

**I. Anmeldung**

Stadtplanungsausschuss

Sitzungsdatum 05.03.2009

Gutachten

öffentlich

**Betreff:**  
**Satzung über Werbeanlagen (WerbeanlagenS - WaS)****Beilagen:**

- Schreiben der IHK und der HWK
- Stellungnahme zum Schreiben IHK und HWK
- Schreiben des LBE
- Stellungnahme zum Schreiben des LBE

**Bisherige Beratungsfolge:**

Gremium	Sitzungsdatum	Bericht	Abstimmungsergebnis		
			angenommen	abgelehnt	vertagt
keine		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Sachverhalt (kurz):**

Die beigefügten Unterlagen gingen erst im Nachgang zum Abstimmungsgespräch mit den Verbänden am 23.02.2009 ein. Da diese Schreiben wesentliche Äußerungen der Interessensgruppen repräsentieren, ist die Nachreichung mit entsprechender Stellungnahme erforderlich.

<b>Beschluss-/Gutachtenvorschlag:</b>	
<b>Finanzielle Auswirkungen:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/> ja, Gesamtkosten in Höhe von € davon investiv € konsumtiv € davon Sachkosten € Personalkosten €
<b>Haushaltsmittel/Verpflichtungsermächtigungen sind bereitgestellt:</b>	<input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/> ja, Betrag € Profitcenter:
<b>Wenn nein, Deckungsvorschlag:</b>	
<b>Auswirkungen auf den Stellenplan:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/> ja, im Umfang von <b>Vollkraftstellen</b>
<b>Abstimmung ist erfolgt mit:</b>	<input type="checkbox"/> Ref. I/OrgA <input type="checkbox"/> Ref. II/Stk <input type="checkbox"/> RA <input type="checkbox"/> Ref. VII <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

*H. Herr* **H. Herrn OBM** *Harly* **K.g.** 04.03.09 **OBM**

**III.Ref. VI**

**Nürnberg, 03.03.2009**

**Ref. VI** *Müller*

*2*

**Ulrich, Daniel**

---

**Von:** Preußner, Harald  
**Gesendet:** Montag, 2. März 2009 10:44  
**An:** Renner, Hermann; Ulrich, Daniel  
**Betreff:** WG: Werbeanlagensatzung der Stadt Nürnberg

Sehr geehrte Herren,

die HWK schließt sich der Stellungnahme der IHK an (siehe nachstehende Nachricht).

Mit freundlichen Grüßen

Harald Preußner

Harald Preußner (Dipl. Verw.Wirt FH)  
Oberverwaltungsrat

Stadt Nürnberg  
Amt für Wirtschaft  
Theresienstraße 9  
90403 Nürnberg

Tel.: 0049/(0)911/231-33 23 direkt  
0049/(0)911/231-28 03 Vorzimmer  
Fax: 0049/(0)911/231-27 62  
email: harald.preussner@stadt.nuernberg.de  
email: wirtschaft@stadt.nuernberg.de

[www.nuernberg.de](http://www.nuernberg.de)  
[www.wirtschaft.nuernberg.de](http://www.wirtschaft.nuernberg.de)

-----Ursprüngliche Nachricht-----

**Von:** Sonja\_Gekas@HWK-Mittelfranken.de [mailto:Sonja\_Gekas@HWK-Mittelfranken.de]  
**Gesendet:** Montag, 2. März 2009 09:38  
**An:** Preußner, Harald  
**Betreff:** AW: Werbeanlagensatzung der Stadt Nürnberg

Sehr geehrter Herr Preussner,

nach telefonischer Rücksprache mit Herrn Wägner kann ich Ihnen folgendes mitteilen:

Herr Wägner und Herr Dr. Lindstadt haben über diese Thema gesprochen und sind einer Meinung, wir schließen und der Stellungnahme der IHK an.  
Vielen Dank und

freundliche Grüße  
Sonja Gekas  
Handwerkskammer für Mittelfranken in Nürnberg  
Sekretariat Geschäftsführer Rainer Wägner  
Sulzbacher Straße 11-15  
90489 Nürnberg

02.03.2009

Telefon.: 0911/5309 242  
Fax: 0911/5309 181  
e-mail: sonja\_gekas@hwk-mittelfranken.de

