemaßnahmen und Gestaltungsmöglichkeiten für die jeweiligen Zonen. Bei a-typischen Fallgestaltungen ist unseres Erachtens verbindlich sicherzustellen, dass für Einzelhandelsbetriebe Abweichungsmöglichkeiten von der Satzung eingeräumt werden.

Im Sinne eines ansprechenden Stadtbildes ist unseres Erachtens Fremdwerbung wie z.B. Mega-Lights und Großplakattafeln zukünftig unbedingt einzudämmen. Eine Privilegierung von Straßen und Plätzen, die in unmittelbarer Nähe zur Altstadtmauer stehen, wie z.B. der Rathenauplatz, halten wir für wenig zielführend, da diese unseres Erachtens nicht dem historischen Stadtbild entspricht.

Mit freundlichen Grüßen

Uwe H. Werner
Geschäftsführer

Hausanschrift
Handelsverband Bayern –
Der Einzelhandel e.V.
Bezirk Mittelfranken
Sandstraße 29
90443 Nürnberg

Postanschrift
Handelsverband Bayern –
Der Einzelhandel e.V.
Bezirk Mittelfranken
Postfach 30 45
90014 Nürnberg

Telefon 0911 24433-0
Telefax 0911 208921
E-Mail mittelfranken@hv-bayern.de
Internet www.hv-bayern.de

gesetzlich vertreten durch
den Präsidenten

Vereinsregister des
Amtsgerichts München
Registernummer: VR4300

Sparkasse Nürnberg
Konto 1 033 502 BLZ 760 501 01
Commerzbank Nürnberg
Konto 5 210 760 BLZ 760 400 61
Postbank Nürnberg
Konto 60155-853 BLZ 760 100 85

09/07/2012 15:05 +49-911-208921 HBE NUERNBERG S. 01/01

Südstadt AKTIV e.V.
Interessengemeinschaft Nürnberger Südstadtfirmen
Wölckernstraße 41 - 90459 Nürnberg - Tel. 0911/442269

Stadt Nürnberg
Bauordnungsbehörde, Abt. 1
z. Hd. Herrn Daniel Ulrich
Bauhof 5

90402 Nürnberg

Nürnberg, 03.07.2012

Stellungnahme zur 1. Änderung der Werbeanlagensatzung (WaS)

Sehr geehrter Herr Ulrich,
sehr geehrter Herr Preußner,

vielen Dank für die Informationsveranstaltung am 06.06.2012 über die geänderte Werbeanlagensatzung der Stadt Nürnberg.

Das Bayerische Verfassungsgericht hat in seinem Urteil vom 23.01.2012 festgestellt, dass eine Stadt wie Nürnberg in Bezug auf die Werbeanlagensatzung aus verschiedenen Stadtteilen mit unterschiedlicher Schutzwürdigkeit besteht. Damit hat das Gericht unsere Forderung nach einer Zonenlösung bestätigt.

Zur Besprechungsnotiz vom 11.06.2012:

Unter Verweis z. B. auf die Werbeanlagensatzung der Stadt Fürth habe ich festgestellt, dass die Stadt Fürth ihre Satzung ausschließlich auf die Innenstadt bezieht. Die restlichen Stadtteile werden nach der Bayerischen Bauordnung bzw. nach dem Bebauungsplan behandelt. Davon, dass ich "keine Regelungen" gefordert habe, kann keine Rede sein. Jede genehmigungspflichtige Werbeanlage wird ja im Einzelfall behandelt.

Einstufung des Aufseßplatzes sowie Teilen der Landgraben- und Wölckernstraße in Zone "B":

Nach Rücksprache mit vielen Geschäftsleuten in der Wölckern- und Landgrabenstraße weisen wir darauf hin, dass die Gleichsetzung und Einstufung von Aufseßplatz sowie Teilen der Landgraben- und Wölckernstraße mit innerstädtischen Fußgängerzonen wie Breite Gasse, Weißer Turm und Pfannenschmiedgasse sowie der Färberstraße nicht gewünscht wird (Zone "B"). Diese Quartiere sind nicht vergleichbar, weder was die Standortfaktoren, Unternehmensstruktur, Frequenz und Umsätze anbelangt. In der Südstadt haben wir in der

Regel kleine, inhabergeführte Geschäfte statt der großen Kettenläden und Filialisten, wie in der Altstadt.

Geographisch mögen der Aufseßplatz sowie die betroffenen Teile der Wölckern- und Landgrabenstraße als Zentrum des Südstadthandels gelten. Was die Problematiken und Besonderheiten des Standortes Südstadt anbelangt, unterscheiden sie sich nicht von Geschäftsstraßen wie z. B. der Allersberger-, Pillenreuther- oder Gibitzenhofstraße. Dies widerspricht auch nicht der Vorgabe des Urteils, wonach eine Großstadt wie Nürnberg aus unterschiedlichen Stadtteilen mit unterschiedlichen Schutzwürdigkeiten besteht.

