Werbeanlagenkonzeption der Stadt Winnenden

- Förmliche Beteiligung -

Prüfung der abgegebenen Stellungnahmen zu den drei öffentlich ausgelegten Berichtsentwürfen vom 01.10.2018 in der Zeit vom 12.11.2018 bis 12.12.2018 gem. § 3 Abs. 2 und § 4 Abs. 2 BauGB

Nr.	Stellungnahme von	Prüfung der Stellungnahme
A	Stellungnahme der Behörden und sonstigen Träger öffentlicher Belange	
A 1	Landratsamt Rems-Murr-Kreis, Baurecht, Waiblingen Stellungnahme vom 12.12.2018 – Az. 30-Baupl18/107-30	
	<p>[...]</p> <p>Zu den drei Berichtsentwürfen der Werbeanlagenkonzeption der Stadt Winnenden zur Regelung von Werbeanlagen in der Innenstadt, zum Leitfaden für Sondernutzungen im öffentlichen Raum und für eine räumliche Steuerung von Fremdwerbung im Stadtgebiet o. g. Verfahren wird wie folgt Stellung genommen:</p> <p>Am Verfahren wurde das</p> <p>Straßenbauamt</p> <p>beteiligt.</p> <p>Aufgrund der Fachbehördenbeteiligung liegen der Geschäftsstelle für Genehmigungs- und Planverfahren folgende Informationen vor:</p>	<p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p>
A 11.1	Straßenbauamt	
	<p>Die Regelung von Werbeanlagen bezieht sich auf innerörtliche Verhältnisse und Belange des Straßenbauamts sind nicht betroffen. Die Stadt Winnenden als zuständige untere Straßenverkehrsbehörde ist zu den Auswirkungen von Werbeanlagen auf die Verkehrssicherheit zu beteiligen.</p> <p>Zu Werbeanlagen im Außerortsbereich, die in den Zuständigkeitsbereich des Landkreises fallen, darf auf die Anbaubeschränkungen des § 22 Straßengesetz verwiesen werden. Danach dürfen außerhalb der zur Erschließung der anliegenden Grundstücke bestimmten Teile der Ortsdurchfahrten</p> <p>1. Hochbauten jeder Art a) längs der Landesstraßen in einer Entfernung bis zu 20 Meter,</p>	<p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p> <p>Das Amt für öffentliche Ordnung der Stadtverwaltung Winnenden ist von Beginn an bei der Ausarbeitung der Werbeanlagenkonzeption beteiligt.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p> <p>Die Anbaubeschränkungen des § 22 des Straßengesetzes für Baden-Württemberg (StrG), in der Fassung vom 11.05.1992 (GBl. S. 330, 683) zuletzt geändert durch Gesetz vom 05.02.2019 (GBl. S. 25) m. W. v. 16.02.2019, sind bekannt.</p>

Werbeanlagenkonzeption der Stadt Winnenden

Nr.	Stellungnahme von	Prüfung der Stellungnahme
	<p>b) längs der Kreisstraßen in einer Entfernung bis zu 15 Meter, jeweils gemessen vom äußeren Rand der befestigten, für den Kraftfahrzeugverkehr bestimmten Fahrbahn,</p> <p>2. bauliche Anlagen, die über Zufahrten oder Zugänge an Landesstraßen oder Kreisstraßen, die im Wesentlichen von Einmündungen, höhengleichen Kreuzungen und Zufahrten frei sind, unmittelbar oder mittelbar angeschlossen werden sollen, nicht errichtet werden.</p>	
A 2	Bezirkskammer Rems-Murr der Industrie- und Handelskammer Region Stuttgart, Waiblingen Stellungnahme vom 07.12.2018	
	<p>[...]</p> <p>Vielen Dank für Ihr Schreiben vom 05.11.2018 und die Gelegenheit zur Stellungnahme.</p> <p>Die Bezirkskammer Rems-Murr der IHK Region Stuttgart begrüßt grundsätzlich die Bemühungen der Gemeinde Winnenden, einer Überfrachtung und sonstigen störenden Fehlentwicklungen entgegen zu wirken, die in gestalterischer Hinsicht von Werbeanlagen und Sondernutzungen ausgehen und zu einer negativen Beeinflussung des Stadtbildes und einer Minderung der Standortqualität führen.</p> <p>Von einer Stellungnahme zum Gutachten für eine Satzung zur Regelung von Werbeanlagen in der Innenstadt von Winnenden sehen wir ab; da der im Kapitel 5 des Gutachtens enthaltene Vorschlag einer Werbeanlagensatzung inhaltsgleich in den vom Gemeinderat der Stadt Winnenden beschlossenen Entwurf der Satzung zur Regelung von Werbeanlagen in der Innenstadt in Winnenden eingeflossen ist und zu diesem Entwurf eine Stellungnahme unsererseits mit gesondertem Schreiben erfolgt.</p> <p>Zum Gutachten bzw. zum Berichtsentwurf für einen Leitfaden für Sondernutzungen im öffentlichen Raum für die Stadt Winnenden haben wir folgende Anmerkungen:</p> <p>Im Kapitel 5 (S. 9 ff.) finden sich Vorschläge für einen zukünftigen Leitfaden zu Sondernutzungen. Dieser Leitfaden soll als „ergänzendes Beurteilungsinstrument bei der</p>	<p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p> <p>Die genannte Stellungnahme der Bezirkskammer Rems-Murr der Industrie- und Handelskammer Region Stuttgart wird im parallel laufenden Verfahren für die Aufstellung der Satzung zur Regelung von Werbeanlagen in der Innenstadt in Winnenden behandelt.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p> <p>Der Leitfaden für Sondernutzungen im öffentlichen Raum ist behördenintern innerhalb der</p>

Werbeanlagenkonzeption der Stadt Winnenden

Nr.	Stellungnahme von	Prüfung der Stellungnahme
	<p>Erteilung einer Sondernutzungserlaubnis" nach § 16 Straßengesetz für Baden-Württemberg (StrG BW) dienen. Aus unserer Sicht kann dem Gutachten an keiner Stelle eindeutig entnommen werden, wie dieser vorgeschlagene Leitfaden rechtlich einzuordnen ist. Auf der einen Seite soll er lediglich als „Beurteilungsinstrument“ - wohl im Rahmen der Ermessensentscheidung nach § 16 Abs. 2 StrG BW - dienen. Auf der anderen Seite enthält der vorgeschlagene Leitfaden durchgehend sehr konkrete Vorgaben, viele Bestimmungen, nach denen bestimmte Warenauslagen, Werbeständer, Möblierungen etc. generell unzulässig sein sollen und hat insoweit den Charakter eines verbindlichen Regelwerks.</p> <p>Vor diesem Hintergrund erachten wir den Vorschlag auf S. 10 des Gutachtens, wonach für bereits genehmigte Sondernutzungen, die dem Leitfaden nicht entsprechen, eine Frist angegeben werden sollte, bis wann diese noch genutzt werden können, für problematisch. Nach § 16 Abs. 1 S. 2 StrG BW darf eine Sondernutzungserlaubnis nur auf Zeit oder auf Widerruf erteilt werden. In den Fällen einer auf Widerruf erteilten Erlaubnis richtet sich der Widerruf nach § 49 LVwVfG. Da die Erlaubnis in diesen Fällen rechtmäßig erteilt wurde, steht dem Berechtigten auch ein gewisser Vertrauensschutz zu und kann unserer Auffassung nach jedenfalls nicht auf einen nachträglich beschlossenen „Leitfaden“ bzw. auf Beurteilungskriterien in einem solchen Leitfaden gestützt werden. Auch in den Fällen einer befristet erteilten Erlaubnis kann der Berechtigte für diese Zeit auf die erteilte Erlaubnis zur Sondernutzung vertrauen. Wir regen daher an, die Aufnahme dieser Passage in einem künftigen Leitfaden zu überdenken.</p> <p>Gegen die Vorschläge im Gutachten für eine räumliche Steuerung von Fremdwerbung im Stadtgebiet der Stadt Winnenden erheben wir derzeit keine Bedenken.</p> <p>Für Informationen über den weiteren Verlauf der Planungen, insbesondere über die Umsetzung der Vorschläge in den beiden letztgenannten Gutachten durch die Gemeinde Winnenden sind wir Ihnen dankbar.</p>	<p>Stadtverwaltung Winnenden für das Amt für öffentliche Ordnung ein verbindliches Regelwerk für die Erteilung einer Sondernutzung im öffentlichen Raum.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen und der Anregung wird nicht gefolgt. Für bereits genehmigte Sondernutzungen, die dem Leitfaden für Sondernutzungen im öffentlichen Raum nicht entsprechen, wird von der Stadtverwaltung eine angemessene Frist gegeben, bis zu der die nicht zulässige Sondernutzung entfernt werden muss und ggfs. eine entsprechend dem Leitfaden für Sondernutzungen im öffentlichen Raum zulässige Sondernutzung beantragt und genutzt werden kann. Das Amt für öffentliche Ordnung der Stadtverwaltung Winnenden hat alle genehmigten Sondernutzungen im öffentlichen Raum ausschließlich auf Widerruf erteilt. Der Gesetzgeber hat in § 16 Abs. 1 S. 2 des Straßengesetzes für Baden-Württemberg (StrG), in der Fassung vom 11.05.1992 (GBl. S. 330, 683) zuletzt geändert durch Gesetz vom 05.02.2019 (GBl. S. 25) m. W. v. 16.02.2019, (StrG) geregelt, dass die Benutzung einer Straße über den Gemeingebrauch hinaus (Sondernutzung) auf Widerruf erteilt werden darf. Ein Vertrauensschutz für auf Widerruf erteilte Sondernutzungen im öffentlichen Raum besteht nicht.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen. Die Bezirkskammer Rems-Murr der Industrie- und Handelskammer Region Stuttgart wird vom Amt für öffentliche Ordnung nach dem Beschluss der Werbeanlagenkonzeption und vor der Umsetzung des Leitfadens für Sondernut-</p>