**Von:** Harald.Preussner@stadt.nuernberg.de [mailto:Harald.Preussner@stadt.nuernberg.de]  
**Gesendet:** Montag, 2. März 2009 09:13  
**An:** Gekas Sonja  
**Betreff:** WG: Werbeanlagensatzung der Stadt Nürnberg

Mit freundlichen Grüßen

Harald Preußner

---

Harald Preußner (Dipl. Verw.Wirt FH)  
Oberverwaltungsrat

Stadt Nürnberg  
Amt für Wirtschaft  
Theresienstraße 9  
90403 Nürnberg

Tel.: 0049/(0)911/231-33 23 direkt  
0049/(0)911/231-28 03 Vorzimmer  
Fax: 0049/(0)911/231-27 62  
email: harald.preussner@stadt.nuernberg.de  
email: wirtschaft@stadt.nuernberg.de

www.nuernberg.de  
www.wirtschaft.nuernberg.de

-----Ursprüngliche Nachricht-----

**Von:** kerstin.krausser@nuernberg.ihk.de [mailto:kerstin.krausser@nuernberg.ihk.de] **Im Auftrag von**  
lindstadt@nuernberg.ihk.de  
**Gesendet:** Freitag, 27. Februar 2009 11:50  
**An:** Preußner, Harald  
**Cc:** werner@lbe.de; Renner, Hermann; rainer\_waegner@hwk-Mittelfranken.de  
**Betreff:** Werbeanlagensatzung der Stadt Nürnberg

Sehr geehrter Herr Preussner,

wir bedanken uns für die Beteiligung an der Vorbereitung einer Werbeanlagensatzung für die Stadt Nürnberg und die sehr intensive Information durch die Bauordnungsbehörde.

Allerdings bestehen von Seiten der Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken nach wie vor erhebliche Bedenken, die geplante Werbeanlagensatzung ( WaS) für das gesamte Stadtgebiet in Kraft zu setzen.

Es ist sicherlich richtig, dass einzelne Werbeanlagen vor allem in den sensiblen Innenstadt-Bereichen den

02.03.2009

Gesamteindruck negativ beeinflussen. Es stellt sich aber die Frage, ob wegen einzelner Verstöße für das gesamte Stadtgebiet eine generelle Verbotssatzung erlassen werden muss, die nur Ausnahmen zulässt. Die Folge ist, dass jede einzelne Außenwerbung von wenigen Ausnahmen abgesehen (am Ort der Leistungserstellung soweit unterhalb erstes Obergeschoss und angemessen) beantragt werden muss und (voraussichtlich) erst gegen Gebühr genehmigt wird. Für den Großteil der Außenwerbung ist dies ein unnötiges Erschwernis.

Aus unserer Sicht sind die bisherigen Regelungen der Bayerischen Bauordnung (BayBO) völlig ausreichend, um die sogenannte „Vermüllung“ bei Werbeanlagen im Stadtgebiet zu verhindern. Es macht wenig Sinn, wenn auf Bemühungen des Landes zur dringend notwendigen Entbürokratisierung auf kommunaler Ebene mit noch aufwändigeren Verfahren reagiert wird.

Der Landesgesetzgeber hat vernünftigerweise die Gestaltung als subjektives Empfinden aus dem Prüfumfang herausgenommen. Dies auf kommunaler Ebene durch eine generelle Verbotssatzung mit dann möglichen Ausnahmegenehmigungen zu regeln, halten wir auch mit Blick auf die Rechtssicherheit für nicht vertretbar.

Die nach der Bayerischen Bauordnung und der einschlägigen Rechtsprechung unzulässigen Werbeanlagen können auch ohne generelle Verbotssatzung auf Anordnung der Bauordnungsbehörde wie bisher untersagt werden. Insofern wäre es aus unserer Sicht sinnvoller und wirtschaftsfreundlicher, anstelle der Satzung eine Vorabberatung zu geben, die die Zulässigkeit im Vorfeld klärt.

Nachdem für sensible Innenstadtbereiche über Erhaltungs- und Gestaltungssatzungen besondere Regelungen vorgesehen werden, ist auch unter diesem Aspekt ein generelles Verbot für das gesamte Stadtgebiet aus unserer Sicht nicht notwendig.