Einen nicht einfachen Standort wie die Südstadt noch einmal zu unterteilen und die Gewerbetreibenden in diesem Bereich anders zu behandeln als im Rest der Südstadt wird von den betroffenen Gewerbetreibenden abgelehnt.

Wir stellen deshalb den Antrag auf Gleichbehandlung der gesamten Südstadt und Einstufung in Zone "D". Schließlich sind Standorte wie der Aufseßplatz sowie der Landgraben- und Wölckernstraße ebenfalls Gebiete, "die vorwiegend durch Wohn-, Büro- und Einzelhandelsnutzungen geprägt sind", wie dies auch in der restlichen Südstadt der Fall ist und die aufgrund dessen in Zone „D" eingestuft wurde.

Die Südstadt als "hochwertige Einkaufslage zu erhalten, nicht sie per Satzung "abzuschaffen" wird auch durch die Einstufung der gesamten Südstadt in Zone "D" Rechnung getragen.

Eine neue Werbeanlagensatzung ändert auch nichts an den seit der Schließung des Kaufhof am Aufseßplatz eher noch kritischeren Situation für Handel und Gewerbe rund um den Aufseßplatz und in der Südstadt. Viel wichtiger ist die Verbesserung der Standortfaktoren, z. B. durch die Verhinderung weiterer Spielcasinos und Wettbüros und vor allem durch eine optimale Nachnutzung der Kaufhofimmobilie und damit der Chance, eine Steigerung der Kaufkraft zu erreichen. Erst dadurch kann eine Wertverbesserung für die Südstadt gelingen und weniger über „schöne" oder „weniger schöne" Werbeanlagen, deren Gestaltung je nach persönlichem Geschmack immer subjektiv gesehen werden wird.

Hinweis auf das Verhältnis der Größe einer Werbeanlage in Bezug auf die Größe der Straßenfrontlänge eines Gebäudes:

In der Informationsveranstaltung wurde durch Herrn Ulrich darauf hingewiesen, dass die alte Satzung "zu starr und zu wenig flexibel" war. Damit die neue Satzung nicht wieder in einen zu starren Regelementismus verfällt, muss sie variabler gestaltet werden.
Nicht umsonst hat das Bayerische Verfassungsgericht in seinem Urteil unter Nr. 46 festgestellt: "Die einzelnen Verbotstatbestände des § 2 der Satzung seien so differenziert und umfangreich, dass für Werbung kaum noch Spielraum bleibe."
Auch die neue Satzung geht uns zu weit in diese starre Richtung. Verboten blieben weiterhin z. B. "bedruckte oder beklebte Platten mit einer Größe über 2 m² an Gebäuden" oder "einfache hinterleuchtete Kästen an baulichen Anlagen mit einer Größe über 2 m²" (Zone "D"). In den Zonen "A - C" wird dies noch strenger gehandhabt.

Wir sehen die Größe einer Werbeanlage an baulichen Anlagen immer in Bezug auf die Straßenfrontlänge und Größe des Gebäudes.

Andere Städte handhaben dies praxisbezogener. Deshalb wurde ein Auszug aus der WAS der Stadt Fürth übergeben, die dies unserer Meinung nach besser regelt und dies auch nur für die

Innenstadt: "Die gesamte Werbeanlage darf nur 50 % der Straßenfrontlänge des Geschäfts einnehmen. Bei mehreren Werbeanlagen an einer Gebäudefront gilt dieses Maß für ale Anlagen zusammen. Ausnahmsweise kann bei Gebäuden mit einer Straßenfront unter 4 m Breite die Größe einer Werbeanlage bis zu 75 % der Gebäudebreite betragen."

Herr Ulrich sagte zu, diese starren Regelung in der Vollzugsanweisung zu liberalisieren um bei größeren Straßenfrontlängen entsprechende Ausnahmen zu ermöglichen.

"Plastische Wirkung von Werbeanlagen"

Aus Sicht aller bisherigen Betrachter ist z. B. auf Leuchtkästen kein optischer Unterschied zwischen einem aufgeklebten Buchstaben und einem "erhabenen" Buchstaben mit 10 mm Höhe erkennbar.

Es sollte deshalb in den Zonen "C" und "D" auf diese Forderung verzichtet werden.