Werbeanlagenkonzeption der Stadt Winnenden

Nr.	Stellungnahme von	Prüfung der Stellungnahme
		zungen im öffentlichen Raum informiert.
A 3	<p>Dachverband Integratives Planen und Bauen e.V. (DIPB), Filderstadt Stellungnahme vom 10.12.2018</p> <p>[...]</p> <p>Für die Zusendung der Unterlagen zur öffentlichen Auslegung der drei Berichtsentwürfe der Werbeanlagenkonzeption der Stadt Winnenden bedanken wir uns.</p> <p>Der Dachverband Integratives Planen und Bauen e.V. (DIPB) gibt üblicherweise eine Stellungnahme in Bezug auf Barrierefreiheit ab.</p> <p>1. Ausgangslage und Aufgabenstellung Einen wichtigen Einfluss auf die Außenwirkung und Attraktivität einer Fußgängerzone haben u. a. Werbeanlagen. Ebenfalls prägen Sondernutzungen im öffentlichen Raum wie Kundenstopper oder die Möblierung der Außengastronomie das Erscheinungsbild der Innenstadt. Unzureichende Regelungen hinsichtlich der Gestaltung von Werbeanlagen können zu störenden Fehlentwicklungen führen, die das Stadtbild negativ beeinflussen. Um den privaten und öffentlichen Interessen gerecht zu werden ist ein verbindliches Regelwerk erforderlich. Bei der Zulassung von Werbeanlagen und Sondernutzungen sind künftig gestalterische und städtebauliche Aspekte zu berücksichtigen. Die Stadt Winnenden möchte die positive Innenstadtentwicklung unterstützen und ist daher bestrebt mit einem Leitfaden für Sondernutzungen des öffentlichen Raums zu ordnen. Ziel ist es, dass sich sämtliche Sondernutzungen in das Straßen- und Stadtbild einfügen und dieses nicht beeinträchtigen.</p> <p>2. Begriffsbestimmungen Werbeanlagen und sonstige Nutzungen, wie Möblierung der Außengastronomie stellen gemäß Straßengesetz Sondernutzungen dar. Diese ist nur nach vorheriger Erlaubnis durch das Amt für öffentliche Ordnung zulässig, § 16 Straßengesetz für Baden Württemberg.</p> <p>3. Vorgehensweise Zur Bewertung der Bestandssituation führten Mitarbeiter des Büros Dr. Acocella im März 2018 eine Begehung der Innenstadt von Winnenden durch und bewerteten die</p>	<p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p>

Werbeanlagenkonzeption der Stadt Winnenden

Nr.	Stellungnahme von	Prüfung der Stellungnahme
	<p>verschiedenen Werbeanlagen und Sondernutzungen im öffentlichen Raum</p> <p>4. Räumlicher Geltungsbereich Innenstadt Schutzzone I der Satzung zur Regelung von Werbeanlagen in der Innenstadt.</p> <p>5. Nicht erlaubte Elemente Folgende Elemente sind unzulässig: zusätzlich angebrachte Elemente an Werbeständer (z. B. Ballons, Beleuchtung, Fahnen - Werbefahnen) sich drehende Werbeständer und Werbeständer mit wechselnder Darstellung oder Laufschrift, Sonderformen, aufblasbare und kompressorbetriebene Werbestände, Skulpturen und übergroße Darstellungen von Produkten und Objekten.</p> <p>6. Stellungnahme des DIPB Die DIN 18040-3 (mit den einschlägigen Verweisen auf andere Normen entsprechend Ziff. 1 und 2 dieser Norm) ist zwingend einzuhalten.</p> <p>In diesem Zusammenhang ist es ebenfalls sehr wichtig, "Einbauten" und "Engstellen" auf Gehwegen (siehe Ziff. 5.1.1 und 5.1.2 dieser Norm) möglichst zu vermeiden, was der Regelfall sein wird. Falls dennoch in Einzelfällen Einbauten oder Engstellen vorgesehen werden (müssen), sind diese in einem entsprechenden Plan verbindlich "verortet" darzustellen und ein späteres Abweichen (im unkontrollierten Alltag) davon auszuschließen.</p>	<p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p> <p>Die DIN 18040-3:2014-12, barrierefreies Bauen - Planungsgrundlagen - Teil 3: öffentlicher Verkehrs- und Freiraum, beinhaltet Grundlagen für die Planung, Ausführung und Ausstattung von barrierefreien Verkehrs- und Außenanlagen im öffentlich zugänglichen Verkehrs- und Freiraum. Die DIN 18040-3 enthält neben allgemeinen Planungsanforderungen besondere Planungsanforderungen an die barrierefreie Gestaltung von Verkehrs- und Außenanlagen. Sie gibt darüber hinaus Hinweise für die barrierefreie Gestaltung von Außenanlagen, die nicht öffentlich zugänglich sind.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen. Nach § 16 Abs. 1 S. 3 des Straßengesetzes für Baden-Württemberg (StrG), in der Fassung vom 11.05.1992 (GBl. S. 330, 683) zuletzt geändert durch Gesetz vom 05.02.2019 (GBl. S. 25) m. W. v. 16.02.2019, (StrG) soll eine Erlaubnis für die Benutzung einer Straße über den Gemeingebrauch hinaus (Sondernutzung) nicht erteilt werden, wenn Menschen mit Behinderungen durch die Sondernutzung in der Ausübung des Gemeingebrauchs erheblich beeinträchtigt würden. Den Hinweis, die Sondernutzungen im Bereich von Engstellen und sonstigen die sonstigen Stellen, bei denen die Ausübung des Gemeingebrauchs beeinträchtigt sein kann, in einem Lageplan lagegenau einzutragen, geben wir hiermit gerne an das Amt für öffentliche Ordnung der Stadtverwaltung Winnenden weiter.</p>

Werbeanlagenkonzeption der Stadt Winnenden

Nr.	Stellungnahme von	Prüfung der Stellungnahme
	<p>Für blinde und sehbehinderte Menschen ist z. B. darauf zu achten, dass sogenannte "Werbestopper" möglichst nicht zugelassen werden sollen. Die Nutzung des öffentlichen Raums beispielsweise durch Außenbewirtschaftungen usw. im Straßen- bzw. Gehwegverlauf sind in einer geradlinigen Flucht auszuweisen. Dies ist insbesondere für Menschen mit Behinderung eine Erleichterung in der Orientierung.</p> <p>Der DIPB ist zu gegebener Zeit / entsprechendes Planungsstadium gerne bereit, die Situation (Bestand und Planung) "vor Ort" zu erörtern.</p>	<p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen und der Anregung wird nicht gefolgt.</p> <p>Ein vollständiges Verbot von sogenannten Kundenstoppfern im öffentlichen Raum würde einzelne Gewerbetreibende in der Ausübung ihres Gewerbes beeinträchtigen.</p> <p>Zu den Werbeständern (Kundenstopper) im Sinne des Leitfadens für Sondernutzungen im öffentlichen Raum zählen alle auf dem Boden stehenden, selbsttragenden und mobilen Konstruktionen, die der Geschäfts- oder Produktwerbung dienen (z. B. Klapptafeln, Hinweisschilder und Werbefahnen). Werbeständer (Kundenstopper) dürfen ausschließlich vor die an einen öffentlich zugänglichen Bereich angrenzende Fassade mit einem Abstand von maximal 1,5 m, gemessen von der Gebäudeaußenwand der Stätte der Leistung, aufgestellt werden. Die Anzahl der Werbeständer ist je Gewerbeeinheit auf einen Werbeständer beschränkt. Eine Gewerbe- bzw. Funktionseinheit liegt vor, wenn unter den Gesichtspunkten eines gemeinsamen Nutzungskonzepts, der Ergänzung der Sortimente und der Nutzung von Synergieeffekten eine Gewerbeeinheit in der Außenwirkung vorliegt. In diesen Fällen ist die Anzahl der Werbeständer je Gewerbe- bzw. Funktionseinheit auch auf einen Werbeständer beschränkt. Werbestände dürfen maximal 0,7 m breit, 1,2 m hoch und 0,8 m tief sein. Diese Außenabmessung entspricht einem Werbeständer DIN A1 mit einer Plakatfläche von rund 0,5 m².</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p>
<p>A 4</p>	<p>Deutsche Bahn AG, DB Immobilien Region Südwest, Karlsruhe Stellungnahme vom 12.12.2018 – Az.: TÖB-KAR-18-40740</p>	
	<p>[...]</p> <p>Die Deutsche Bahn AG, DB Immobilien als von der DB Netz AG und DB Station&Service AG bevollmächtigtes Unternehmen, übersendet Ihnen hiermit folgende Gesamtststellungnahme der Träger öffentlicher Belange zum o. g. Verfahren.</p> <p>Gegen die Neuaufstellung der Werbekonzeption bestehen von Seiten der Deutschen Bahn AG hinsichtlich der TöB-Belange keine Einwendungen, wenn folgende Hinweise und Anregungen beachtet und berücksichtigt werden.</p>	<p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p>