Zu beachten ist auch, dass über den Bestandsschutz vorhandener Werbeanlagen über viele Jahre erhebliche Wettbewerbsverzerrungen zwischen vorhandenen und neu zu beantragenden Werbeanlagen entstehen.

Auch der Zeitpunkt ist aus unserer Sicht denkbar unglücklich gewählt. Die Konjunkturprogramme von Bund und Land versuchen schnelle wirtschaftliche Impulse zu geben. Die geplante Werbeanlagensatzung erschwert und verzögert dagegen die notwendige Werbung der Betriebe auch in der Vielzahl der zulässigen Werbeanlagen.

Aus diesen Gründen bitten wir die Stadt Nürnberg, auf die Verabschiedung der Werbeanlagensatzung in der vorliegenden Form zu verzichten.

Freundliche Grüße

Dr. Hans-Joachim Lindstadt  
Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken  
Leiter Geschäftsbereich Standortpolitik und Unternehmensförderung  
Hauptmarkt 25/27  
90403 Nürnberg  
Tel. ++49 (0)911 1335-383, Fax -333  
email: lindstadt@nuernberg.ihk.de  
internet: www.ihk-nuernberg.de

## Werbeanlagensatzung - Stellungnahme der IHK und der HK

Die Stellungnahme der IHK und der HK wurden integriert kommentiert, um eine bessere Lesbarkeit zu erreichen.

### Stellungnahme in rot / fett

(1) Es ist sicherlich richtig, dass einzelne Werbeanlagen vor allem in den sensiblen Innenstadt-Bereichen den Gesamteindruck negativ beeinflussen. Es stellt sich aber die Frage, ob wegen einzelner Verstöße für das gesamte Stadtgebiet eine generelle Verbotssatzung erlassen werden muss, die nur Ausnahmen zulässt. Die Folge ist, dass jede einzelne Außenwerbung von wenigen Ausnahmen abgesehen (am Ort der Leistungserstellung soweit unterhalb erstes Obergeschoss und angemessen) beantragt werden muss und (voraussichtlich) erst gegen Gebühr genehmigt wird. Für den Großteil der Außenwerbung ist dies ein unnötiges Erschwernis.

**(1) Bereits heute muss jede Werbeanlage größer 1 qm beantragt werden, es ändert sich für die Bauherren also nichts. Die WaS ändert so gut wie nie die Genehmigungspflicht, sie ändert das Prüfprogramm- Die WaS schafft also keine zusätzlichen neuen Bauanträge, sondern mehr Rechtssicherheit.**

(2) Aus unserer Sicht sind die bisherigen Regelungen der Bayerischen Bauordnung (BayBO) völlig ausreichend, um die sogenannte „Vermüllung“ bei Werbeanlagen im Stadtgebiet zu verhindern. Es macht wenig Sinn, wenn auf Bemühungen des Landes zur dringend notwendigen Entbürokratisierung auf kommunaler Ebene mit noch aufwändigeren Verfahren reagiert wird.

**(2) Das Land wollte mit der Bauordnungsnovelle 2008 nicht die Gestaltung „entbürokratisieren“ (s. o., die Bauanträge sind unverändert), es wollte allein die Zuständigkeiten den Gemeinden und Ihrer Ortsrechtskompetenz übertragen. Jede Kommune ist für ihr Bild selbst verantwortlich.**

(3) Der Landesgesetzgeber hat vernünftigerweise die Gestaltung als subjektives Empfinden aus dem Prüfumfang herausgenommen. Dies auf kommunaler Ebene durch eine generelle Verbotssatzung mit dann möglichen Ausnahmegenehmigungen zu regeln, halten wir auch mit Blick auf die Rechtssicherheit für nicht vertretbar.