Einstufung des Nelson-Mandela-Platzes in Zone "C"

Auch der Nelson-Mandela-Platz ist Teil der Südstadt. Er ist z. B. mit dem Bahnhofsplatz nicht vergleichbar. Der Nelson-Mandela-Platz liegt südlich hinter dem Hauptbahnhof und ist und wird vor allem der Parkplatz hinter dem Bahnhof für Bahn- und Südstadtkunden bleiben. Er ist hauptsächlich geprägt vom südlichen Teil des Hauptbahnhofes, den Parkflächen sowie Büros und dem Ringhotel Loew`s Merkur. Der Rest ist Wohnbebauung.

Die Einstufung in Zone "C - Großstadtplätze" würde vor allem das Ringhotel Loew´s Merkur betreffen. Dieses Hotel ist einer der größten Beherbergungsbetrieb der Südstadt und würde gegenüber Hotels in anderen Zonen über Gebühr benachteiligt, weil er den Einsatz von großflächigeren Werbemitteln verbieten würde, wie sie sehr wohl von den übrigen Mitbewerbern im Stadtgebiet zum Einsatz gebracht werden können, um auf saisonale Angebote oder besondere Events aufmerksam zu machen.

Wir schlagen dazu entweder die Einstufung des Nelson-Mandela-Platzes - wie die gesamte Südstadt - in Zone "D" vor, oder eine Lösung über die Vollzugsanweisung der WAS, nachdem Handel, Gewerbe und Hotel- bzw. Gastronomiebetriebe auch in der Zone "C" auf Sonderveranstaltungen entsprechend hinweisen können und durch die WAS keinen Wettbewerbsnachteil erleiden.

Mit freundlichen Grüßen

Fritz Endreß
Südstadt Aktiv e. V.
Wölckernstraße 41
90459 Nürnberg
Tel. 0911/442269
Mobil 0179/5458885
[Mailto:fritz.endress@web.de]

Seidelmann, Friedrich

Von: Ismail Akpinar [i.akpinar@gmx.de]
Gesendet: Montag, 9. Juli 2012 23:16
An: Ulrich, Daniel; Preußner, Harald
Cc: fritz.endress@web.de
Betreff: MÜSIAD-Stellungnahme zur Änderung der Werbeanlagensatzung im Entwurf
Anlagen: MÜSIAD Stellungnahme WaS.pdf

Wichtigkeit: Hoch

Sehr geehrter Herr Ulrich,
sehr geehrter Herr Preußner,

im Anhang erhalten von MÜSIAD Nürnberg/Nordbayern e.V. die Stellungnahme zur Änderung der Werbeanlagensatzung der Stadt Nürnberg.

Für Rückfragen stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

Im Auftrag des MÜSIAD Nürnberg/Nordbayern e.V. Vorstands

Dipl. Volkswirt
Ismail Akpinar
Beiratsvorsitzender
Mobil: 0178/7777344

kam nachträgl. v. H. Preußner per mail

MÜSIAD
Nürnberg / Nordbayern e.V.
Verein unabhängiger Industrieller und Unternehmer e.V.

Nürnberg, VR 201080

Vorstandvorsitzender
Ismail Satir

Ihr Ansprechpartner
Ismail Akpinar

E-Mail
muesiad-nuernberg@gmx.de

Telefon:
0911 / 131 493 52
Mobil:
0178 / 77 77 344

Anschrift
Am Plärrer 33
90443 Nürnberg

Stadt Nürnberg
Bauordnungsbehörde, Abt.1
Herrn Daniel Ulrich
Bauhof 5

90402 Nürnberg

Nürnberg, 9. Juli 2012

Stellungnahme zur Änderung der Werbeanlagensatzung im Entwurf

Sehr geehrter Herr Ulrich,

sehr geehrter Herr Preußner,

vielen Dank für die Einladung zur Informationsveranstaltung am 07. Juni 2012 über die geänderte Werbeanlagensatzung der Stadt Nürnberg und die Möglichkeit als deutsch-türkischer Unternehmerverein MÜSIAD Nürnberg/Nordbayern e.V. eine Stellungnahme bzw. Änderungsantrag abgeben zu können.

Unsere Stellungnahme erfolgt in Abstimmung mit der Südstadt Aktiv e.V.. Die von der Südstadt Aktiv e.V. zu diesem Thema erfolgte Stellungnahme und Änderungsanträge vom 03.07.2012 werden auch von uns ausdrücklich unterstützt.

Antrag zur Änderung der Werbeanlagensatzung der Stadt Nürnberg im Entwurf

Wir stellen die folgenden Anträge:

1. Die gesamte Südstadt in der Werbeanlagensatzung in die Zone "D" einzustufen und

2. die Aufnahme von Ausnahmeregelungen in der Vollzugsanweisung zur flexiblen Regelung in Bezug auf die Größe der Werbeanlagen an die Straßenfrontlänge bzw. Größe von Gebäuden.