Werbeanlagenkonzeption der Stadt Winnenden

Nr.	Stellungnahme von	Prüfung der Stellungnahme
	<p>Der Geltungsbereich der vorgelegten Planung beinhaltet Flächen, welche sich im Eigentum der Deutschen Bahn AG befinden. Bei diesem gewidmeten Bahngelände handelt es sich um eine planfestgestellte Bahnanlage, welche Bestandsschutz genießt. Bahnanlagen werden nach dem Allgemeinen Eisenbahngesetz festgesetzt. Das Fachplanungsrecht über diese Fläche obliegt hier dem Eisenbahn-Bundesamt. Die Planungshoheit kann auf die Gemeinde / Stadt nur durch eine Entwidmung der Fläche übergehen.</p> <p>Gegebenenfalls ist die Stellungnahme unseres Vertragspartners Ströer DERG Media GmbH zu beachten.</p> <p>Werbeanlagen auf Bahngrundstück müssen über Ströer DERG Media GmbH beantragt werden.</p> <p>Wir gehen davon aus; dass die eventuelle Aufstellung von Werbeanlagen unmittelbar zu Bahnanlagen der DB Netz AG vorab zur Abstimmung und Genehmigung (Abstand zu Bauwerken, Standsicherheitsnachweis, usw.) vorgelegt werden.</p> <p>Durch den Eisenbahnbetrieb und die Erhaltung der Bahnanlagen entstehen Emissionen (insbesondere Luft- und Körperschall, Abgase, Funkenflug, Abriebe z. B. durch Bremsstäube, elektrische Beeinflussungen durch magnetische Felder etc.), die zu Immissionen an benachbarter Bebauung führen können.</p> <p>Beleuchtungsanlagen von Parkplätzen, Wegen, Werbung und dergleichen, sind blendfrei zum Bahnbetriebsgelände hin zu gestalten. Sie sind in ihrer Farbgebung und Strahlrichtung so anzuordnen, dass jegliche Signalverwechslung und Blendwirkung ausgeschlossen ist. Sollte sich nach der Inbetriebnahme eine Blendung herausstellen, so sind vom Bauherrn entsprechende Abschirmungen anzubringen.</p> <p>Falls noch nicht geschehen, bitten wir im Rahmen der Anhörung der Träger öffentlicher Belange das Eisenbahn-Bundesamt zu beteiligen. Zuständige Stelle in diesem Falle:</p>	<p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen und der Hinweis wird berücksichtigt. Der räumliche Geltungsbereich der Satzung zur Regelung von Werbeanlagen in der Innenstadt in Winnenden wird um die Grundstücke, die sich im Eigentum der Deutschen Bahn AG befinden bzw. die als Bahnanlagen dienende Flächen sind, reduziert. Dies betrifft das Grundstück, Flst. Nr. 2801, nordwestlich des Bahnhofs Winnenden.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen. Die DB Netz AG wird bei Bauanträge für die Errichtung von Werbeanlagen, die sich im Nahbereich der Bahnanlagen befinden, gehört.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p>

Werbeanlagenkonzeption der Stadt Winnenden

Nr.	Stellungnahme von	Prüfung der Stellungnahme
	<p>Eisenbahn-Bundesamt, Außenstelle Karlsruhe / Stuttgart, Südenstraße 44, 76135 Karlsruhe</p> <p>Wir bitten Sie, uns die Abwägungsergebnisse zu gegebener Zeit zuzusenden und uns an dem Verfahren weiterhin zu beteiligen.</p>	<p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen. Die Deutsche Bahn AG, DB Immobilien Region Südwest, wird über das Ergebnis der Behandlung der Stellungnahme schriftlich informiert.</p>
A 5	VdS-Winnenden e. V., Leutenbach Stellungnahme vom 12.12.2018	
	<p>[...]</p> <p>Anfang November hatten Herr Markus Schlecht und Herr Tim Hettich das neue Konzept "Werbeanlagen in der Innenstadt und Sondernutzungen im öffentlichen Raum" zur Diskussion vorgestellt. Daraufhin haben sich in unserem Verband mehrere Mitglieder zusammengesetzt und sind zu einem Ergebnis gekommen, das Sie dem Anhang entnehmen können. Sehr gerne würde sich ein kleinerer Kreis vom VdS mit Herrn Schlecht, Herrn Hettich und Herrn OB Holzwarth zusammensetzen und das von unserem Kreis zusammengetragene nochmals erläutern. Das Ziel sollte sein, dass wir gemeinsam die Innenstadt mit einem neuen Konzept positiv weiterentwickeln. Sehr gerne erwarten wir Terminvorschläge von Ihnen.</p> <p>Das vorliegende Acocella Gutachten hat den VdS dazu veranlasst sich intensiv mit der Thematik auseinander zu setzen. In einer Befragung von einzelnen VdS Mitgliedern und einem anschließenden, kleinen Arbeitskreis entstanden einige wichtige Kernthemen.</p> <p>Auf den folgenden Seiten finden Sie im Detail die Ausarbeitung unserer drei Kernthemen:</p> <p>1. STADTSPAZIERGANG Reicht dies als Basis für ein Gutachten?</p> <p>2. HISTORISCHES STADTBILD Winnenden bietet so viel mehr!</p> <p>3. UMSATZEINBRUCH EINZELHANDEL Stärkung des stationären Einzelhandels gegenüber Online</p> <p>Wunsch eines Termins mit Oberbürger-</p>	<p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen. Am 11. Januar 2019 hat ein gemeinsamer Besprechungstermin stattgefunden.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis ge-</p>

Werbeanlagenkonzeption der Stadt Winnenden

Nr.	Stellungnahme von	Prüfung der Stellungnahme
	<p>meister Hartmut Holzwarth, Amtsleiter Stadtentwicklung Markus Schlecht und Geschäftsführer VaW Timm Hettich Der VdS, vertreten durch [...] und 1-2 weitere Mitglieder, würde sich gerne mit den oben genannten Herren an den runden Tisch setzen und die Argumente mündlich vorbringen.</p> <p>STOP der weiteren Planung aufgrund des unzureichenden Gutachtens Der VdS bittet aktuell um einen STOP der weiteren Planung bezüglich Werbeanlagen-Regelung bis das weitere Vorgehen abschließend geklärt ist und ein fundiertes Gutachten unter Berücksichtigung aller Parameter erstellt ist.</p> <p>1. STADTSPAZIERGANG Reicht dies als Basis für ein Gutachten?</p> <p>Ein Stadtspaziergang reicht uns als Grundlage für ein Gutachten nicht aus. Um ein so wichtiges und sensibles Thema zu hinterleuchten, das für die nächsten Jahre Bestand haben sollte, wünschen wir uns eine intensive Untersuchung.</p> <p>Was könnte das sein? Im Folgenden ein paar wünschenswerte Maßnahmen zur Erstellung eines fundierten Gutachtens:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gründung eines Arbeitskreises mit Fachleuten aus Stadtmarketing, Einzelhandel, ggf. Einzelhandelsverband 	<p>nommen. Am 11. Januar 2019 hat ein gemeinsamer Besprechungstermin stattgefunden.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen. Das Verfahren für die Ausarbeitung einer Werbeanlagenkonzeption läuft weiter. Die Öffentlichkeit und die Behörden und sonstigen Träger öffentlicher Belange werden beteiligt.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen. Das Stadtentwicklungsamt hat in einer Bürgerwerkstatt am 23. April 2018 erste Regelungsvorschläge in Bezug auf Werbeanlagen in der Innenstadt und Sondernutzungen im öffentlichen Raum zusammen mit den Teilnehmerinnen und Teilnehmern erarbeitet. Am 22. Oktober 2018 wurden den anwesenden örtlichen Gewerbetreibenden und interessierten Bürgerinnen und Bürger die Entwurfsergebnisse für die Werbeanlagensatzung für die Innenstadt und den Leitfaden für Sondernutzungen im öffentlichen Raum vorgestellt. Zusammen mit den anwesenden Einzelhändlern und Bürgerinnen und Bürgern wurden die einzelnen Regelungsinhalte diskutiert und ergänzende Anregungen festgehalten. Die drei Berichtsentwürfe für die Werbeanlagenkonzeption für die Stadt Winnenden lagen vom 12. November 2018 bis 12. Dezember 2018 beim Stadtentwicklungsamt der Stadt Winnenden öffentlich aus und konnten auf der städtischen Internetseite der Stadt Winnenden abgerufen werden. Der intensive Austausch, auch mit den örtlichen Gewerbetreibenden, ist für eine fundierte Werbeanlagenkonzeption sehr umfangreich. Die Reduzierung auf den Stadtspaziergang, der vor der Bürgerwerkstatt am 23. April 2018 stattgefunden hat, hat ggfs. ihren Grund in einer Nichtteilnahme an den angebotenen Beteiligungsformaten.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen. Der Austausch mit den anwesenden örtlichen Gewerbetreibenden und interessierten Bürgerinnen und Bürger hat vielfältig stattgefunden. Mit der Gründung eines Arbeitskreises werden keine grundlegend neuen Inhalte für die Erstellung</p>

Werbeanlagenkonzeption der Stadt Winnenden

Nr.	Stellungnahme von	Prüfung der Stellungnahme
	<p>alisierung auf allen Ebenen. Wie schafft Winnenden den Weg ins Digitale Zeitalter, wenn in anderen Städten moderne Werbeformen entstehen? > bspw. Flatscreens mit Bewegtbild im Schaufenster (Digital Signage) > bspw. digitale Litfasssäulen</p> <p>Die Konzentration auf ein „historisches Stadtbild“ ist für die Stadt Winnenden als Kern einer Werbeanlagen-Konzeption in unseren Augen nicht richtig.</p> <p>Winnenden ist eine tolle Einkaufsstadt. Diese Vorzüge genießen die Kunden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Das Winnender Model der kostenlosen Parkplätze um das die Stadt im Umland beneidet wird, - Winnenden als Marktstadt wird auch von der Umgebung positiv wahrgenommen, - eine Fußgängerzone, die durch die kurzen Wege und Ihren Flair sich von anderen Städten abhebt, - geringe Zahl an leer stehenden Geschäften - ein Kreiskrankenhaus, das eine hohe Besucherfrequenz mit sich bringt und - eine hohe Attraktivität durch Grünflächen die in unmittelbarer Zentrumsnähe liegen. <p>Dies sind nur einige Punkte die in den Fokus rücken sollten, um die Attraktivität der Stadt zu erhöhen und weiter auszubauen.</p> <p>3. UMSATZEINBRUCH Stärkung des Einzelhandels gegenüber Online</p> <p>Laut einer aktuellen Umfrage von Ernst & Young (2018) sind die Zahlen erschreckend:</p> <p>Nahezu jeder fünfte Verbraucher kauft seine Weihnachtsgeschenke lieber online.</p> <p>2017 war dieser Anteil nur halb so hoch.</p> <p>Quelle: https://www.ey.com/ch/de/newsroom/news-releases/medienmitteilung-ey-weihnachten-2018-geschenk-budgets-steigen-auf-rekordniveau-warenhauser-profitieren-am-starksten</p> <p>Der Einzelhandel ist seit Jahren rückläufig. Von Jahr zu Jahr wird es drastischer.</p> <p>Daher heißt die wichtige Aufgabe: Wie kann der stationäre Einzelhandel PO-</p>	<p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p> <p>Die genannten Inhalte sind kein Bestandteil der Werbeanlagenkonzeption.</p>