**(3) Gestaltung ist aus der Prüfung im Bauantragsverfahren seit 2008 herausgenommen, nicht aber aus der bauaufsichtlichen Kontrolle („Repression“). Im Ergebnis heißt das für den Bauherren mehr Unsicherheit, weil er im Vorfeld einer Maßnahme keine Aussage bekommt, im Nachhinein aber ggf. die Werbeanlage abbauen muss. Die**

**Satzung hilft hier zur Vermeidung von Fehlinvestitionen und wirkt präventiv**

(4) Die nach der Bayerischen Bauordnung und der einschlägigen Rechtsprechung unzulässigen Werbeanlagen können auch ohne generelle Verbotssatzung auf Anordnung der Bauordnungsbehörde wie bisher untersagt werden. Insofern wäre es aus unserer Sicht sinnvoller und wirtschaftsfreundlicher, anstelle der Satzung eine Vorabberatung zu geben, die die Zulässigkeit im Vorfeld klärt.

**(4) Deregulierung und Verlagerung der Verantwortung auf den privaten Bauherren kann nicht vollständig durch zusätzliche Beratung aufgefangen werden. Die WaS dient als präventive Regelung, die auf Seiten von Bauherren und Stadt Kosten sparen kann, da repressive Aufgriffe mit den verbundenen hohen Kosten vermieden werden. Letztlich ist die Satzung auch ein Teil der Beratung der Stadt Nürnberg im Vorfeld.**

(5) Nachdem für sensible Innenstadtbereiche über Erhaltungs- und Gestaltungssatzungen besondere Regelungen vorgesehen werden, ist auch unter diesem Aspekt ein generelles Verbot für das gesamte Stadtgebiet aus unserer Sicht nicht notwendig.

**(5) In Erhaltungssatzungen können keine Aussagen zu Werbeanlagen getroffen werden, sondern nur städtebauliche Grundaussagen. In Gestaltungssatzungen sind Regelungen nur für sehr kleine sehr einheitliche Gebiete / Straßenzüge möglich. Das Problem des Gesamteindruckes der Stadt lässt sich mit Gestaltungssatzungen nicht regeln.**

(6) Zu beachten ist auch, dass über den Bestandsschutz vorhandener Werbeanlagen über viele Jahre erhebliche Wettbewerbsverzerrungen zwischen vorhandenen und neu zu beantragenden Werbeanlagen entstehen.

**(6) Werbeanlagen sind sehr kurzlebig, der Bestandsschutz schützt nur genehmigte Anlagen. Eine Vielzahl von Anlagen steht bereits heute ohne Genehmigung und muß im Laufe der Zeit beseitigt werden. Dem Argument der Wettbewerbsverzerrung zu folgen, würde bedeuten jede Gesetzesänderung erheblich zu erschweren, da rechtmäßig geltende Zustände immer Bestandsschutz genießen.**

(7) Auch der Zeitpunkt ist aus unserer Sicht denkbar unglücklich gewählt. Die Konjunkturprogramme von Bund und Land versuchen schnelle wirtschaftliche Impulse zu geben. Die geplante Werbeanlagensatzung erschwert und verzögert dagegen die notwendige Werbung der Betriebe auch in der Vielzahl der zulässigen Werbeanlagen.

**(7) Werbeanlagen wirken durch ihre Alleinstellung und Qualität, nur bei schlechter Qualität durch Größe und Übertrumpfen des Umfeldes. Insofern hat die Satzung einen mäßigenden Einfluss auf das "Wettrüsten" zwischen den Betreibern und schafft so Freiräume für**

**sinnvolle Investitionen. Werbeanlagen für Dritte spielen zur Zeit ohnehin nur eine geringe Rolle, dies ist an der Belegung der Großplakattafeln zu erkennen: in der Regel keine Werbung für Dritte, sondern Werbung für wohltätige Zwecke oder Werbung der Eigner der Werbegesellschaften (jeweils kostenlos).**

(8) Aus diesen Gründen bitten wir die Stadt Nürnberg, auf die Verabschiedung der Werbeanlagensatzung in der vorliegenden Form zu verzichten.

**(8) Siehe Anmerkungen zu (1) bis (7). Die WaS ist eine notwendige Entscheidung der Stadt Nürnberg, von den vom Landesgesetzgeber eingeräumten Möglichkeiten Gebrauch zu machen, gestalterische Einzelaspekte und Anforderungen an das Ortsbild übereinzubringen, und dies wirtschafts- und bürgerfreundlich präventiv und nicht repressiv.**

Freundliche Grüße

Dr. Hans-Joachim Lindstadt  
Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken  
Leiter Geschäftsbereich Standortpolitik und Unternehmensförderung  
Tel. ++49 (0)911 1335-383, Fax -333

*(HK schloss sich per email vollinhaltlich an)*

02.03.