MÜSIAD
Nürnberg / Nordbayern e.V.
Verein unabhängiger Industrieller und Unternehmer e.V.

MÜSIAD
Nürnberg / Nordbayern e.V.
Verein unabhängiger Industrieller und Unternehmer e.V.

Begründungen

Zu 1: Die Südstadt kann in der Werbeanlagensatzung nicht mit der innerstädtischen Fußgängerzonen (Zone „B") gleichgesetzt werden. Die wirtschaftliche Struktur in der Südstadt entspricht nicht der wirtschaftlichen Struktur der innerstädtischen Fußgängerzone. Deshalb ist eine Einstufung von Teilen der Südstadt in die Zone "B" wie die innerstädtische Fußgängerzone nicht sachgerecht.

Außerdem befindet sich die Südstadt in einer schwierigen wirtschaftlichen Umstrukturierungsprozess (aktuell verstärkt durch die Schließung des Kaufhofs am Aufseßplatz). Zahlreiche bereits gut laufende und weitere geplante wirtschaftspolitische und wirtschaftsfördernde Maßnahmen sollen dabei Helfen, diesen Umstrukturierungsprozess in der Südstadt im Sinne der Bürger/innen und Klein-Unternehmer/-Händler in der Südstadt positiv zu beeinflussen. Durch eine Einstufung der gesamten Südstadt zur Zone "D" in der Werbeanlagensatzung können wichtige Investitionsvorhaben, Existenzgründungen und insbesondere die Sicherung von bestehenden Unternehmen in der Südstadt gefördert und gestärkt sowie ein zusätzlicher positiver Impulse für einen erfolgreichen wirtschaftlichen Umstrukturierungsprozess in der Südstadt gegeben werden.

Zu 2: Das Bayerische Verfassungsgericht hatte zur "alten Satzung" festgestellt, dass diese so *"...differenziert und umfangreich sei, dass für Werbung kaum noch Spielraum bliebe..."*. Deshalb sollte die geänderte Werbeanlagensatzung der Stadt Nürnberg mehr Flexibilität zu Gunsten der Werbung durch Klein-Unternehmer/-Händler in der Südstadt zulassen und deren Spielraum nicht unnötig einschränken. Zu diesem Punkt verweisen wir auch auf die Begründungen in der Stellungnahme von "Südstadt Aktiv e.V.

Mit freundlichen Grüßen

Im Auftrag des MÜSIAD Nürnberg/Nordbayern e.V. Vorstands
gez. **Dipl. Volkswirt Ismail Akpinar**
Beiratsvorsitzender

MÜSIAD
Nürnberg / Nordbayern e.V.
Verein unabhängiger Industrieller und Unternehmer e.V.

BAUORDNUNGSBEHÖRDE
11. JULI 2012

Altstadtfreunde Nürnberg e.V.

Altstadtfreunde Nürnberg e.V.
Weißgerbergasse 10
90403 Nürnberg

Fon 0911/24 13 93
Fax 0911/810 89 34

E-mail: info@altstadtfreunde-nuernberg.de
www.altstadtfreunde-nuernberg.de

Herrn
Daniel Ulrich
Bauordnungsbehörde
Bauhof 5
90402 Nürnberg

Nürnberg, 9. Juli 2012

Zustimmung der Altstadtfreunde Nürnberg zur novellierten Werbeanlagensatzung

Sehr geehrter Herr Ulrich,

die Altstadtfreunde Nürnberg begrüßen die neue Werbeanlagensatzung, so wie sie am 12. Juli im Stadtplanungsausschuss vorgelegt wird. Schon die alte WaS von 2009 brachte eine erhebliche Verbesserung für das Stadtbild. Heute erscheint es absurd, dass die Stadt noch vor wenigen Jahren glaubte, ohne Satzung auszukommen. Allerdings kam sie mir damals schon als zu wenig differenziert vor, da sie der sehr heterogenen Struktur der Nürnberger Altstadt und anderer Stadtbereiche zu wenig Rechnung trug.

Mit dem Zonenmodell lehnt sich die neue WaS an einen früheren Vorschlag der Altstadtfreunde an, Neubauten in der Nürnberger Innenstadt an einer Gestaltungssatzung zu messen. Zwar steht die gesamte Altstadt unter Ensembleschutz, der allerdings je nach Lage höchst unterschiedlich interpretiert wird. Mit einer nach Zonen gestaffelten Satzung könnte man sich manche langwierige Diskussion mit Bauherren ersparen und größere Rechtssicherheit schaffen.

Mit freundlichen Grüßen

Karl-Heinz Enderle
Vorsitzender der Altstadtfreunde Nürnberg e.V.