Werbeanlagenkonzeption der Stadt Winnenden

Nr.	Stellungnahme von	Prüfung der Stellungnahme
	<p>SITIV UNTERSTÜTZT werden anstatt mit ÜBERREGLEMENTIERUNG AM UMSATZ GEHINDERT werden.</p> <p>Viele der vorgeschlagenen Maßnahmen im Accocella Gutachten reglementieren zu sehr den Werbeauftritt der Einzelhändler.</p> <ol style="list-style-type: none">1. Vorgeschriebene Größe der Werbeanlagen2. Generelles Verbot von Kundenstoppfern3. Generelles Verbot von Bewegtbild im Schaufenster <p>Besonders die Punkte 2 und 3 sind ein wichtiger Umsatz-Motor für den Einzelhändler, um auf sein spezielles Angebot hinzuweisen. Diese Bausteine weg zu nehmen, zieht mit großer Wahrscheinlichkeit Umsatzeinbußen nach sich.</p> <p>Hier muss fundiert untersucht werden, wie wichtig diese Bausteine bei den Käufern / Passanten als Kaufanreiz wirken und was es gegebenenfalls für Alternativen gibt (s. Punkt 1 STADTSPAZIERGANG > Bürgerbefragung als „kleine, regionale Ernst & Young Umfrage“).</p>	

Werbeanlagenkonzeption der Stadt Winnenden

Nr.	Stellungnahme von	Prüfung der Stellungnahme
B	Stellungnahme der Öffentlichkeit	
B 1	Bürger/in Stellungnahme vom 05.11.2018 und 08.11.2018	
B 1.1	Stellungnahme vom 05.11.2018	
	<p>[...]</p> <p>Jahrzehntlang war ich Geschäftsmann in der Marktstraße, als Mitgestalter von je 18 Weihnachts- und Maimärkten und als Stadtrat mit dem Thema Innenstadt sehr vertraut, kann als Kaufmann auch Positives und Negatives beurteilen.</p> <p>Es fehlen schon immer Fahrradständer und Aschenbecher. Zu viele Zigarettenkippen füllten die Fugen der Pflastersteine. Papierkörbe wurden oft zu spät geleert, auffällig zeitweise bei Filialisten.</p> <p>Wer ist diese Bürgerwerksatt, wer hat diese berufen und wie setzt sich diese zusammen? Ein Verkehrsausschuss muss laut OB vom Gemeinderat gewollt sein.</p> <p>Aktuelles Thema Straßenstopper.</p> <p>Diese müssen sein! Sie finden diese in allen Städten und in den professionellen Rahmen auch optisch okay. Das diese Rollatorfahrer/innen behindern ist wohl ein Witz. Die Mitte der Straße ist so breit, so das Kinderwagen oder Menschen mit Rollator problemlos vorbei fahren können. Außerdem sind diese ganz wichtige, wie der Name sagt, Stopper. Die dort aufgeführten Aktionen werden bereits aus größerer Entfernung auch ungewollt wahrgenommen. Durch jeden Markt zum Beispiel den OBI Baumarkt oder den Müller Drogeriemarkt können Kunden zwanglos durchschlendern, das ist in einem Fachgeschäft nicht möglich. Straßenständer verschiedener Art beleben eine Fußgängerzone, natürlich stilvoll wie von Ihnen gefordert. Wer die Stopper verbieten will, hat vom Handel keine Ahnung. Das eventuell Parfümerien oder andere kleine Artikel gestohlen werden könnten ist ein anderes Problem, ändert aber nichts an der Wichtigkeit auch optisch guter Stopper im Straßenbild. Die Anzahl pro Geschäft zu begrenzen ein anderes Thema.</p> <p>Herr Schlecht, anhängen ein wohl extremer Werbebanner der Stadt 2004, der nicht gut ankam, aber die Stadt, damals Frau Zaneck,</p>	<p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p> <p>Die Anzahl der Werbeständer ist je Gewerbeeinheit auf einen Werbeständer beschränkt. Eine Gewerbe- bzw. Funktionseinheit liegt vor, wenn unter den Gesichtspunkten eines gemeinsamen Nutzungskonzepts, der Ergänzung der Sortimente und der Nutzung von Synergieeffekten eine Gewerbeeinheit in der Außenwirkung vorliegt. In diesen Fällen ist die Anzahl der Werbeständer je Gewerbe- bzw. Funktionseinheit auch auf einen Werbeständer beschränkt.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p>

Werbeanlagenkonzeption der Stadt Winnenden

Nr.	Stellungnahme von	Prüfung der Stellungnahme
	<p>machte in machem ihre eigenen Regeln.</p> <p>Straßenstopper müssen sein.</p>	<p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p>
B 1.2	Stellungnahme vom 08.11.2018	
	<p>[...]</p> <p>Ich danke Ihnen für Ihre umgehende Stellungnahme. Ich möchte aus aktuellem Anlass das Thema Platzierung von Waren im Außenbereich ansprechen. Ich war heute bei der Brigitte Hirneise-Eschen, Fachhandel für Gartenbedarf in der Marktstraße, um Vogelfutter zu kaufen. Familie Hirneise dekoriert verschiedene Waren nett gestaltet auf der Straße vor ihrem Geschäft, optisch auch schön anzusehen, belebend in der Fußgängerzone.</p> <p>Frau Hirneise antwortet mir auf meine Aussage „stellen Sie sich vor diese Außendekoration dürfte nicht mehr sein, dann können wir unseren Laden sofort schließen“. Diese Feststellung würde ich als ehemaliger Geschäftsmann voll unterstreichen. Diese besonderen kleinen Geschäfte machen den reitz einer Fußgängerzone aus, nicht die Filialisten.</p> <p>... was verstehe ich unter einer Bürgerwerkstatt, wer ist das?</p>	<p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p> <p>Die genannte Sondernutzung im öffentlichen Raum, die Warenauslagen des Fachhandels für Gartenbedarf von Frau Brigitte Hirneise-Eschen in der Marktstraße 42 in Winnenden, sind nach dem im Entwurf vorgelegten Leitfaden für Sondernutzungen im öffentlichen Raum zulässig. Pro Gewerbeeinheit sind maximal zwei Arten der Warenpräsentation zulässig (z. B. Wühltische, Warenkörbe, Kleiderständer, Auslagen auf dem Boden, Warenautomaten, mobile Vitrinen, Drahtcontainer und Ausstellung von Einzelstücken). Die in der Klammer aufgelisteten Beispiele sind nicht abschließend. Der Leitfaden für Sondernutzungen im öffentlichen Raum verhindert nur Missstände, wie zum Beispiel ungestaltete Warenauslagen mit Lagercharakter und minderwertige Transportverpackungen (z. B. Europaletten, Pappkartons, Einkaufswagen, Wäschekörbe aus Plastik etc.). Alle Arten der Warenauslagen, die keinen objektiven Missstand darstellen, wie zum Beispiel Holzkisten und Körbe, die eine ansprechende Warendekoration darstellen, sind zulässig.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p> <p>Die Bürgerwerkstätten sind ein dialogorientiertes Veranstaltungsformat, um u. a. den örtlichen Gewerbetreibenden bzw. Händlern eine Plattform zum Austausch anzubieten. Bei der Bearbeitung der Werbeanlagenkonzeption standen die Bürgerbeteiligung, der Meinungsaustausch und die transparente Entscheidungen im Vordergrund.</p>
B 2	Bürger/in Stellungnahme vom 08.11.2018	
	<p>[...]</p> <p>Die Innenstadt Winenndens ist auch Dank der aufwendigen, aber sehr schönen Blumenbepflanzung und der Fußgängerzone mit Stadtmöblierung sehr ansprechend.</p> <p>Der Wochenmarkt ist Gott sei Dank immer recht gut frequentiert und ein Anziehungs-</p>	<p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p>

Werbeanlagenkonzeption der Stadt Winnenden

Nr.	Stellungnahme von	Prüfung der Stellungnahme
	<p>punkt. Den fleißigen und engagierten Marktbeschickern sei Dank.</p> <p>Natürlich ist eine ansprechende Optik einer Fußgängerzone eine laufende Herausforderung für die Händler. <u>Aber man kann auch in angeblicher „Schönheit“ sterben!</u></p> <p>Die städtischen Mitarbeiter und deren Berater tragen für die Entscheidung kein wirtschaftliches Risiko!</p> <p>Wer sehen will, wie kalt und öde eine Fußgängerzone ohne Warenangebote vor den Geschäften aussieht, möge vor allem in der kälteren Jahreszeit am Wochenende durch die Fußgängerzone gehen.</p> <p>Für die Händler haben vor allem Warenangebote vor dem Ladengeschäft eine relevante wirtschaftliche Bedeutung. Hier werden Sonderposten und Saisonware Passanten angeboten, die konkret nicht in die Geschäfte gekommen wären.</p> <p>Wir halten die bisher von der Stadtverwaltung betriebene Satzung zur Regelung der Werbeanlagen für äußerst <u>negativ</u> für die Innenstadt. Die Satzung wird voraussichtlich ein juristisches Ungetüm, das die besonderen Bedürfnisse der verschiedenen Handels- und Gastronomieangebote <u>in keiner Weise berücksichtigt</u>.</p>	<p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen. Die vollständige Verbannung von allen Warenauslagen und sonstigen Gegenständen im öffentlichen Raum ist nicht das Ziel des Leitfadens für Sondernutzungen im öffentlichen Raum.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen. In der Innenstadt sollen sich sämtliche Sondernutzungen im öffentlichen Raum in das Straßen- und Stadtbild einfügen und dieses nicht beeinträchtigen, sondern aufwerten. Der aktuelle Entwurf für den Leitfaden für Sondernutzungen im öffentlichen Raum sieht daher vor, dass Warenauslagen in Farbe, Form und Material aufeinander abzustimmen sind. Es ist ausschließlich eine zurückhaltende Farbgebung zulässig und es sind maximal zwei Arten der Warenpräsentation pro Nutzungseinheit zulässig, allerdings auch eine große Auswahl derselben (z. B. Wühltische, Warenkörbe, Kleiderständer, Auslagen auf dem Boden, Warenautomaten, mobile Vitrinen, Drahtcontainer und Ausstellung von Einzelstücken).</p> <p>Ungestaltete Warenauslagen mit Lagercharakter und minderwertige Transportverpackungen (zum Beispiel Europaletten, Pappkartons, Einkaufswagen und Wäschekörbe aus Plastik) sind nicht zulässig.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen. Die Stadtverwaltung möchte zusammen mit dem Handel und der Gastronomie eine positive Innenstadtentwicklung unterstützen. Deshalb sind unser Gemeinderat und die Stadtverwaltung gemeinsam bestrebt, mit einem Leitfaden die gegebenen Sondernutzungen im öffentlichen Raum zu regeln.</p>