Landesverband des  
Bayerischen Einzelhandels e. V.

Arbeitgeberverband

Bezirk Mittelfranken  
Haus des Handels  
Sandstraße 29  
90443 Nürnberg  
Telefon 09 11/2 44 33-0  
Telefax 09 11/20 89 21  
Internet: <http://www.lbe.de>  
e-mail: [lbe-mittelfranken@lbe.de](mailto:lbe-mittelfranken@lbe.de)  
U-Bahn U2 Opernhaus



Herrn Harald Preußner  
Dipl.-Verw.Wirt FH  
Oberverwaltungsrat  
Stadt Nürnberg  
Amt für Wirtschaft  
Theresienstr. 9

90403 Nürnberg

per Fax: 231-2762

Amt für Wirtschaft	
Termin:	
Datum: 19. Feb. 2009	
Abtag	
Kopie an:	

Nürnberg, 2009-02-18 W/We

### Werbeanlagensatzung der Stadt Nürnberg

Sehr geehrter Herr Preußner,

der LBE dankt herzlich für die Zuleitung des Entwurfs der Werbeanlagensatzung und die Gelegenheit, entsprechend Stellung nehmen zu können.

Grundsätzlich ist das Bestreben der Stadt Nürnberg, das Stadtbild zu erhalten und in Einzelfällen auf überdimensionierte und übertriebene Werbeanlagen einwirken zu wollen, aner kennenswert. Gleichwohl wird die geplante Werbeanlagensatzung in der derzeitigen Form vom LBE abgelehnt, da durch sie zunächst sämtliche Werbeanlagen mit Ausnahme der § 1 Absatz 2 bis Absatz 4 aufgeführten zunächst grundsätzlich für unzulässig erklärt werden und die Anbringung Werbeanlagen gemäß § 3 nur ausnahmsweise zugelassen werden können.

Da eine Ausnahme nicht die Regel darstellen kann, ist eine restriktive Handhabung der Satzung zumindest nicht auszuschließen. Es liegt jedoch auf der Hand, dass der Einzelhandel sowohl im Stadtinneren als auch in Stadtteilen und Randlagen die Möglichkeit einer zielerfüllenden Anbringung von Werbeanlagen haben muss.

Weiterhin fehlt eine positive Darstellung für die zukünftigen Nutzer und der sich daraus ergebende Rechtsanspruch auf eine Genehmigung.

Aufgrund des Bestandsschutzes, der fehlenden Klarheit, welche zukünftigen Werbeanlagen genehmigungskonform mit Rechtsanspruch sind, ergibt sich unseres Erachtens eine erhebliche Wettbewerbsverzerrung zu Gunsten der bereits vorhandenen Werbeanlagen.

Aufgrund der kurzen Frist zur Abgabe einer Stellungnahme bitten wir um Verständnis, dass es sich hierbei um eine vorbehaltliche und vorläufige Einschätzung handelt, die nach einer detaillierten Prüfung noch der Ergänzung bedarf.

Mit freundlichen Grüßen



Uwe H. Werner  
Geschäftsführer

**Werbeanlagensatzung – Stellungnahme des LBE**

**Stellungnahme zum Schreiben des LBE vom 02.03.2009**

Der LBE unterliegt einigen grundsätzlichen Missverständnissen.

1. Aus rechtlichen Gründen ist die Satzung leider als Verbotssatzung zu fassen. Positivdarstellungen in der Satzung sind daher ausgeschlossen. Die Positivdarstellung erfolgt in der angekündigten begleitenden Broschüre.
2. Die Ausnahmen stellen tatsächlich nicht die Regel dar, wohl aber die regelmäßig zu gewährende Lösung (Reduktion des Ermessens auf null). Sie sind also von großer Bedeutung.
3. Siehe Punkt 1: die Positivdarstellung erfolgt in der angekündigten begleitenden Broschüre.
4. Rechtlich ist die Satzung **sehr** klar, den Argumenten hinsichtlich Bestandsschutz und Rechtssicherheit im **letzten** Absatz kann daher nicht gefolgt werden.

03.03.2009