Werbeanlagenkonzeption der Stadt Winnenden

Nr.	Stellungnahme von	Prüfung der Stellungnahme
	<p>Die Attraktivität einer Fußgängerzone für den Kunden bemisst sich nicht an städtischen detaillierten Verordnungen, sondern am Warenangebot, das engagierte Händler ständig an die Kundenbedürfnisse anpassen.</p> <p>Eine Bürgerbegehung zu einem Zeitpunkt durchzuführen, der zwar in die Arbeitszeitlage städtischer Beamter passt, aber ansonsten nur Rentner anspricht, führt u. E. zu nicht repräsentativen Ergebnissen. Das Argument, dass Auslagen und Stopper eine Behinderung für Passanten, insbesondere Ältere und Behinderte darstellt, können wir in der täglichen Praxis vor Ort nicht nachvollziehen.</p>	<p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p> <p>Die Innenstadt befindet sich, in einem intensiven Wettbewerb um Kunden. Attraktive Fachgeschäfte und Dienstleistungsangebote sind am Standort wichtig. Eine gewisse Offenheit im öffentlichen Raum, der vor einiger Zeit neu gestalteten und barrierefreien Marktstraße, schafft zusätzliche eine Attraktivität. Wenn ich einkaufen gehe, will ich schließlich meinen Freiraum. Ich brauche also meinen Platz zum Gehen und zum Sehen. Die Angebote der Geschäfte möchte ich entspannt wahrnehmen können, ohne zum Beispiel von störenden und missgestalteten Werbeaufstellern attackiert zu werden. Stört mich dies schon auf dem Parkplatz und im Eingangsbereich eines großflächigen Marktes, dann erst recht hier in der Innenstadt. Denn nur wenn die Atmosphäre in der Innenstadt stimmt, fühle ich mich auch als Kunde wohl. Die Marktstraße soll also zum Flanieren einladen und auch frei passierbar sein. Dies geht allerdings nicht nur mir persönlich so, sondern viele Kunden und insbesondere die Kunden mit Einkaufsrollwagen, Kinderwagen und die Gehbehinderten und die sehingeschränkten Menschen reklamieren dieses Bedürfnis sehr stark.</p> <p>Die Offenheit sollte sich aber auch in der Präsentation der Geschäfte wiederfinden. Warenauslagen sollen harmonisch aufeinander abgestimmt werden. Scheiben sollten nicht mit Folien zugeklebt sein, wo man nicht mehr erkennen kann, was und wer sich dahinter befindet.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p> <p>Demokratie braucht Bürgerbeteiligung, Meinungsaustausch und transparente Entscheidungen. Die Akteure vor Ort wurden von Anfang an nicht nur informiert, sondern konnten sich auch aktiv an der Erarbeitung der Bausteine für die Werbeanlagenkonzeption der Stadt Winnenden beteiligen. Das Stadtentwicklungsamt und der Verein Attraktives Winnenden organisierten am 23. April 2018 einen öffentlichen Stadtspaziergang, Beginn 19.00 Uhr, mit anschließender Bürgerwerkstatt. In der Bürgerwerkstatt wurden ab 19:45 Uhr die ersten Regelungsvorschläge in Bezug auf Werbeanlagen in der Innenstadt und Sondernutzungen im öffentlichen Raum gemeinsam erarbeitet. Die ausgearbeiteten Entwurfsergebnisse wurden am 22. Oktober 2018 der Öffentlichkeit vorgestellt. Der Beginn der Veranstaltungen wurde immer absichtlich ab 19.00 Uhr so gewählt, dass auch alle Winnender Händler nach Geschäftsschluss teilnehmen können. Die Aussage, dass der Beginn der Veranstaltungen Zeit für "städtische Beamte und</p>

Werbeanlagenkonzeption der Stadt Winnenden

Nr.	Stellungnahme von	Prüfung der Stellungnahme
	<p>Was ist, wenn unsere Befürchtungen eintreten? Dann ist „das Kind in den Brunnen gefallen“. Wenn Unternehmen sich mangels Rentabilität zurückziehen oder die Geschäftsstruktur sich negativ verändert, ist dies nicht mehr reversibel. Deshalb ist hier äußerste Sensibilität gefragt.</p> <p>Vielleicht sollten sich Ihre Mitarbeiter mal in anderen Städten umsehen und die dortigen längerfristigen Erfahrungen in die Entscheidungsvorlage einbeziehen. Vor allem die längerfristigen wirtschaftlichen Folgen sollten hier berücksichtigt werden.</p> <p>Sofern gewünscht, stehen wir auch für ein persönliches Gespräch nach telefonischer Terminabstimmung unter [...] gerne zur Verfügung.</p>	<p>Rentner" gewählt wurde, erschließt sich daher nicht.</p> <p>Das Stadtentwicklungsamt befindet sich im regen Austausch mit Bürgerinnen und Bürgern sowie Händlerinnen und Händlern und sammelt Anregungen und Vorschläge.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p> <p>Das Warenangebot und die dafür benötigten Flächen werden durch den Leitfaden für Sondernutzungen im öffentlichen Raum nicht beschränkt und die stadtgesterischen Vorgaben für die Präsentation durch den Leitfaden für Sondernutzungen im öffentlichen Raum schmälern damit sicher nicht die Umsätze der Händler! Eher sind sie für diese förderlich.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p> <p>Das Stadtentwicklungsamt greift auch vielschichtige Best-Practice-Regelungsbeispiele zurück und berücksichtigt dabei auch die wirtschaftlichen Interessen der örtlichen Gewerbetreibenden.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p> <p>Bei einer gemeinsamen Besprechung am 11. Dezember 2018 wurden weitere Details ausgetauscht.</p>
B 3	Bürger/in Stellungnahme vom 08.12.2018	
	<p>[...]</p> <p>Es ist sicher eine richtige Entscheidung, das Anbringen und Gestalten von Werbeanlagen in der historischen Innenstadt und ihrer Umgebung zu ordnen und harmonisch in das Stadtbild einzufügen. Der hierfür erarbeitete Satzungsentwurf liegt derzeit bis 12. Dezember 2018 öffentlich aus, mit der Möglichkeit Stellungnahmen abzugeben.</p> <p>Beim Durchsehen fiel mir auf, dass der ausliegende Satzungsentwurf erhebliche formale und inhaltliche Mängel aufweist, die zeigen, dass gewisse Rechtsgrundsätze sowie satzungs- und kommunalrechtliche Vorgaben nicht berücksichtigt wurden. Vor einer Verabschiedung durch den Gemeinderat sollten, ja müssen, sie unbedingt behoben werden. Im Einzelnen sind dies:</p>	<p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen und der Anregung wird nicht gefolgt.</p> <p>Die Rechtsgrundlagen des Baugesetzbuches, der Landesbauordnung für Baden-Württemberg und der Gemeindeordnung für Baden-Württemberg wurden beachtet. Mit der Sitzungsvorlage für den Beschluss der Satzung über die Satzung zur Regelung von Werbeanla-</p>

Werbeanlagenkonzeption der Stadt Winnenden

Nr.	Stellungnahme von	Prüfung der Stellungnahme
	<p>1. <u>Gesetzliche Satzungsermächtigung</u> Satzungen als nachgeordnete Rechtsnormen bedürfen zu ihrem Erlass einer ausdrücklichen gesetzlichen Ermächtigung. Im vorliegenden Fall ist dies § 74 der Landesbauordnung und § 4 der Gemeindeordnung. Beide sind im Entwurf jedoch nicht genannt. Zu Beginn wäre deshalb aus rechtsstaatlichen Gründen folgender Text aufzunehmen:</p> <p>Aufgrund von § 74 Abs. 1 der Landesbauordnung (LBO) in der Fassung vom 5. März 2010 (GB/.S. 357, 416) in Verbindung mit § 4 der Gemeindeordnung für Baden-Württemberg (GemO) in der Fassung vom 24. Juli 2000 (GBl. S.581, 698) hat der Gemeinderat der Stadt Winnenden am ... folgende örtlichen Bauvorschriften als Satzung beschlossen:</p> <p>2. <u>Textliche Gliederung</u> Im deutschen Rechtsbereich ist es gute Rechtstradition, Rechtsnormen nicht in Ziffern sondern in Paragraphen zu gliedern, wodurch der Rechtsnormcharakter deutlich gemacht wird. Dies sollte auch hier geschehen.</p> <p>3. <u>Gegenstand und Geltungsbereich der Satzung</u> Der Gegenstand und Geltungsbereich der Satzung sollte als deren § 1 gleich zu Beginn deutlich hervorgehoben werden, wobei eine weitere beispielhafte Aufzählung von Werbeanlagen (Ziffer 1.1 Abs. 2), der Hinweis, dass alle Werbeanlagen erfasst werden (Ziffer 1 Abs. 3), und Ziffer 1.5 nicht erforderlich sind. Beispiel:</p> <p style="text-align: center;">§ 1 <u>Gegenstand und Geltungsbereich dieser Satzung</u> (1) Diese Satzung regelt die Größe,</p>	<p>gen in der Innenstadt in Winnenden wird der formelle Satzungstext vorgelegt. Die Satzung hat den räumlichen Geltungsbereich, die Bestandteile, die Ordnungswidrigkeiten und das Inkrafttreten zum Inhalt. Die Bestandteile der Satzung und die beigefügten Unterlagen sind im formellen Satzungstext aufgeführt. Der Satzungstext, der zeichnerische Teil und der Textteil mit den örtlichen Bauvorschriften bilden eine Einheit.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen und der Anregung wird nicht gefolgt. Der formelle Satzungstext enthält inhaltlich die vorgetragenen Inhalte.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen und der Anregung wird nicht gefolgt. Der formelle Satzungstext enthält inhaltlich die vorgetragenen Inhalte.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen und der Anregung wird nicht gefolgt. Der formelle Satzungstext enthält inhaltlich die vorgetragenen Inhalte.</p>

Werbeanlagenkonzeption der Stadt Winnenden

Nr.	Stellungnahme von	Prüfung der Stellungnahme
	<p><i>Gestaltung und das Anbringen von Werbeanlagen im Sinne von § 2 Abs. 9 der Landesbauordnung. Weitergehende Auflagen nach dem Denkmalschutzgesetz in Bezug auf Kulturdenkmale (§§ 2 und 12 des Denkmalschutzgesetzes) und deren Umgebung haben Vorrang.</i></p> <p><i>(2) Verfahrensfreie Werbeanlagen zwischen 0,2 und 1,0 m² Ansichtsfläche bedürfen der Kenntnisgabe nach § 51 der Landesbauordnung.</i></p> <p><i>(3) Der Geltungsbereich dieser Satzung ergibt sich aus dem Lageplan des ... vom 27. August 2018, der als Anlage 1 Bestandteil dieser Satzung ist.</i></p> <p>4. <u>Ordnungswidrigkeiten</u> In der Praxis ist besonders bei Werbeanlagen eine Vorschrift zu Ordnungswidrigkeiten dringend erforderlich, wie im Übrigen auch im gesamten Bauordnungsrecht. Verstöße allein über den Verwaltungszwang zu lösen, ist oft wegen der Beachtung des Grundsatzes der Verhältnismäßigkeit nicht möglich.</p> <p>5. <u>Übergangsbestimmungen, Inkrafttreten, Außerkrafttreten entgegenstehender Vorschriften</u> Am Schluss der Satzung sollten Vorschriften zu Übergangsbestimmungen, zum Inkrafttreten und zum Außerkrafttreten von entgegenstehenden Vorschriften stehen; dies ist jedoch nicht der Fall.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zu den Übergangsbestimmungen würde an sich die Ziffer 1.3 gehören, die jedoch in der vorliegenden Form rechtlich nicht haltbar ist. Bei Satz 1 dieser Ziffer handelt es sich um neue Werbeanlagen, weshalb dies nicht besonders geregelt werden muss. Bei Satz 2 dagegen handelt es sich um nicht genehmigte oder verfahrensfreie Werbeanlagen, für die die Rechtslage im Zeitpunkt der Anbringung maßgebend ist; eine Rückwirkung der neuen Satzungsvorschriften ist rechtsstaatlich nicht zulässig. • Eine Vorschrift zum Tag des Inkrafttretens in der Satzung selbst ist sinnvoll, da ansonsten stets auf den Bekanntmachungsnachweis zurückgegriffen werden muss. • Die Regelung in Ziffer 1.4 ist zu vage und sollte aus rechtsstaatlichen Gründen eindeutiger gefasst werden, 	<p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen und der Anregung wird nicht gefolgt. Der formelle Satzungstext enthält inhaltlich die vorgetragenen Inhalte.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen und der Anregung wird nicht gefolgt. Der formelle Satzungstext enthält inhaltlich die vorgetragenen Inhalte.</p>

Werbeanlagenkonzeption der Stadt Winnenden

Nr.	Stellungnahme von	Prüfung der Stellungnahme
	<p>z. B.:</p> <p style="text-align: center;">§ ... <u>Inkrafttreten</u></p> <p><i>(1) Diese Satzung tritt am ... in Kraft. (2) Gleichzeitig treten in ihrem Geltungsbereich sämtliche örtlichen Bauvorschriften zu Werbeanlagen, insbesondere solche in Bebauungsplänen, außer Kraft.</i></p> <p>6. <u>Zum Inhalt</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Die allgemeinen Anforderungen an Werbeanlagen (Ziffern 3, 4.8, 5.3 und 5.7) sind nachvollziehbar, aber - dessen man muss sich bewusst sein - in der rechtlichen Praxis schwer bis kaum durchsetzbar. • Insgesamt sollten die Vorschriften kompakter und damit übersichtlicher gestaltet werden; sie enthalten auch zu viele Wiederholungen zu Regelungen an anderer Stelle (Muster eines kompakten Textes siehe Anlage). • Es sind u. a. Rechtsbegriffe enthalten, deren Inhalt nicht eindeutig ist (z. B. „abweichende Fassadengliederung“ in Ziffer 4.5 und 5.5). • Teils bestehen auch Widersprüche im Text selbst (z. B. „Fahnen“: Ziffer 4.7 Abs. 2 zu 4.11). 	<p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen. Die Durchsetzbarkeit der Satzung zur Regelung von Werbeanlagen in der Innenstadt von Winnenden ist durch die verbindliche Satzung, die bei der Errichtung von Werbeanlagen als öffentlich-rechtliche Vorschrift maßgebend ist, gewährleistet.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen. Die Regelungen für die Satzung zur Regelung von Werbeanlagen in der Innenstadt in Winnenden sind eindeutig bestimmt. In den Ziffern 4.5 und 5.5 ist geregelt, dass die Brüstungszone im 1. Obergeschoss nicht in Zusammenhang mit Werbung verändert werden darf, z. B. abweichend von der übrigen Gestaltung der Obergeschosse gestrichen oder verkleidet werden. Diese beispielhafte Nennung einer "abweichenden Fassadengliederung" im Vergleich zur übrigen Gestaltung der Obergeschosse, konkretisiert die abweichende Fassadengliederung. Im Übrigen sind in der Begründung zur Satzung zur Regelung von Werbeanlagen in der Innenstadt in Winnenden die örtlichen Bauvorschriften detailliert begründet. Somit sind unbestimmte Begriffe oder Interpretationsspielräume auszuschließen.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen und der Hinweis wird berücksichtigt. In der Ziffer 4.7 sind die Wörter "Fahnen und" zu streichen. Die neu formulierte Regelung werden nur die Werbebanner genannt, die insgesamt nur max. 60 cm in den Straßenraum hineinreichen dürfen, wobei eine lichte Durchgangshöhe</p>

Werbeanlagenkonzeption der Stadt Winnenden

Nr.	Stellungnahme von	Prüfung der Stellungnahme
	<ul style="list-style-type: none"> Anstelle von Ziffer 6 sollte für Ausnahmen und Befreiungen lediglich auf § 56 Abs. 2 bis 6 der Landesbauordnung verwiesen werden, da die dortigen Grundsätze ausreichend sind: <p style="text-align: center;">§ ... <i>Ausnahmen, Befreiungen</i> Für Ausnahmen und Befreiungen gilt § 56 Abs. 2 bis 6 der Landesbauordnung.</p> <p>Ich hoffe, dass diese Anmerkungen und Anregungen mit dazu beitragen können, eine klare und ggf. gerichtsfeste Rechtsgrundlage zu schaffen. Es wäre deshalb sicher kein Fehler, den Satzungsentwurf nochmals von einer im Bauordnungsrecht erfahrenen Verwaltungsperson / Juristen/in durchsehen zu lassen.</p>	<p>über dem Gehsteig von mindestens 2,5 m einzuhalten ist. In der Ziffer 4.11 wird für den Bereich der Schutzzone I neu formuliert, dass Fahnenmasten nicht zulässig sind, mit Ausnahme von Fahnenmasten vor öffentlichen Gebäuden und sonstigen öffentlichen Einrichtungen. Die Errichtung der Fahnenmasten ist für eine zeitlich befristete Beflaggung zulässig.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen und der Hinweis wird nicht berücksichtigt. Bei den festgelegten Ausnahmen und Befreiungen geht es nicht nur um die Abweichungen, Ausnahmen und Befreiungen nach § 56 der Landesbauordnung für Baden-Württemberg, sondern um weitere spezifische Ausnahmen und Befreiungen, wenn zum Beispiel im Einzelfall bei Einhaltung einer zwingenden Satzungsvorschrift das Grundbedürfnis nach angemessener Werbung nicht befriedigt werden kann.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen. Das Stadtentwicklungsamt hat die Satzung zur Regelung von Werbeanlagen in der Innenstadt von Winnenden ausgearbeitet und erkennt zum jetzigen Zeitpunkt keinen notwendigen externen Beratungsbedarf. Die komplexe Baurechtmaterie ist bekannt und eingeübt. Mit der Überarbeitung des Entwurfs für die Satzung zur Regelung von Werbeanlagen in der Innenstadt von Winnenden können ggfs. einzelne Regelungsinhalte noch weiter geschärft werden.</p>
B 4	Bürger/in Stellungnahme vom 06.12.2018	
	<p>[...]</p> <p>Auf der Marktstraße sollen die Sonnenschirme in eine fest eingebaute Bodenhülse gesteckt werden. Schirmständer sind durch ihre Ausladung eine Stolperfalle für Fußgänger.</p> <p>Die "wilde" Bestuhlung ist durch einheitliche Regelungen für die Sondernutzungen im öffentlichen Raum verbindlich zu regeln.</p>	<p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen. Für Sonnenschirme sind ausschließlich in den Boden einbetonierte Bodenhülsen erlaubt.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen. Die möblierten und bewirtschafteten Freiflächen im öffentlichen gewidmeten Straßenraum sind so zu gestalten, dass Menschen mit Behinderungen durch die Sondernutzung in der Ausübung des Gemeindegebrauchs nicht beeinträchtigt sind.</p>

Werbeanlagenkonzeption der Stadt Winnenden

Nr.	Stellungnahme von	Prüfung der Stellungnahme
B 5	Bürger/in Stellungnahme vom 12.12.2018	
	<p>[...]</p> <p>Die Stadt Winnenden plant eine Neuregelung von Werbeanlagen in der Innenstadt von Winnenden.</p> <p>Generell ist der Ansatz einer vereinheitlichten Richtlinie als vorteilhaft zu bewerten. Nach Durchsicht der Satzung zur Regelung von Werbeanlagen in der Innenstadt von Winnenden vom 1.10.2018, möchten wir in den nachfolgenden Beispielen auf einzelne Situationen / Details hinweisen, deren Zweckdienlichkeit für die unterschiedlichen Unternehmen von wesentlicher Bedeutung sind und daher in der Satzung positive Berücksichtigung finden sollten.</p> <p>[...] hat für unser Unternehmen hierfür eine Ist-Situation erstellt und entsprechend in Bezug auf das geplante Regelwerk / Satzung für Werbeanlagen Fallbeispiele kommentiert.</p> <p>Auf folgende Punkte in der geplanten Satzung wird i. B. auf aktuelle bzw. geplante Situationen Stellung genommen:</p> <p>[Bezeichnung der Liegenschaft]</p> <p>4.2. Regelwerk „Werbeanlagen sind in ihrer Gestaltung dem historischen Stadtbild anzupassen.“</p> <p>→ Dieser Punkt ist ungenau und nicht planbar. Es ist zu berücksichtigen, dass neben dem Corporate Design des jeweiligen Werbeschildes eines Unternehmens (Farbe / Signet / Form) auch die ökonomischen Aspekte in der Werbeanlagenherstellung Berücksichtigung finden sollten. Bspw. ist eine unbeleuchtete Schildoptik wesentlich preisgünstiger als die Herstellung von beleuchteten Einzelbuchstaben.</p> <p>4.5. Regelwerk „Werbeanlagen sind nur zulässig im EG und zwischen den Fenstern des EG sowie den Fenstern des OG“</p> <p>→ [...] plant ggf. eine Werbebeschriftung in Einzel- oder Schildoptik. Die Platzierung</p>	<p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p> <p>Werbeanlagen sind in ihrer Gestaltung dem Stadtbild und dem Straßenzug anzupassen. Dies gilt auch für serienmäßig hergestellte Firmenwerbung sowie Waren- und Firmenzeichen. Für die Zulässigkeit von Werbeanlagen sind u. a. der Anbringungsort und die Abmessungen geregelt. Das Corporate Design des Unternehmens kann für die Werbeanlage verwendet werden. Eine Anpassung an das Stadtbild und den Straßenzug verhindert eine Überfrachtung mit störenden Werbeanlagen.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p> <p>Werbeanlagen sind nur im Erdgeschoss und zwischen den Fenstern des Erdgeschosses sowie den Fenstern des Obergeschosses (Brüstungszone des 1. Obergeschosses) zulässig. Die Brüstungszone im 1. Obergeschoss darf</p>

Werbeanlagenkonzeption der Stadt Winnenden

Nr.	Stellungnahme von	Prüfung der Stellungnahme
	<p>wäre situativ zwischen dem 1. + 2. OG optisch und platzierungstechnisch gut zu lösen. Es ist zu berücksichtigen, dass Fernwirkung, Anwendungs- und Platzierungssituation zugunsten des Werbetreibenden und natürlich der Kundschaft, die die Werbebeschriftung als Navigationsbezug benötigt / berücksichtigt.</p> <p>4.8. Regelwerk „Mehrere Werbeanlagen, insbesondere bei mehreren Gewerbeeinheiten in einem Gebäude, müssen so errichtet, angeordnet und gestaltet werden, dass ein einheitliches Gesamtkonzept vorliegt.“</p> <p>→ Die Beschilderung um den Eckpfeiler am Haus rechts wird derzeit als Information der ansässigen Unternehmen genutzt und bietet den Besuchern eine entsprechende Wegesituation. Die Frage stellt sich auch hier, ob diese funktionale Situation regelkonform ist.</p> <p>Für die Optimierung des Erscheinungsbildes werden wir Banner z. B. an der Balkonbrüstung oder Gehwegstopper entfernen bzw. vermeiden.</p> <p>Ferner ist es unser Ziel „Wildplakatierungen“ an unserem Gebäude zu verhindern bzw. zu entsorgen.</p> <p>4.4. Regelwerk „Werbeanlagen zum Schutz der rückwärtigen Wohn- bzw. Grünbereiche sind nur an straßenseitigen Fassaden anzubringen.“</p> <p>4.5. Regelwerk „Werbeanlagen sind nur zulässig im EG und zwischen den Fenstern des EG sowie den Fenstern des OG.“</p> <p>4.10. Regelwerk „Eine Beklebung von Schaufenstern, Fenstern und Glastüren in Form von Schrift- und Bildwerbung ist grundsätzlich nur im Bereich des EG und bis zur Hälfte der Glasfläche zulässig.“</p> <p>→ Nach Lesart des Regelwerkes könnte die jetzige Ist-Situation bei den Aufklebern „Logo [...]“ sowie das Schild „Schülerhilfe“ mit dem Regelwerk in o. g. Punkten kollidieren. Es ist auch hier zu vermerken, dass die</p>	<p>nicht in Zusammenhang mit Werbung verändert werden, z. B. abweichend von der übrigen Gestaltung der Obergeschosse gestrichen oder verkleidet werden. Bauteile und architektonische Gestaltungs- und Gliederungselemente, die dem Gebäude ihr charakteristisches Gepräge geben, dürfen in ihrer Wirkung nicht beeinträchtigt werden.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen. Die Ausführungen zu den aktuell vorhandenen Werbeanlagen an dem Gebäude werden zur Kenntnis genommen. Ob diese baurechtlich auch genehmigt sind ist im Nachgang zu prüfen.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen. Die Ausführungen zu den aktuell vorhandenen Werbeanlagen an dem Gebäude werden zur Kenntnis genommen. Ob diese baurechtlich auch genehmigt sind ist im Nachgang zu prüfen.</p> <p>Beklebung von Schaufenstern, Fenstern, Türen und sonstigen Bauteilen, die der Ankündigung oder Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe oder Beruf dienen, zählen auch zum Regelungsgegenstand dieser Satzung.</p>

Werbeanlagenkonzeption der Stadt Winnenden

Nr.	Stellungnahme von	Prüfung der Stellungnahme
	<p>informative Kommunikation für die Besucher vorteilhaft ist.</p> <p>4.13. Regelwerk „Freistehende Stehlen / Pylone sind nicht zulässig“</p> <p>→ Diese Informationsstehle dient den Besuchern von Seite der Schorndorfer Straße als Navigationshilfe und ist ein wichtiger Bestandteil der Information über die Unternehmen in der Marktstr. [...].</p> <p>4.2. Regelwerk „Werbeanlagen sind in ihrer Gestaltung dem historischen Stadtbild anzupassen.“</p> <p>→ Der Aushang mit hochwertigen Wechselrahmensystemen dient [...] für die Kundeninformation und ist ein wichtiger Bestandteil der Produktinformation für die Laufkundschaft.</p> <p>Für die weiterführende Besucherführung zum Haupteingang des Gebäudes Marktstr. [...] ist eine Informationstafel am Durchgang geplant.</p> <p>[Bezeichnung der Liegenschaft]</p> <p>4.2. Regelwerk „Werbeanlagen sind in ihrer Gestaltung dem historischen Stadtbild anzupassen.“</p> <p>→ Dieser Punkt ist ungenau und nicht planbar. Es ist zu berücksichtigen, dass neben dem Corporate Design des jeweiligen Werbeschildes eines Unternehmens {Farbe / Signet/ Form) auch die ökonomischen Aspekte in der Werbeanlagenherstellung Berücksichtigung finden sollten. Bspw. ist eine unbeleuchtete Schildoptik wesentlich preisgünstiger als die Herstellung von beleuchteten Einzelbuchstaben.</p>	<p>Eine flächige Beklebung von Schaufenstern, Fenstern, Türen und sonstigen Bauteilen in Form von Schrift- und Bildwerbung ist grundsätzlich nicht zulässig. Im Bereich des Erdgeschosses sind kleinteilige Beklebung der Schaufenster, der Fenster, der Türen und der sonstigen Bauteilen mit Einzelbuchstaben in einer Höhe von max. 30 cm und sonstigen kleinteiligen Werbeanlagen mit jeweils maximal 1,5 m² Ansichtsfläche zulässig. Die gesamte Ansichtsfläche aller Teilansichtsflächen einer Fassadenseite beträgt maximal ein Drittel der maßgebenden Schaufenster-, Fenster-, Türen- und sonstigen Bauteilfläche.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen. Die Ausführungen zu den aktuell vorhandenen Werbeanlagen an dem Gebäude werden zur Kenntnis genommen. Ob diese baurechtlich auch genehmigt sind ist im Nachgang zu prüfen.</p> <p>Freistehende Stelen/ Pylonen sind in der Schutzzone I - Innenstadt nicht zulässig.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen. Die Ausführungen zu den aktuell vorhandenen Werbeanlagen an dem Gebäude werden zur Kenntnis genommen. Ob diese baurechtlich auch genehmigt sind ist im Nachgang zu prüfen.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen. Werbeanlagen sind in ihrer Gestaltung dem Stadtbild und dem Straßenzug anzupassen. Dies gilt auch für serienmäßig hergestellte Firmenwerbung sowie Waren- und Firmenzeichen. Für die Zulässigkeit von Werbeanlagen sind u. a. der Anbringungsort und die Abmessungen geregelt. Das Corporate Design des Unternehmens kann für die Werbeanlage verwendet werden. Eine Anpassung an das Stadtbild und den Straßenzug verhindert eine Überfrachtung mit störenden Werbeanlagen.</p>

Werbeanlagenkonzeption der Stadt Winnenden

Nr.	Stellungnahme von	Prüfung der Stellungnahme
	<p>Bezeichnung der 4.4. Regelwerk „Werbeanlagen zum Schutz der rückwärtigen Wohn- bzw. Grünbereiche sind nur an straßenseitigen Fassaden anzubringen.“</p> <p>4.6. Regelwerk „Schriften von Werbeanlagen dürfen nur horizontal auf der Fläche der Brüstungszone des 1. OG angebracht werden.“</p> <p>→ Aufgrund der Fahrsituation ist werbetechnisch die Seitenansicht des Gebäudes für den Publikumsverkehr sehr gut einsehbar und bietet daher eine hohe Werbewirksamkeit. Nach Lesart des Regelwerkes wäre diese Position nicht mehr möglich, was zu Einbußen im Hinblick auf „Aufmerksamkeit“ beim Werbetreibenden führen würde.</p> <p>4.10. Regelwerk „Eine Beklebung von Schaufenstern, Fenstern und Glastüren in Form von Schrift- und Bildwerbung ist grundsätzlich nur im Bereich des EG und bis zur Hälfte der Glasfläche zulässig.“</p> <p>→ Die Vollflächenbeklebung dient sicherlich nicht nur zu Werbezwecken, sondern wird von Unternehmen auch oft zum Schutz von Intimszonen {Kundenberatungsräume etc.} eingesetzt (ähnlich wie bei Milchglasoptik in Arztpraxen). Eine erzwungene „Öffnung“ dieser Flächen würde diesbezüglich nicht zweckdienlich sein.</p> <p>[Bezeichnung der Liegenschaft]</p> <p>Die Wegeführung und Unternehmenskommunikation kann zum heutigen Zeitpunkt</p>	<p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen. Die Ausführungen zu den aktuell vorhandenen Werbeanlagen an dem Gebäude werden zur Kenntnis genommen. Ob diese baurechtlich auch genehmigt sind ist im Nachgang zu prüfen.</p> <p>Werbeanlagen dürfen zum Schutz der rückwärtigen Wohn- bzw. Grünbereiche nur an die an einen öffentlich zugänglichen Bereich direkt angrenzenden Fassaden angebracht werden.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen. Die Ausführungen zu den aktuell vorhandenen Werbeanlagen an dem Gebäude werden zur Kenntnis genommen. Ob diese baurechtlich auch genehmigt sind ist im Nachgang zu prüfen.</p> <p>Beklebung von Schaufenstern, Fenstern, Türen und sonstigen Bauteilen, die der Ankündigung oder Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe oder Beruf dienen, zählen auch zum Regelungsgegenstand dieser Satzung.</p> <p>Eine flächige Beklebung von Schaufenstern, Fenstern, Türen und sonstigen Bauteilen in Form von Schrift- und Bildwerbung ist grundsätzlich nicht zulässig. Im Bereich des Erdgeschosses sind kleinteilige Beklebung der Schaufenster, der Fenster, der Türen und der sonstigen Bauteilen mit Einzelbuchstaben in einer Höhe von max. 30 cm und sonstigen kleinteiligen Werbeanlagen mit jeweils maximal 1,5 m² Ansichtsfläche zulässig. Die gesamte Ansichtsfläche aller Teilansichtsflächen einer Fassadenseite beträgt maximal ein Drittel der maßgebenden Schaufenster-, Fenster-, Türen- und sonstigen Bauteilfläche.</p> <p>Eine Beklebung ohne Aufdruck, d. h. ohne eine Werbeinformation durch entsprechende Abbildungen, Fotos oder Texte, ist keine Werbeanlage nach der Landesbauordnung für Baden-Württemberg und nach dieser Satzung.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p>

Werbeanlagenkonzeption der Stadt Winnenden

Nr.	Stellungnahme von	Prüfung der Stellungnahme
	<p>noch nicht verabschiedet werden. Neben Informationsstehlen sind auch die Brandings an den Hausfassaden von der Satzung auszunehmen. Die Lösung der Wege- und Brandingbeschriftungen sollten erst beim Bauantrag erarbeitet und daher zum jetzigen Zeitpunkt nicht festgelegt werden.</p> <p>Beispielhaft haben wir auf Basis der Entwurfsplanung in diese Visualisierung werbe-technische Elemente eingezeichnet, die jedoch keinen Anspruch auf Vollständigkeit erheben.</p> <p>Nach Lesart des Regelwerkes wären die Unternehmen sehr stark in ihrem Außenauftritt eingeschränkt. Ferner wäre die Wegeführung für Kunden / Besucher stark reglementiert.</p> <p>Für die Informationsdarstellung des neuen Gebäudes [...] wären entsprechende Informationsflächen vorteilhaft.</p> <p>I. B. für die Heimattage 2019 wäre hier ein idealer Platz für das neue Prestigeobjekt der Stadt Winnenden. Entsprechende Ausnahmen vom Regelwerk sind hier bitte zu berücksichtigen bzw. einzuplanen.</p> <p>Im Folgenden möchten wir gerne zwei Vorschläge unterbreiten.</p> <p>A) Informationstafel / Bauschild B) Informationswand mit Detailinformationen</p> <p>Gerne würden wir diese Beispiele gemeinsam mit Ihnen lösungsorientiert und praxisnah besprechen und freue mich von Ihnen zu hören.</p>	<p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p>
<p>B 6</p>	<p>Bürger/in Stellungnahme vom 20.01.2019</p>	
	<p>[...]</p> <p>Da haben Sie etwas angerichtet mit Ihrem Vorschlag - oder ist es bereits beschlossen? - der Reklame - Gehstoppere in der Fußgängerzone! Sie sind optisch und geotechnisch im Weg, man ist auf dem Mittelstreifen verwiesen und das Gesamtbild ist schmal und unschön! Da lieber Kleiderständer und sonstige Waren, das ist lebendig! Für Reklame haben die Geschäfte doch ihre Schaufenster, da müssen sie aus Fußgängern nicht auch noch den Platz versperren.</p>	<p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p> <p>Mit dem Leitfaden für Sondernutzungen im öffentlichen Raum werden die Anzahl der Werbeständer (Kundenstopper) und deren Gestaltung verbindlich vorgegeben. Werbeständer (Kundenstopper) dürfen ausschließlich vor die an einen öffentlich zugänglichen Bereich angrenzende Fassade mit einem Abstand von maximal 1,5 m, gemessen von der Gebäudeaußenwand der Stätte der Leistung, aufgestellt werden. Die Anzahl der Werbeständer ist je Gewerbeeinheit auf einen Werbeständer beschränkt. Eine Gewerbe-</p>

Werbeanlagenkonzeption der Stadt Winnenden

Nr.	Stellungnahme von	Prüfung der Stellungnahme
		<p>bzw. Funktionseinheit liegt vor, wenn unter den Gesichtspunkten eines gemeinsamen Nutzungskonzepts, der Ergänzung der Sortimente und der Nutzung von Synergieeffekten eine Gewerbeeinheit in der Außenwirkung vorliegt. In diesen Fällen ist die Anzahl der Werbeständer je Gewerbe- bzw. Funktionseinheit auch auf einen Werbeständer beschränkt. Es ist ausschließlich eine zurückhaltende Farbgebung zulässig, vorzugsweise die Eigenfarbe des Materials, bei Beschichtungen z. B. schwarz, anthrazit, grau, beige oder weiß. Eine grelle und aufdringliche Farbgebung, hochglänzende bzw. polierte Oberflächen und eine dadurch erzeugte auffällige Wirkung sind nicht zulässig.</p>
B 7	Bürger/in Stellungnahme vom 22.01.2019	
	<p>[...]</p> <p>Vielen Dank für das gute und konstruktive Gespräch mit Ihnen und Ihren Mitarbeitern.</p> <p>Es ist uns gelungen, in einem konstruktiven Dialog zu kommen. Wir bitten den Gemeinderat und die Verwaltung, unsere Wünsche und Anregungen in ihre Entscheidung einzubeziehen. Diese sind folgende:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Die Satzung soll, trotz der Notwendigkeit von Rechtssicherheit, möglichst einfach und flexibel sein. Die Wünsche der Kunden wandeln sich extrem schnell, deshalb müssen Warenangebote innerhalb festgelegter Grenzen flexibel von den Anbietern gestaltet werden können. 2. In der Umsetzung sind konstruktive Dialoge zwischen Händlern und Verwaltung notwendig. Für uns als Handelsunternehmen ist die Möglichkeit, Warenangebote vor den Läden machen zu können, von nahezu existenzieller Bedeutung. Bei der Gestaltung müssen neben optimalen Gesichtspunkten auch wirtschaftliche Gegebenheiten berücksichtigt werden. 3. Wichtig ist auch ein schnelles Genehmigungsverfahren. Hier sind Zeitfenster von maximal einer Woche vorzusehen, um auf witterungsbedingte Gegebenheiten schnell reagieren zu können. 	<p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen. Die Regelungsvorschläge sind in ihrer Differenziertheit sehr einfach gehalten und verhindern Missstände, die zu einer negativen Entwicklung führen.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen. Die örtlichen Gewerbetreibenden bzw. Händler wurden aktiv einbezogen und konnten sich beteiligen.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen. Für die Genehmigungen von Sondernutzungen im öffentlichen Raum ist das Amt für öffentliche Ordnung der Stadtverwaltung Winnenden zuständig.</p>

Werbeanlagenkonzeption der Stadt Winnenden

Nr.	Stellungnahme von	Prüfung der Stellungnahme
	<p>Entscheidend ist, dass in der Innenstadt ein attraktives Warenangebot den Kunden geboten wird und die Geschäfte sich wirtschaftlich tragen, und dies in einem zunehmend härter werdenden Wettbewerb durch das Warenangebot im Internet.</p> <p>Wir hoffen und wünschen uns, dass unsere schöne und liebenswerte Stadt attraktiv bleibt und wir weiter als Anbieter am Markt erfolgreich tätig bleiben können.</p> <p>Die angesprochenen Investitionen werden wir in Angriff nehmen, sofern sich diese wirtschaftlich rechnen und nicht durch zu hohe Auflagen unwirtschaftliche werden.</p>	<p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p> <p>Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen.</p>